



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS**  
**NATURALES**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN ECOTURISMO**  
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

---

**“PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE  
PICHINCHA EN TIEMPOS DE PANDEMIA. AÑO 2022”**

---

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

**Autor:**

Zumbana De La Cruz Kimberly Zulay

**Tutor:**

Sampedro Arrieta Milton Alberto Ing. Mgs.

**LATACUNGA – ECUADOR**

**Agosto 2022**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Kimberly Zulay Zumbana De La Cruz, con cédula de ciudadanía No. 1728593268, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “Perfil del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia. Año 2022”, siendo el Ingeniero Mg. Milton Alberto Sampedro Arrieta, 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, 30 de agosto del 2022

Kimberly Zulay Zumbana De La Cruz  
Estudiante  
CC: 1728593268

Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.  
Docente Tutor  
CC: 06002636987

## 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 **ZUMBANA DE LA CRUZ KIMBERLY ZULAY**, identificada con cédula de ciudadanía **1728593268** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, el Ingeniero Ph.D. Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.** - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de ECOTURISMO, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Perfil del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia. Año 2022”, 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: Abril 2017 - Agosto 2017

Finalización de la carrera: Octubre 2021 – Marzo 2022

Aprobación en Consejo Directivo: 3 de junio del 2022

Tutor: Ingeniero Mg. Milton Alberto Sampedro Arrieta

Tema: “Perfil del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia. Año 2022”

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

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

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

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

- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión
- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

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

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 30 días del mes de agosto del 2022.

Kimberly Zulay Zumbana De La Cruz  
**LA CEDENTE**

Ing. Cristian Tinajero Jiménez, Ph.D.  
**LA CESIONARIA**

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

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

“PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN TIEMPOS DE PANDEMIA. AÑO 2022”, de Zumbana De La Cruz Kimberly Zulay, de la carrera de Ingeniería Agroindustrial, 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, 30 de agosto del 2022

Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg.

**DOCENTE TUTOR**

CC: 0602636987

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

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Zumbana De La Cruz Kimberly Zulay, con el título del Proyecto de Investigación: “PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN TIEMPOS DE PANDEMIA. AÑO 2022”, 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 realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 30 de agosto del 2022

Lector 1 (Presidente)

Ing. Klever Muñoz Solis, Mg.

CC: 0501397814

Lector 2

Ing. Freddy Álvarez Lema, Mg.

CC: 1712930328

Lector 3

Lcdo. Manuel Antonio Abarca, Mg.

CC: 1103989669

## **AGRADECIMIENTO**

Deseo expresar mi gratitud, en primer lugar, a Dios, que por medio de sus bendiciones supo brindarme fuerza, valentía y fe, para seguir adelante y mantenerme firme ante las adversidades, Me agradezco a mí misma, por saber aprovechar cada una de las oportunidades y bendiciones presentadas a lo largo de todo el proceso de aprendizaje con el solo propósito de lograr una meta planteada desde mis inicios académicos. Agradezco también a mis padres quienes son mi pilar, complemento y motor fundamental, pues sin duda, ellos me alientan a conseguir mejores cosas para en el futuro, poderles ofrecer apoyo y soporte como indudablemente ellos me lo han brindado. Es justo y necesario agradecer a cada docente amigo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, ya que por ellos ahora cuento con información valiosa para mi desarrollo en el área profesional. Agradezco además sin duda al Lic. Manuel Abarca e Ing. Milton Sampetro, quienes fueron mis guías en el desarrollo exitosos del presente trabajo de investigación, ciertamente son una bendición, mis amigos no pueden faltar en este párrafo, por eso agradezco su amistad, compañía y apoyo incondicional. Para culminar agradezco a cada ser que estuvo presente para mí, permitiéndome sonreír mediante la entrega de su cariño y apoyo.

**Kimberly Zulay Zumbana De La Cruz**

## **DEDICATORIA**

Con mucho amor dedico mi trabajo de investigación a mis padres Marcia Laura De La Cruz Luzpa y Miguel Ángel Zumbana Olovacha quienes son los mayores merecedores de cada logro que obtengan sus cinco hijos, pues, a pesar de ser una familia numerosa con su esfuerzo diario reflejan sus deseos en cada uno de nosotros.

Le dedico además con mucho amor, mi esfuerzo diario durante todos los años de aprendizaje a mi abuelito que ya hace varios años se convirtió en mi ángel guardián, yo sé que él me cuidó y me cuida en momentos difíciles.

**Kimberly Zulay Zumbana De La Cruz**

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

**TÍTULO: “PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN TIEMPOS DE PANDEMIA. AÑO 2022”.**

AUTOR: Zumbana De La Cruz Kimberly Zulay

**RESUMEN**

El presente trabajo de titulación tuvo como finalidad determinar el perfil del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de Pandemia, estudio que se encuentra dentro del tipo de investigación transversal, con enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo. El problema de investigación gira en base a la pandemia ocasionada por la covid-19 afectando a la economía, salud y libertad de los turistas, lo que cambió la necesidad y preferencias de viaje, en respuesta, para conocer dichos cambios se presenta la actual investigación la que contiene dos objetivos específicos, para el primero fue necesario identificar la población total de turistas que han ingresado a la provincia en el año 2021, al no contar con datos de ingresos turísticos actualizados por la entidad competente, se determinó que la fórmula óptima para obtener la muestra es aquella que se aplica a poblaciones infinitas, consiguiendo como respuesta un total de 385 encuestas. Tras obtener la respuesta, se procedió a la revisión bibliográfica, principalmente en documentos emitidos por el MINTUR, así como, en su página web, con la motivación de seleccionar diez principales atractivos turísticos que cumplieran con características jerárquicas turísticas de II, III, IV y hayan sido determinados como destinos principales siendo estas: La virgen del Panecillo, El Teleférico de Quito, La Basílica del Voto Nacional, Monumento a la Mitad del Mundo, Reserva Geobotánica Pululahua, Mindo, Refugio de Vida Silvestre Pasocha, Cascadas del Río Pita, Pucara de Rumicucho y Reloj Solar Quitsato. Con la información obtenida se procedió a encuestar empleando la técnica del muestreo accidental y haciendo uso del instrumento de recolección de datos, misma que posee consistencia interna y un cuestionario de 26 preguntas divididas en las variables de caracterización demográfica, socioeconómicos de motivación y preferencias, logrando alcanzar 398 encuestas, los cuales presentan que 86% son ecuatorianos, 41% adultos, 58% residen en Quito, 51% mujeres, 59% soltero, el 37% laboran en sectores privados, el 30% percibe un salario básico, el 52% gasta de hasta \$100 por viaje, el 42% prefiere el turismo de naturaleza y para el 33% es importantes los protocolos de bioseguridad . Para el segundo objetivo se diseñó la guía descriptiva, misma que abarca los resultados obtenidos durante la investigación, para su diseño fue fundamental el uso de dos software de edición, Ilustrador y Freepik con los cuales se diseñó la portada y contraportada, características de la provincia, índice, contenido de la información, metodología, conclusiones y recomendaciones.

**Palabras clave:** Perfil, Variable de caracterización, Turismo, Guía descriptiva, Freepik

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

**THEME: “PROFILE OF THE TOURIST VISITING THE PROVINCE OF PICHINCHA IN TIMES OF PANDEMIC. YEAR 2022”**

AUTHOR: Zumbana De La Cruz Kimberly Zulay

**ABSTRACT**

The purpose of this degree work was to determine the profile of the tourist visiting the province of Pichincha in times of pandemic, a study that is within the type of transversal research, with a quantitative approach and descriptive scope. The research problem revolves around the pandemic caused by the covid-19 affecting the economy, health and freedom of tourists, which changed the need and travel preferences, in response, to know these changes the current research is presented which contains two specific objectives, For the first one, it was necessary to identify the total population of tourists who have entered the province in 2021, not having tourist income data updated by the competent entity, it was determined that the optimal formula to obtain the sample is the one that applies to infinite populations, obtaining as a response a total of 385 surveys. After obtaining the answer, we proceeded to the bibliographic review, mainly in documents issued by the MINTUR, as well as in its web page, with the motivation of selecting ten main tourist attractions that fulfilled tourist hierarchical characteristics of II, III, IV and have been determined as main destinations being these: La virgen del Panecillo, El Teleférico de Quito, La Basílica del Voto Nacional, Monumento a la Mitad del Mundo, Reserva Geobotánica Pululahua, Mindo, Refugio de Vida Silvestre Pasocha, Cascadas del Río Pita, Pucara de Rumicucho and Reloj Solar Quitsato. With the information obtained, we proceeded to survey using the accidental sampling technique and making use of the data collection instrument, which has internal consistency and a questionnaire of 26 questions divided into the variables of demographic characterization, socioeconomic, motivation and preferences, The survey showed that 86% of the respondents were Ecuadorian, 41% were adults, 58% lived in Quito, 51% were women, 59% were single, 37% worked in the private sector, 30% earned a basic salary, 52% spent up to \$100 per trip, 42% preferred nature tourism and 33% considered biosafety protocols important. For the second objective, a descriptive guide was designed, which covers the results obtained during the research. For its design, the use of two editing software, Illustrator and Freepik, was fundamental for the design of the front and back covers, characteristics of the province, index, information content, methodology, conclusions and recommendations.

**Key words:** Profile, Characterization variable, Tourism, Descriptive guide, Freepik.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	¡Error! Marcador no definido.
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA .....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT .....	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	2
4. PROBLEMA 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.....	9
1.1 Marco legal.....	9
1.1.1 Constitución del Ecuador.....	9
7.1.2 Ley de Turismo.....	10
7.1.3 Reglamento a la Ley de Turismo .....	12
7.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
7.2.5 Gasto Turístico.....	14
7.2.19 Tendencias del turismo .....	15
7.2.20 Demanda Turística .....	17
7.2.21 Tipología de la demanda.....	18
7.2.22 Turista .....	18
7.2.23 Tipos de turistas .....	19
7.2.24 Clasificación del turista en base a su duración. ....	20
7.2.25 Grupo Etario .....	20
7.2.26 Perfil del Turista.....	21
7.2.27 Importancia del perfil del turista .....	21
7.2.28 Variables que determinan el perfil del cliente .....	22
7.2.29 Variable demográfico .....	23
7.2.30. Variable socio económico.....	24
7.2.31 Variable Motivación.....	24
7.2.32 Variable Comportamental.....	25
8. VALIDACIÓN DE PREGUNTAS O HIPÓTESIS .....	26
9. METODOLOGÍA/DISEÑO EXPERIMENTAL.....	26
9.1 Aplicación de la encuesta.....	27
9.1.1 Técnicas.....	27
9.1.1.1 Revisión bibliográfica.....	27

9.1.1.2 Encuesta .....	28
9.1.1.3 Muestreo accidental.....	28
9.1.2 Instrumentos.....	28
9.1.2.1 Cuestionario.....	28
9.1.2.2 Formula del cálculo de la muestra .....	29
9.2 Guía descriptiva del perfil de Turista.....	29
10. RESULTADOS.....	31
10.1 Descripción del área de estudio.....	31
10.1.1 Macro Descripción; Ecuador.....	31
10.1.2 Meso Descripción; Provincia de Pichincha.....	34
10.1.3. Micro descripción.....	43
10.2 Población y muestra .....	50
10.3 Instrumento de recolección de datos.....	52
10.4 Desarrollo de la Investigación.....	58
10.5 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	66
10.5.1 Variable demográfica .....	66
10.5.2 Variable socio económico.....	71
10.5.3 Variable de motivación.....	80
10.5.4 Variable de Preferencia .....	87
10.6 Resumen del perfil.....	91
10.7 Perfil del turista de la provincia de Pichincha .....	92
10.8 Diseño de la Guía Descriptiva.....	93
10.8.1 Partes de la guía .....	94
10.8.2 Tipografía .....	99
10.8.3 Gama de Colores.....	99
10.8.4 Interlineado y márgenes.....	100
10.8.5 Características de Impresión .....	100
11. IMPACTOS .....	101
11.1 Impacto Técnicos .....	101
11.2 Impactos sociales.....	101
11.3 Impactos ambientales .....	102
11.4 Impactos económicos .....	103
12. CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO.....	104
13. Conclusiones y Recomendaciones.....	105
Conclusiones .....	105
Recomendaciones .....	106
14. REFERENCIAS .....	107
15. Apéndices .....	117
Apéndice 1.- Aval de traducción de Idiomas .....	117
Apéndice 2.- Hoja de vida del estudiante investigador.....	118
Apéndice 3.- Hoja de vida del estudiante investigador.....	120
Apéndice 4.- Modelo de la Encuesta.....	121
Apéndice 5.- Evidencia del trabajo en campo durante la aplicación del instrumento de recolección de datos.....	123
Apéndice 6.- Evidencia del trabajo en campo, encuestas llenas.....	129
Apéndice 7.- Guía descriptiva.....	130

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de beneficiarios directos.....	3
Tabla 2. Número de beneficiarios directos.....	3
Tabla 3. Número de beneficiarios directos.....	3
Tabla 4. Número de beneficiarios directos.....	4
Tabla 5. Número de beneficiarios indirectos.....	4
Tabla 6. Actividades en relación a los objetivos .....	8
Tabla 7. Cantones de la provincia de Pichincha con sus respectivas cabeceras cantonales .....	34
Tabla 8. Número total de habitante por cantón y según su auto identificación étnica.....	36
Tabla 9. Número de establecimientos de alojamientos turísticos (2012-2013).....	40
Tabla 10. Número de establecimientos de alimentación turísticos (2012-2013).....	40
Tabla 11. Número de atractivos turísticos registrados (2012-2013) .....	41
Tabla 12. Número de establecimientos de intermediación turísticos registrados.....	41
Tabla 13. Datos generales del cantón Cayambe .....	43
Tabla 14. Datos generales del cantón Mejía.....	44
Tabla 15. Datos generales del cantón Pedro Moncayo .....	45
Tabla 16. Datos Generales del Cantón Vicente Maldonado .....	45
Tabla 17. Datos Generales del Cantón Puerto Quito .....	46
Tabla 18. Datos Generales del cantón Distrito Metropolitano de Quito.....	47
Tabla 19. Datos Generales del cantón Rumiñahui .....	48
Tabla 20. Datos Generales del cantón San Miguel de Los Bancos .....	49
Tabla 21. Datos utilizados a reemplazar en la formula .....	51
Tabla 22. Cuadro de operacionalización de las variables de caracterización.....	53
Tabla 23. Matriz de atractivos turísticos de la provincia.....	60
Tabla 24. Cronograma de salidas de campo.....	64
Tabla 25. Resumen del perfil del turista según las variables de caracterización de la investigación.....	91
Tabla 26. Presupuesto.....	104

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de Ubicación del Ecuador continental .....	31
Figura 2 División política de Pichincha .....	34
Figura 3 Mapa Turístico de Pichincha .....	42
Figura 4 Ruta de la investigación para la aplicación del instrumento de recolección de datos .....	50
Figura 5 ¿Nacionalidad? (donde nació) .....	66
Figura 6 ¿Residencia? .....	67
Figura 7 ¿Edad? .....	68
Figura 8 ¿Genero? .....	68
Figura 9 ¿Estado civil? .....	69
Figura 10 ¿Situación Laboral? .....	70
Figura 11 ¿Promedio mensual de ingresos? .....	71
Figura 12 ¿Nivel de Estudios? .....	72
Figura 13 ¿Con quién viaja? .....	73
Figura 14 ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan? .....	73
Figura 15 ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan? .....	74
Figura 16 ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia de Pichincha? .....	75
Figura 17 ¿Qué porcentaje del gasto destinó para alojamiento? .....	76
Figura 18 ¿Qué porcentaje del gasto destinó para alimentación? .....	77
Figura 19 ¿Qué porcentaje del gasto destinó para transporte? .....	78
Figura 20 ¿Qué porcentaje del gasto destinó para otros (actividades de ocio y recreación)? .....	79
Figura 21 ¿Cuál fue el motivo de su viaje? .....	80
Figura 22 ¿Qué atracción turística le gusta más de la provincia de Pichincha? .....	81
Figura 23 ¿Qué tiempo estimó para su visita a la provincia? .....	82
Figura 24 ¿A través de qué medios se informó sobre el atractivo turístico de la provincia? .....	83
Figura 25 ¿Cuántas veces ha visitado la provincia? .....	83
Figura 26 ¿En promedio cuantas noches ha pernoctado en la provincia por motivos turísticos? .....	84
Figura 27 ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas? .....	85
Figura 28 ¿Cuál es la motivación más significativa que Ud. considera más importante al momento de planificar un viaje en tiempos de pandemia? .....	86
Figura 29 ¿Cuál es su tipo de turismo favorito? .....	87
Figura 30 ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo? .....	88
Figura 31 ¿Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia? .....	88
Figura 32 ¿Qué tipo de hospedaje prefiere? .....	89
Figura 33 ¿Seleccione la actividad turística que más le guste hacer? .....	90
Figura 34 Portada de la guía descriptiva .....	94
Figura 35 Contraportada de la guía descriptiva .....	95
<i>Colaboradores</i> .....	95
Figura 36 Índice de la guía descriptiva .....	96
Figura 37 Datos generales de la provincia de Pichincha .....	97
Figura 38 Metodología de la investigación descrita .....	98
Figura 39 Estructura de la información de cada variable de caracterización .....	99
Figura 40 Fotografía 1 .....	123
Figura 41 Fotografía 2 .....	123
Figura 42 Fotografía 3 .....	123
Figura 43 Fotografía 4 .....	124
Figura 44 Fotografía 5 .....	124
Figura 45 Fotografía 6 .....	124
Figura 46 Fotografía 7 .....	125

Figura 47 Fotografía 8.....	125
Figura 48 Fotografía 9.....	125
Figura 49 Fotografía 10.....	126
Figura 50 Fotografía 11.....	126
Figura 51 Fotografía 12.....	126
Figura 52 Fotografía 13.....	127
Figura 53 Fotografía 14.....	127
Figura 54 Fotografía 15.....	127
Figura 55 Fotografía 16.....	128
Figura 56 Fotografía 17.....	128
Figura 57 Portada y Contraportada.....	130
Figura 58 Agradecimiento y créditos.....	131
Figura 59 Mapa turístico del Ecuador.....	132
Figura 60 Metodología e Índice.....	133
Figura 61 Conclusiones y recomendaciones.....	134
Figura 62 Introducción.....	135
Figura 63 Características.....	136
Figura 64 Características generales de la Provincia.....	137
Figura 65 Variables demográficas y de preferencia.....	138
Figura 66 Variables demográficas y de motivación.....	139
Figura 67 Variable socio económico.....	140

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

**Título**

Perfil del Turista que Visita la Provincia de Pichincha en Tiempos de Pandemia. Año 2022

**Lugar de ejecución:**

Provincia de Pichincha Zona 2

**Institución:**

Universidad técnica de Cotopaxi

**Facultad académica:**

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

**Carrera que auspicia:**

Turismo

**Proyecto vinculado:**

N/A

**Nombres de equipo de investigadores:****Tutor:**

Ing. Mgs. Sampedro Arrieta Milton Alberto.

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

**Número telefónico:** 098 450 9068

**Estudiante-Investigador:**

Zumbana De La Cruz Kimberly Zulay

**Correo electrónico institucional:** kimberly.zumbana3268@utc.edu.ec

**Número telefónico:** 0969629527

**Área de Conocimiento:**

Servicios

**Subárea:**

Servicios personales

**Línea de investigación:**

Planificación y gestión del servicio sostenible.

**Sub línea de investigación:**

Análisis del turismo

## **2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Conocer de manera anticipada el perfil del turista que visita los destinos turísticos de la provincia es importante y necesario, ya que aporta información relevante que va direccionando a los actores y sectores locales, tanto públicos como privados, que tengan la visión de crear nuevos servicios o mejorar la oferta de la planta turística o atractivos ya existentes, con el fin de brindar ofertas adaptadas a la demanda actual y con ello lograr incrementar el beneficio económico a la sociedad. La pandemia es un evento que en la actualidad ha sido controlada de manera muy eficaz, sin embargo, el futuro sigue siendo incierto y el miedo al contagio aún están presente, por ello “la determinación estará ligada a las características sanitarias que el destino adopte, la seguridad que brinden y en ultimo el porcentaje de contagios” (Molina E, 30, pág. 3).

Se sabe que Pichincha opta por la reactivación económica a través del turismo, como parte de la academia es grato poder aportar con la investigación sabiendo que los resultados plasmados en la guía descriptiva podrían servir como herramienta bibliográfica que ayude a redireccionar o formular diferentes estrategias que puedan ser aplicadas en las empresas turísticas así como también a los atractivos turísticos, sumado a ello se espera que en los servicios turísticos que brindan las pequeñas y grandes empresas se tome en cuenta los gustos y preferencias de los turistas que se deciden por visitar la provincia, así también, se logre motivar a la ciudadanía a crear actividades alternativas que ayuden a extender la estadía, de manera que la información recopilada de los turistas permita a la ciudadanía perfeccionar su producto turístico.

## **3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**

Existen dos tipos de beneficiarios indirectos y directos. Los directos serán; el investigador que por medio de su investigación difundirá a todas las personas pertenecientes a los ocho cantones de la provincia de Pichincha, el perfil del turista en tiempos de pandemia,

seguido de los estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi a quienes que con el trabajo actual se contribuirán a futuras investigaciones, para finalizar, el conjunto se menciona a los prestadores de servicios turísticos, pues, la investigación aportará de manera positiva, ya que, con los resultados podrán adaptar a sus servicios de acorde a las preferencias del turista. Como indirectos se direccionará a los visitantes de la provincia porque al ser turistas que viajan con fines de ocio, recreación o negocios son casi nulas las posibilidades que requieren conocer el perfil del turista en Pichincha.

### 3.1 Beneficiarios Directos

**Tabla 1**

*Número de beneficiarios directos*

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

*Fuente.* Se muestra el total de personas habitantes de la provincia de Pichincha según el censo 2010 tomado de (Acosta et al., 2013, p. 11)

**Tabla 2**

*Número de beneficiarios directos*

<b>INVESTIGADOR</b>	1
---------------------	---

*Fuente.* Número de investigadores del proyecto de tesis

**Tabla 3**

*Número de beneficiarios directos*

<b>ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE TURISMO</b>	326
---	-----

*Fuente.* Número de estudiantes de la carrera de TURISMO, no se cuenta con una base de datos específica por género, Tomado de (Secretaría de la carrera de Turismo, segundo periodo del 2022).

#### **Tabla 4**

*Número de beneficiarios directos*

<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS</b>	
<b>PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA</b>	6730

*Fuente.* Total, de empresas turísticas que brindan servicios de alimentación, transporte, hospedaje y mediación. Tomado de (Catastro nacional de Establecimientos Turísticos y Guías de Turismo Continente - Portal Servicios MINTUR, 2022.)

### **3.2 Beneficiarios Indirectos**

#### **Tabla 5**

*Número de beneficiarios indirectos*

<b>NÚMERO DE VISITAS A LA PROVINCIA DE PICHINCHA</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VISITAS ANUAL</b>
2018	12651296

*Fuente.* Turistas que han visitado los diferentes cantones de Pichincha, La plataforma no especifica número de ingreso de turista por género, Tomado de (GeoVit Pernoctaciones, 2018).

#### 4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La emergencia sanitaria a causa de la propagación de la covid-19 ha producido afectaciones negativas a distintos sectores productivos uno de ellos el turismo, sector que ha presentado según la OMT en el año 2020 el 73% de pérdidas a nivel mundial y en el año 2021 aunque con un incremento del 4% en comparación al 2020 seguía manteniéndose con una pérdida del 72% hasta el tercer trimestre, reflejado fácilmente en el cierre de establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos, las pérdidas económicas por la disminución de entrada de divisas, disminución total de la recepción de turismo internacional y nacional por las medidas rigurosas de prevención (UNWTO, EL TURISMO CRECE UN 4% EN 2021, MUY POR DEBAJO AÚN DE LOS NIVELES PREPANDÉMICOS, 2022). De la misma manera, a nivel país Ecuador se presentaron efectos negativos a causa de la pandemia, pues, según cifras oficiales fue uno de los países más golpeados, según el Banco Central, el PIB ha disminuido al 16,6%, la pandemia ha impactado a gran parte de la economía, creando un efecto en cadena en varios sectores, teniendo como resultado un aumento en la tasa de desempleo y una baja considerable en los ingresos (Banco Central del Ecuador, 2021). Además de las consecuencias por pérdidas económicas se presentaron también efectos negativos en la salud de los ciudadanos que vivieron el confinamiento, así lo demuestra el estudio aplicado a toda la población de la república del Ecuador nombrado, “Relación entre la edad y el estrés durante la pandemia en el Ecuador” (Abarca Zaquinaula et al., 2022, p. 11) mismo en el que se concluye que las personas más afectadas en términos de estrés son las que fluctúan entre los 19 y 29 años de edad, demostrando que “están en el grupo de severo y muy severo teniendo mayor acumulación de cortisol y adrenalina en su cuerpo en consecuencia tienen una urgencia por hacer algo para eliminarlo”.

Es esa necesidad de ejercer alguna actividad y a la vez mantener la seguridad de la

salud, lo que conlleva a que los visitantes prefieran ir a lugares confiables, donde no se sientan expuestos al contagio mientras disfrutan de prácticas turísticas. La provincia de Pichincha, siendo la segunda provincia más poblada y uno de los motores principales para el desarrollo productivo y económico del país, ha sido también una de las regiones con mayor número de casos confirmados, es de igual forma la más perjudicada, mostrando más de 4 millones de pérdidas económicas, el turismo uno de los más afectados. A pesar de los difíciles tiempos que se vivió a nivel mundial, según el barómetro de la (UNWTO, EL TURISMO INTERNACIONAL CONSOLIDA SU FUERTE RECUPERACIÓN EN MEDIO DE CRECIENTES DESAFÍOS, 2022) manifiesta que el aumento en el porcentaje de vacunación y la disminución de casos por contagio del virus, se flexibilizan las restricciones de viajes internacionales, dando sitio a mayor coordinación transfronteriza y nuevos protocolos, estas ventajas han ayudado a motivar a los turistas a viajar nuevamente con mayor seguridad. Evento parecido empezó a ocurrir a nivel nacional y provincial, pues, al pasar los meses y la involución de la pandemia, la situación se tornó favorable, como resultado se flexibilizaron las medidas de bioseguridad y comenzó a permitirse paulatinamente la llegada de turistas extranjeros, además, la movilización interna de turistas aumento, reactivando los destinos turísticos. Se conoce que como secuela de pandemia, la actividad turística cambió las necesidades y preferencias de los turistas, citando así que el 95% de los turistas entre los 19 y 35 años de edad tienen una inclinación por el turismo de naturaleza, llegando por ello a las áreas naturales, además por la misma fuente se sabe la preferencia del 78% de turistas por acceder a servicios de ecoturismo con facilidades como senderos, ciclo vías y baterías sanitarias, así como medidas de bioseguridad con la disponibilidad de dispensadores, desinfectantes e insumos de higiene, ya que las necesidades y preferencias del turista no son las mismas, es necesario contar con un estudio acertado sobre el actual perfil del turista que visite la provincia de Pichincha, pues, es

necesario estudiar la demanda para adaptar la oferta y a su vez permanecer en el mercado laboral es necesario también invertir en todos los aspectos de bioseguridad que contribuyan a crear destinos seguros a largo plazo.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1 Objetivo General**

- Describir el perfil del turista a través de la estadística para conocer sus características demográficas, socioeconómicas, de motivación y preferencia de los turistas de la provincia de Pichincha.

### **5.2 Objetivos Específicos**

1. Caracterizar el perfil del turista por medio de la aplicación de la técnica de la encuesta, a través del trabajo de campo en los atractivos turísticos de la provincia.
2. Diseñar la guía descriptiva que contenga las características del perfil del turista actual.

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

**Tabla 6**

*Actividades en relación a los objetivos*

Objetivo	Actividad	Resultado	Medios de Verificación
Objetivo 1: Describir el perfil del turista a través de la estadística para conocer sus características demográficas, socioeconómicas, de motivación y preferencia de los turistas de la provincia de Pichincha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seleccionar los mejores artículos, documentos, revistas, con respecto al perfil del turista.</li> <li>2. Redactar información de la provincia de Pichincha</li> <li>3. Elegir el tipo de muestreo adecuado para la investigación</li> <li>4. Identificar la fórmula a usar para obtener una muestra representativa de la población.</li> <li>5. Calcular el tamaño de la muestra.</li> <li>6. Preparar las encuestas para ser aplicadas a los turistas.</li> <li>7. Seleccionar los principales turísticos de la provincia según su jerarquía</li> <li>8. Elaborar un crono grama de salidas de campo</li> <li>9. Aplicar la técnica e la encuesta en campo.</li> <li>10. Ingresar los datos a la hoja de cálculo Excel.</li> <li>11. Aplicar la estadística descriptiva.</li> <li>12. Tabular los resultados.</li> <li>13. Caracterizar estadísticamente el perfil del turista</li> </ol>	Caracterización del perfil de turista	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Encuesta validada</li> <li>2. Inventario de los principales atractivos turísticos de la provincia</li> <li>3. Crono grama de visitas a los atractivos turísticos.</li> </ol>
Objetivo 2: Diseñar la guía descriptiva que contenga las características del perfil del turista actual que visita la provincia de Pichincha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elegir un programa que ayude a la elaboración de la guía.</li> <li>2. Determinar el formato a usar (colores, organización de la información, tipografía, espaciado).</li> <li>3. Seleccionar las imágenes y gráficos estadísticos adecuados.</li> <li>4. Imprimir la guía.</li> </ol>	Guía digital con la caracterización del Perfil del turista que visita la provincia de Pichincha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Descripción de las características físicas de la guía.</li> <li>2. Guías físicas impresas.</li> </ol>

## **7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **1.1 Marco legal**

El turismo es una de las actividades económicas que genera valiosos ingresos al país, el desarrollo de la actividad hace muy necesario que sea regulada, es por ello que se presenta diferentes leyes vigentes en Ecuador.

#### ***1.1.1 Constitución del Ecuador***

### **TÍTULO 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. (Constitución, 2008, pág. 11)

#### **Sección novena**

##### **Personas usuarias y consumidoras**

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. (Constitución, 2008, pág. 27)

**Art. 53.-** Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados. (Constitución, 2008, pág. 27)

**Art. 54.-** Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente

prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

(Constitución, 2008, pág. 28)

### ***7.1.2 Ley de Turismo***

## **CAPITULO II**

### **DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN**

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que

se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones;

**Art. 16.-** Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley. (Ley de Turismo, 2014, pág. 4)

**Art. 17.-** El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo. (Ley de Turismo, 2014, pág. 4)

**Art. 24.-** La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estarán reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros. (Ley de Turismo, 2014, pág. 5).

## **CAPÍTULO VII**

### **DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL**

**Art. 30.-** Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquiridos bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00. (Ley de Turismo, 2014, pág. 22)

## **CAPÍTULO X**

### **PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

**Art. 44.-** El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio. (Ley de Turismo, 2014, pág. 9)

**Art. 45.-** Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;

- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
- f. Los demás determinados en otras leyes.

(Ley de Turismo, 2014, pág. 9)

**Art. 49.-** Si la parte responsable de la violación fuere el operador de un área Turística Protegida, de un contrato o concesión turística; la sanción podría implicar hasta la terminación del contrato. (Ley de Turismo, 2014, pág. 10)

**Art. 51.-** Los mecanismos de garantía y protección para el turista mencionados en este capítulo, podrán ser invocados por las empresas turísticas que operen legalmente en el país. (Ley de Turismo, 2014, pág. 10)

**Art. 57.-** Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad. (Ley de Turismo, 2014, pág. 11)

### ***7.1.3 Reglamento a la Ley de Turismo***

**Art. 43.-** Definición de las actividades de turismo. - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

b) Servicio de alimentos y bebidas

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento;

c) Transportación

Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación;

d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

#### e) Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las agencias de servicios turísticos pueden ser de tres clases: Agencias de viajes internacionales, agencias de viajes mayoristas y agencias duales.

Son organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial; y,

f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

(Mintur, Reglamento general a la ley de Turismo, 2015, pág. 11)

## 7.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

### 7.2.5 Gasto Turístico

La OMT presenta la siguiente definición. “Se comprende cómo, todo gasto monetario generado por el visitante o turista, antes, durante la estadía en el destino turístico”. El gasto es el consumo por el turista de los bienes complementarios al viaje, siendo esto la alimentación, el transporte, el hospedaje, también, incluye variedad de productos comprados como recuerdos personales, para su familia o pareja.

Para (UNWTO, GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO, s.f) el gasto

turístico hace referencia al total del valor económico cancelado por la adquisición de bienes y servicios valiosos para el uso propio o como obsequio, incluye gastos incurridos por los propios visitantes así también como todo pago o reembolsados por otros.

De la misma forma el gasto turístico se divide en:

Según el turista

- **Gasto emisor:** Todo pago que realiza el turista fuera de su país de residencia en otro destino.
- **Gasto interno:** El gasto que realiza el turista dentro de su residencia.
- **Gasto receptor:** Consumo efectuado por los turistas en el destino

Por categoría de Turismo

- **Gasto nacional:** Incluye el turismo interior y emisor, comprende todo consumo turístico del visitante residente
- **Gasto internacional:** Incluye el turismo receptor y emisor
- **Gasto interior:** Se refiere a todo el gasto que realizan turista residentes y no residentes

Según lo citado se entiende que el gasto turístico hace referencia al pago que efectúa el visitante o turista después de haber consumido productos y servicios en el destino anfitrión, es la interacción económica que hace el turista directamente con el ofertante, interacción generadora de más empleo.

### ***7.2.19 Tendencias del turismo***

En el mercado Turístico las tendencias son las preferencias en el consumo de bienes y servicios.

Las tendencias pre-pandemia tenían motivaciones de buscar lugares que ofrezcan actividades de relajación y de conexión como yoga o meditación para tener experiencias que transformen y ayuden a su crecimiento personal, por ello los visitantes eligieron destinos

poco explorados sin inconvenientes de pagar más por un producto que les brinde seguridad y confianza aportando a la sostenibilidad del destino. La demanda, sobre todo europeo y norteamericano, se enfocaba en consumir zonas apartadas de manifestaciones turísticas y productos que permitían experimentar cosas únicas en el contexto mundial, sin embargo, también varios turistas elegían destinos reconocidos (Ortiz, 2019 p. 47).

Según un estudio en conjunto del (CORSATUR, CEPAL, STA y GRUPO TURESPACIOS, 2016) en lista las tendencias turísticas de la siguiente manera.

- Destinos más cercanos: estancias más cortas con numerosos viajes al año.
- Turista más cuidadoso con su dinero
- Modalidad de viaje combinada con negocios
- Aplicaciones móviles haciendo más uso de internet y otros canales.
- Mayor conciencia medioambiental.
- Rechazo a la masificación.
- Búsqueda a de autenticidad y lugares diferentes, ya no se busca una repetición de lo que se tiene en casa.
- Turista joven y adultos mayores con más tiempo y recursos viajan más.
- La internet y las redes sociales establecidas como una de las fuentes más accedidas por los turistas para buscar información antes, durante y después del viaje (p. 16-21).

(Pons, 2022) En el 2022 las tendencias se reflejan en las visitas a espacios abiertos de contacto con la naturaleza por medio de caminatas, turismo al aire libre, retiros de bienestar, de yoga o de spa (p.8).

En el reporte anual de Euro monitor muestra resultados de las tendencias del comportamiento del consumidor a nivel global:

- Por el mayor acceso a la información es más sabio
- Mayor autosuficiencia debido a las aplicaciones y servicios personalizados

- Demanda inmediatez, el estilo de vida actual eficiencia y gratificación instantánea
- Individualidad por el tema de estatus
- Impacto ecológico positivo
- Dependencia digital

Para (MINTUR, Informe de Tendencias globales en Consumo, Tecnología y Turismo 2019, 2019, pág. 3) menciona “rechazo a la edad” aquellos consumidores adultos mayores con mayor poder adquisitivo que disfrutaban de actividades juveniles.

Una segunda es “menos es más” los consumidores rechazan los productos genéricos y fabricados en masa, ahora buscan productos hiper locales, artesanales, eco friendly y que posean cierto estatus. Esta tendencia involucra consciencia sobre otros seres humanos, así también conciencia animal, consumen alimentos veganos. El tercer y último es nombrado “Digitalmente juntos” se basa en la tecnología de los comportamientos y consumo de las personas, va desde la parte profesional hasta la personal, las plataformas pueden ser videojuegos, servicios de citas en línea, realidad virtual y desarrollo de aplicaciones, redes sociales, este último junto con blogs, páginas web e influencias son los protagonistas que brindan mayor acceso a la información en tiempos real.

### ***7.2.20 Demanda Turística***

(Rodríguez, 2014) Conjunto de atributos, valores, servicios y productos del mercado turístico que requieren los operadores turísticos para cubrir sus necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. La demanda se da en el contexto del mercado en el que se involucra diversos operadores de turismo ofertando diferentes productos y servicios además la existencia de un conjunto de espacio geográfico y lugares donde se realizar estos servicios, lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda (p.2).

(Socatelli, 2013) Se define como un conjunto de consumidores o potenciales de

ellos. La demanda pueden ser turistas, viajeros turísticos y visitantes, independientemente de los objetivos de viaje.

La demanda turística posee diferencias entre ellos, es un grupo heterogéneo con diferentes motivaciones, experiencias, características demográficas que, influenciadas por sus necesidades particulares, tienen deseos de disfrutar de las facilidades, actividades, bienes o servicios turísticos (p.1).

### ***7.2.21 Tipología de la demanda***

Se cita una lista de la tipología de la demanda turística dada por la (Universidad La Salle Oaxaca, 2021)

***Demanda real:*** Cantidad de turistas que se puede cuantificar en un lugar y a un momento determinado, añadido a la suma de bienes y servicios solicitados por los consumidores en el mismo lugar.

***Demanda Histórica:*** Registro de turistas registradas en un tiempo no actual para realizar determinaciones de las variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución.

***Demanda futura:*** Resultado según el cálculo como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar mediante fórmulas un probable crecimiento.

***Demanda Potencial:*** Es el incremento que podría conseguirse de la demanda futura, en resultado del mejoramiento de los servicios o por la publicidad para corregir una oferta.

### ***7.2.22 Turista***

Aquel visitante que viaja a un destino diferente al de su residencia, que permanece en el destino y pernocta al menos 1 noche, su estadía debe tener una duración de al menos 24

horas y no más de 6 meses (Acerenza, 2007, pág. 56).

La OMT, denomina "turistas" a las personas alejadas de su entorno habitual, por un periodo de tiempo menor a un año, con independencia de sus motivos.

(UNWTO, GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO, s.f) lo define como, un visitante interno, receptor, emisor o aquel que pernocta en su viaje como visitante del día.

Con las referencias mencionadas de tres diferentes fuentes se puede describir al turista como aquella persona quien sale de su lugar de residencia para viajar a un lugar que le motivaba conocer sea este dentro o fuera de su lugar de convivencia, siendo el tiempo de estadía menor a 6 meses y mínimo 24 horas, además de ello debe dormir mínimo 1 noche en el sitio de visita.

### **7.2.23 Tipos de turistas**

(Mediterrani, 2021) menciona 3 tipos de turistas: mochileros, familiares y Premium.

**Mochileros:** Son personas que comparten características similares, por lo general tienen a ser de edades cortas y a viajar sin compañía, sin embargo, en ocasiones viajan en grupos menores. Por lo general, tiene en lo general poco dinero. Suele caracterizarse por ser un explorador autónomo, normalmente siente interés por el ocio nocturno

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

**Premium:** Hace referencia a los turistas con mayor poder adquisitivo, demanda servicios de valor más elevado e incluso llegaría a consumir de lujo Sus intereses pueden ser muy variados, se puede mencionar también a los turistas que viajan por negocios quienes suelen consumir comida gourmet.

#### **7.2.24 Clasificación del turista en base a su duración.**

Los viajeros se dividen en dos formas, según (Mark, 2013, pág. 14) son, visitantes que pernoctan o turistas y visitantes del día o excursionistas.

**Visitantes que pernoctan o turística:** Visitante que se hospeda por lo menos una noche en el destino visitado, entre ellos;

- No residentes, es decir extranjeros
- Miembros de tripulaciones de barcos o aviones extranjeros con escalas en los destinos.
- Nacionales residentes en el extranjero

**Visitantes del día o excursionistas:** Aquel que no pernocta en el destino;

- Pasajeros de cruceros
- Visitantes del día

**Peregrino:** (Almeida, 2010) Visitante que se moviliza a los destinos con valor espiritual, así no sea netamente turístico durante su estadía en el sitio, demanda servicios complementarios como el alojamiento y alimentación. (p.6)

#### **7.2.25 Grupo Etario**

En las investigaciones se necesitan grupos específicos con características diferenciadoras de los demás, “en algunos de los casos se los agrupa por edades o también conocidos como grupo etario” (Azerrad, 2014, p. 1).

Los grupos etarios o segmento de edades etarios son aquellos grupos con edades similares o personas que entran dentro de un rango de edad específico. “Los grupos etarios se pueden agrupar o entender como grupos de personas que se encierran en grupos similares de valores, actividades, códigos, prácticas y símbolos” (Grupos etarios, 2013).

### **7.2.26 Perfil del Turista**

Es una herramienta útil para el mercado turístico, el perfil es en otras palabras las características, demográficas, de motivación y psicográficas del cliente o la demanda, que se relacionan con la oferta o el producto a consumir, se debe saber dichos perfiles para empezar a trabajar en la satisfacción de los deseos del cliente cubriendo sus necesidades y expectativas (Silva & Rincon, 2008., p. 15).

Las investigaciones es la manera de conocer el perfil del turista ya sea nacional o internacional, estos pueden ser datos personales como nombre, nacionalidad, residencia, ingresos, profesión, preferencias, actividades lúdicas más realizadas, gustos específicos sobre algo en particular, sumado a ello esta herramienta determina el público central para poder crear diversas estrategias de venta (Julio 31st & Para, 2013).

Para determinar el perfil se hace uso de la encuesta en la que se debe plasmar información de fácil acceso, válida y práctica, el perfil del turista además es herramienta de administración importante, pues con los resultados finales es posible determinar el grupo o cliente objetivo que por medio de la indagación se puede generar acciones estratégicas beneficiosas para el alcance de las ventas totales (Gualotuña, 2018, pág. 7).

Ahora en el siglo 22 la información es de fácil acceso, las personas tienen mejores conocedores de muchas cosas, es por ello que el mercado no debe ser estático sino más bien dinámico, pues, la exigencia del cliente es cada vez mayor, en consecuencia, se debe poder responder de manera rápida y con eficiencia

### **7.2.27 Importancia del perfil del turista**

Los prestadores de servicios deben trabajar constantemente en la satisfacción de los clientes, una de las herramientas que ayuda de mejor manera a conocerlos es el “perfil del turista, ya que, conocer de manera anticipada adecua las actividades que se deben emplear para conseguir el éxito” (Gualotuña, 2018, pág. 8).

Para Cortés (2013), Todo negocio está dirigido a los clientes, pues, ellos son sinónimo de éxito, es decir, que la interacción de clientes con prestadores de servicios o dueños de los locales, ayuda a conocer cuáles son las necesidades del visitante, este conocimiento determina las acciones que deberán ser encaminadas con el fin de lograr la productividad y la permanencia del negocio.

El comprador es la principal fuente de ingresos de un negocio, pues, él es quien decide de manera indirecta la utilidad y sostenibilidad del mismo, el cliente es sinónimo de rentabilidad, mientras más clientes más ingresos. Dichos motivos son los que deben dirigir la creación de estrategias de venta, promoción y de creación de productos, ya que, debe ayudar a la fidelización del cliente y atraer a más cliente (EKOS, 2014).

Es vital definir el perfil del turista que visita la provincia, pues al conocer quien disfruta y consume ciertos servicios turísticos ayudaran a direccionar la forma de actuar y a la toma decisiones por parte de los dueños, sean estos privados o públicos, pues, las entidades gubernamentales deben dirigir también acciones de mejora turística basándose en el perfil.

#### ***7.2.28 Variables que determinan el perfil del cliente***

Para determinar el perfil del turista o del cliente es necesario realizar una serie de pasos, dentro de ellos se encuentra la segmentación del mercado, que trata de descomponer en un número reducido de subconjuntos llamados, segmentos, teniendo estos que ser lo más parecido a algunos de los criterios más convencionales utilizados para segmentar el mercado e identificar el perfil del cliente son:

Para (Fernández, 2018) existen 3 variables principales, la variable demográfica geográfica, socioeconómica, estas corresponden a variables independientes y cuantificables.

(David, 2014) en lista y caracteriza cada variable presentada

**Geografía:** Se segmenta en función de la localización, sea estos por el área urbana

o rural.

**Demografía:** Este aspecto ayuda a un mejor análisis del perfil de cliente porque permite conocer datos como; el género, edad, educación, profesión, clase social, religión o nacionalidad.

**Psicográficas:** Accede a la información personal de los turistas, identifica la forma de vida, actitudes, deseos, motivaciones o niveles de aprendizajes, así como también la clase social, tipos de compra, servicios que emplea, frecuencia y horarios de compra.

**Sociológicos:** Aspecto que brinda información referente a la frecuencia de uso del producto, beneficio, fidelidad, actitud hacia el producto, nivel de ingresos, clase social.

(Corrales, 2020) Menciona que históricamente existen 4 tipos de segmentación

**Geográfica:** Se refiere a los lugares en donde se encuentra los diferentes clientes

**Demográfica:** Se toma en cuenta características como grupo de edades, tamaño familiar, la cultura, profesión, nivel de educación e ingresos familiares.

**Conductual:** Se valora el comportamiento entre ellos patrones de uso, sensibilidad y temas de interés.

(Fernandez & Gomez, 2015) menciona que 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 para su complementación Moscardo et al., 2000 citado en (Proaño, Pazmiño, & Tapia, 2018) que no se debe olvidar las variables psicosociales como las motivaciones, o la personalidad del viajero, y otras características asociadas a la experiencia turística cómo la categoría de alojamiento preferido, tipo de transporte, entre otros.

### ***7.2.29 Variable demográfico***

Según Shiffman & Kanuk, 2005 citado en (Monosalva. 2020) siendo importante

conocer el factor demográfico con ello su género, edad, estado civil, nivel de estudios, características sociales, su ingreso mensual o anual entre otros, que permiten identificar la influencia a la hora de adquirir un buen servicio (p.6).

De manera similar (Dasilva, 2021) menciona características que van dentro de la demografía de los turistas, con ello la información obtenida se conocerá de manera más precisa que producto es de interés para el consumidor; edad, genero, empleo, ingresos, estado civil entre otros.

### **7.2.30. Variable socio económico**

Andrade, 2016 citado en (Monosalva. 2020) menciona que el aspecto socioeconómico distingue el entorno en el que el visitante se encuentra, para saber cuánto dinero invierte o está dispuesto a invertir durante su viaje, además define los ingresos, nivel de educación y su ocupación laboral porque, mientras tenga mayor poder adquisitivo su interés por conocer nuevos lugares se incrementa, con ello satisfaciendo sus necesidades a la vez llevándose una experiencia agradable, por lo tanto, se refleja en el tipo de productos o servicios que consumen durante su visita (p.6).

### **7.2.31 Variable Motivación**

Pearce, Moscardo y Caltabiano citados en (Araujo, 2017) en su teoría, describen que la motivación turística puede ocurrir en cinco niveles diferentes: a) necesidad de relax; b) necesidad de seguridad; c) necesidad de relaciones; d) necesidad de autoestima y desarrollo; y e) necesidad de actualización y realización.

Álvarez 2015 citado en (Flores, 2007) en su estudio “ocio y Turismo” agrupa a las motivaciones turísticas en 3, estas son; a) Diversión y descanso, b) búsqueda de evasión y c) empleo del tiempo libre de acuerdo a una dimensión humana (p.11).

(Flores, 2007) Ordena las motivaciones turísticas en Generales y Particulares

perteneciendo al primero la evasión, el disfrute vacacional, el gregarismo y el hábito, mientras que en los particulares están la diversión, el clima, la salud, la cultura, el deporte, Los profesionales, el comercio y la religión (p.12).

### ***7.2.32 Variable Comportamental***

(Conde, Herrera, & Schmidt, 2012) Es necesario conocer la manera de actuar del consumidor turístico, esto para saber cómo es su manera de actuar ante la compra de servicios turísticos, y que es lo que le condicionan a la hora de tomar decisiones y más considerando que el turista no siempre actúa de la misma manera sino que tiene variaciones en su actuar según la situación del consumo y el producto turístico concreto.

(Ciribeli, 2015) “El mercado es segmentado de acuerdo con las características de comportamiento del consumidor Son observados: ocasión de la compra, frecuencia de la compra, fidelidad de consumo, grado de uso, modo de utilización” (p.5).

## **8. VALIDACIÓN DE PREGUNTAS O HIPÓTESIS**

Para el desarrollo del presente proyecto se han determinado las siguientes preguntas de investigación.

### **¿Cuál es el perfil del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia?**

La pandemia ocasionada por la presencia del virus Covid – 19, altero el desarrollo de las actividades económicas a nivel mundial, el turismo se vio afectado también, demostrando cambios en las modalidades, preferencias y necesidades de viajes. El turista es un ser dinámico que siempre está en constante evolución o cambiando necesidades según su entorno, por esos, cambios se ha investigado el perfil del turista actual que visita la provincia, obteniendo como resultado que la mayoría de turistas que visita la provincia son residentes femeninos locales, nacionales y en menor número internacionales que tienen edad entre 35 y 64 años, laboran en instituciones privadas recibiendo mensualmente el salario mínimo de \$425, cuentan con preparación superior, estiman invertir de \$1 a \$100 por viaje, direccionando la mitad de ello para la alimentación, prefieren realizar actividades de caminata y natación en atractivos naturales eligiendo en primer lugar al turismo de naturaleza, en cuanto al consumo, eligen comida tradicional, usar vehículo propio y hospedarse en hoteles, además como la pandemia sigue y los casos de covid han incrementado, es de suma importancia, para ellos contar en todo momento con elementos de bioseguridad.

## **9. METODOLOGÍA/DISEÑO EXPERIMENTAL**

El presente trabajo de investigación se ubica dentro del tipo de investigación transversal con enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo, se ha identificado el tipo transversal, ya que, el estudio se hace en un periodo de tiempo específico, agregado a cuantitativo, pues, la técnica de recolección de datos es la encuesta validada, misma de la cual se obtiene resultados cuantificables, además, descriptiva, dado que, haciendo uso de la estadística descriptiva se

muestran las características del turista que visita la provincia de Pichincha de manera porcentual y por medio de gráficos estadísticos.

Empleando la técnica de recolección de datos de investigación y por medio del método trabajo de campo, se encuestó un total de 398 turistas, que visitaban los 10 principales atractivos turísticos de la provincia de Pichincha, elegidos anteriormente mediante la revisión bibliográfica, mismos que responden a categorías turísticas II, III, y IV para la selección del turista en el atractivo se utilizó el muestreo accidental teniendo en cuenta a personas mayores de 18 años, considerando aquello como la edad mínima del encuestado. Posterior al trabajo de campo, se describió las características de los turistas, se determinó el perfil y se elaboró la guía descriptiva.

## **9.1 Aplicación de la encuesta**

El proceso realizado antes y durante la aplicación de la técnica tuvo en dos fases, la primera, fue realizar una revisión de bibliográfica de fuentes primarias y secundarias obtenidas a través de buscadores confiables como Google académico, permitiendo localizar documentos de carácter académico, también, se accedió a páginas web oficiales, para la segunda fase, se aplicó la encuesta en los 10 principales atractivos turísticos de la provincia de Pichincha.

Se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos:

### **9.1.1 Técnicas**

#### ***9.1.1.1 Revisión bibliográfica***

Esta forma de búsqueda permite la recolección de información plasmada en diferentes tipos de documentos relacionados con la tesis, lo que es muy beneficioso para la investigación, pues, como resultados de la revisión bibliográfica se localizó los puntos de aplicación de la encuesta.

### ***9.1.1.2 Encuesta***

Es una técnica de investigación utilizada en estudios de carácter cuantitativo, para la obtención de información primaria, es necesario que el instrumento tenga buena estructura.

La encuesta se aplicó a un total de 398 turistas nacionales y extranjeros, que se encontraban visitando los 10 atractivos turísticos principales de la provincia, enfocándose en personas mayores de 18 años quienes son considerados como jóvenes mayores de edad y tienen libre voluntad de responder.

La encuesta cuenta con un cuestionario de 26 preguntas en total, entre sus apartados están; el encabezado donde se plasma el nombre de la institución, la facultad y la carrera, seguido de la introducción y concluye con el cuestionario en sí.

### ***9.1.1.3 Muestreo accidental***

Esta forma de muestreo no probabilístico consistió encuestar al turista que esté disponible y alcanzable en el atractivo turístico, elegidos de manera casual sin hacer otro juicio que el de la edad, este tipo de muestreo permitió encuestar a diferentes tipos de turistas y obtener información útil.

## **9.1.2 Instrumentos**

### ***9.1.2.1 Cuestionario***

El documento permite recolectar datos cuantitativos obtenidos mediante su aplicación en los 10 principales atractivos turísticos de la provincia de Pichincha, el conjunto de 26 preguntas posee coherencia y se encuentran organizadas, las preguntas tienen opciones de respuesta en su mayoría cerradas, cada pregunta se enfoca en obtener información de acuerdo a las cuatro variables de estudio, obteniendo respuestas reales.

### 9.1.2.2 Formula del cálculo de la muestra

Para la obtención de número total de la muestra poblacional se aplicó la fórmula determinada para poblaciones infinitas (Román, 2004. p. 38).

$$n = \left( \frac{z^2 \cdot Pq}{e^2} \right)$$

Dicha elección se dio, ya que, no se contó con un número exacto de turistas que hayan ingresado a la provincia en el año 2021.

Los elementos a considerar son:

n=tamaño de la muestra

Z=valor tipificado

E=error máximo aceptable (generalmente: 0.05)

p=probabilidad de ocurrencia de un fenómeno (p=0,5)

q= probabilidad de no ocurrencia del fenómeno (q=0,5)

## 9.2 Guía descriptiva del perfil de Turista

La investigación permitió conocer de manera específica las características demográficas, socioeconómicas, de motivación y preferencia del perfil del turista de Pichincha. Con el total de encuestas aplicadas mediante el trabajo de campo directo y su posterior análisis haciendo uso de la hoja de cálculo Excel, se procedió a plasmar los resultados descriptivos en la guía, misma que fue diseñada por medio de:

**Freepik:** Es una herramienta tecnológica que permitió la descarga libre de un diseño de folleto para posteriormente editarlo y usarlo en la creación de la guía, pues posee más de diez millones de diseños de imágenes, trípticos, entre otros, con la opción de descargo libre. (Zumbana, 2022)

**Adobe Ilustrador 2020:** El software permitió crear el diseño total de la guía, se eligió el uso del programa por su característica de fácil uso, se hizo uso de herramientas internas

como, herramientas de dibujo, herramientas de reforma, degradado, colores de relleno y de trazo, tipo de color, texto, escala, orientación de página. La guía fue elaborada siguiendo pasos ordenados y específicos de diseño. (Zumbana,2022)

**Imágenes:** Para un mejor resultado visual se hizo uso de imágenes relacionadas al turismo en Pichincha obtenidos de los autores Aigaje Fabián, Venegas Andrés, Caiza Diana, Iza Lizeth y Zumbana Zulay mismos quienes reciben créditos. (Zumbana,2022)

**Gráficos estadísticos:** Entre los gráficos estadísticos destacados están, el diagrama de barras y el diagrama de pastel, los gráficos fueron seleccionados de acuerdo a la pregunta con el propósito de hacer una mejor apreciación de los resultados. (Zumbana,2022)

**Pregunta:** En este apartado se transcribió cada pregunta del cuestionario. (Zumbana, 2022)

## 10. RESULTADOS

### 10.1 Descripción del área de estudio

#### 10.1.1 Macro Descripción; Ecuador

##### Figura 1

*Mapa de Ubicación del Ecuador continental*



*Fuente.* Mapa de la ubicación del Ecuador en el continente americano tomado de (Ecuador love life, 2022).

La república del Ecuador con su capital Quito, es un país soberano ubicado en la región noroccidental de América del sur. Una vez realizado el estudio dirigido por la misión geodésica francesa en 173 se midió el arco e meridiano y se refirió a esta zona como “Las Tierras del Ecuador” que viene del *talín aequator* (el que iguala), sin embargo, el país no adquirió el nombre hasta 1830 tras la separación del territorio de la Gran Colombia.

“El país se divide en 4 regiones diferenciadas por su altura, clima, y geografía; Galápagos, Costa, Sierra y Oriente por lo mismo denominado país de los cuatro mundos” (Ecuador love life, 2022).

En Ecuador, por su estructura geográfica y su ubicación, no existen estaciones claramente definidas como en otros lugares del mundo. En general, el país presenta dos climas diferenciados verano e invierno.

#### **10.1.1.1 Límites**

- **Norte:** Colombia
- **Sur:** Perú
- **Este:** Perú
- **Oeste:** Océano Pacífico

#### **10.1.1.2 División Política**

Está conformado por 24 provincias, 269 cantones cada uno con sus respectivas parroquias rurales y urbanas.

- |               |                                    |
|---------------|------------------------------------|
| 1. Azuay      | 13. Los Ríos                       |
| 2. Bolívar    | 14. Manabí                         |
| 3. Cañar      | 15. Morona Santiago                |
| 4. Carchi     | 16. Napo                           |
| 5. Chimborazo | 17. Orellana                       |
| 6. Cotopaxi   | 18. Pastaza                        |
| 7. El Oro     | 19. Pichincha                      |
| 8. Esmeraldas | 20. Santa Elena                    |
| 9. Galápagos  | 21. Santo Domingo de los Tsáchilas |

10. Guayas

22. Sucumbíos

11. Imbabura

23. Tungurahua

12. Loja

24. Zamora Chinchipe

#### **10.1.1.3 Idioma**

En el país el idioma más hablado es el español, pero también existe el kichwa, safiqui, awapit entre otras lenguas indígenas.

#### **10.1.1.4 Moneda**

Dólar Norte Americano

#### **10.1.1.5 Población**

Aproximadamente 17 268 000 habitantes

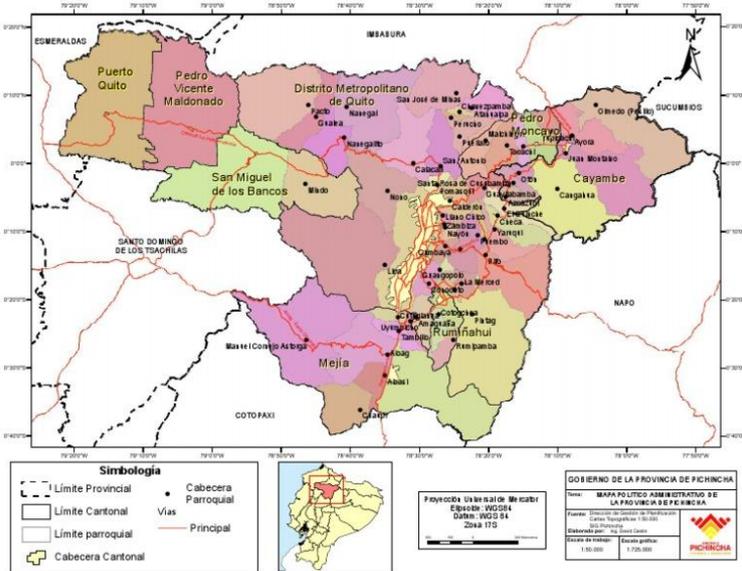
#### **10.1.1.6 Turismo**

En el año 2018 Ecuador recibió un valor de 2 427,7 mil ingresos de turistas internacionales según el (*Boletin\_tecnico\_ESI\_2018*, p. 6), así mismo según el (*PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\_compressed.pdf*, 2020, p. 17) muestra que el geo portal de viajes internos registro un ingreso total de 56 millos de viajes turísticos internos, la gran mayoría en feriados. El país cuenta con 1635 atractivos turísticos de los cuales 712 responden a sitios naturales y 923 a manifestaciones culturales en su mayoría de jerarquía II.

10.1.2 Meso Descripción; Provincia de Pichincha

Figura 2

División política de Pichincha



Fuente. Mapa político de Pichincha, se muestran los 8 cantones. Tomado de (Lozano, s.f)

La provincia de Pichincha forma parte de las 24 provincias que posee la República del Ecuador, se ubica al norte del país, alberga la capital de la República, Quito.

Tabla 7

Cantones de la provincia de Pichincha con sus respectivas cabeceras cantonales

Cantones	Cabecera Cantonal
Cayambe	Cayambe
Mejía	Machachi
Pedro Moncayo	Tabacundo
Pedro Vicente Maldonado	Pedro Vicente Maldonado
Puerto Quito	Puerto Quito

Distrito metropolitano de Quito	Quito
Rumiñahui	Sangolqui
San Miguel de Los Bancos	San Miguel de Los Bancos

*Fuente:* Pichincha posee 8 cantones dentro de su territorio

### **10.1.2 .1 Limites**

**Norte:** Imbabura y Esmeraldas.

**Sur:** Cotopaxi

**Este:** Sucumbíos y Napo.

**Oeste:** Santo Domingo de los Tsáchilas

La provincia es administrada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha, desde su capital.

### **10.1.2.2 Ámbito Socioeconómico**

#### **10.1.2 .2.1 Demografía.**

Contiene según el censo de población y vivienda 2010 realizado por el INEC 2'576.287 habitantes, la capital Quito, concentra al 87% de habitantes, seguido de Cayambe, Rumiñahui y Mejía que poseen el 3%, Pedro Vicente Maldonado es el menos habitado seguido de Los Bancos y Puerto Quito que albergan al 1% y Pedro Moncayo alcanza el 1,29%. El 68,39% demuestra que la mayoría de la población es Urbana.

#### **10.1.2 .2.2 Información Étnica**

Al referirse a las diferentes etnias se describe que el mestizo es el grupo de identidad mayoritario de la provincia con el 82,09%. seguido del Blanco con el (6,34%), en tercer lugar los Indígena con el (5,34%) en cuarto lugar el Afro ecuatoriano con el (4,52%) para concluir se tiene al montubios con el 1,34% (Vasquez, Proaño, & Robert, 2015, pág. 12).

**Tabla 8**

*Número total de habitante por cantón y según su auto identificación étnica*

<b>Cantón</b>	<b>Indígena</b>	<b>Afro ecuatoriano</b>	<b>Negro</b>	<b>Mulato</b>	<b>Montubio</b>	<b>Mestizo</b>	<b>Blanc o</b>	<b>Otro</b>
Quito	91478	59113	11281	34365	30387	1853203	15067	8686
Cayambe	29057	1261	159	577	894	52042	1636	168
Mejía	6084	1165	144	692	692	70135	2302	121
Pedro Moncayo	8764	541	83	252	315	22370	749	98
Rumiñahui	1625	1694	218	917	1026	75141	5023	208
San Miguel De Los Bancos	102	412	161	537	410	14897	997	57
Pedro Vicente Maldonado	337	510	313	424	362	10160	798	20
Puerto Quito	107	707	420	621	498	17007	1047	38
<b>Total</b>	<b>137554</b>	<b>65403</b>	<b>127779</b>	<b>38385</b>	<b>34585</b>	<b>2114955</b>	<b>16323</b>	<b>9396</b>

*Fuente.* Número de habitantes dependiendo la auto identificación étnica por cantos de la provincia de Pichincha. Tomado de (PDOT, 2015, pág. 50)

### **10.1.2 .2.3 Actividades laborales**

Personas de 15 a 29 años, se concentra en el comercio al por mayor y menor (19,27%), le siguen industrias y manufacturas (14,21%), construcción (7,23%), agropecuaria (6,50%),

alojamiento y servicio de comidas (5,95%), servicios administrativos (5,03%), actividades profesionales científicas y técnicas (4,09%), transporte y almacenamiento (4,03%). El 5,86% corresponde a trabajador nuevo.

El cuadro de distribución por el grupo total se repite en los subgrupos. En el de 15 a 19 años, la categoría de Trabajador Nuevo llega al 10,46%. (Vasquez, Proaño, & Robert, 2015, pág. 50)

#### **10.1.2 .2.4 Ocupación laboral**

El 59,94% son empleados u obreros del sector privado. En segundo lugar, se ubica el trabajo autónomo con el 12,02%. El sector público emplea al 9,49% como jornaleros o peones el 6,4%. El empleo doméstico concentra al 4,32%. En el subgrupo de edad de 15 a 19 años, el primer lugar mantiene empleado/a u obrero/a, pero presenta mayor relevancia la categoría de Cuenta Propia (34%) y Jornaleo o Peón (11,89%) y una disminución en la de empleado público al 3,79%. (Vasquez, Proaño, & Robert, 2015, pág. 50).

La actividad agropecuaria, silvícola o pesquera es una de las fuentes de ingresos de la familia, el ingreso se complementa con actividades en el sector secundario o terciario producto de la migración temporal, la producción artesanal y el turismo rural.

#### **10.1.2 .2.5 Cadena Productiva**

Las cadenas productivas que han sido priorizadas en lo agroindustrial con productos como: Florícola, Quinoa, Café, Lácteos, Caña de Azúcar, Guarango, Apícola y Cacao. Las cadenas de servicio son: Turismo, Alimentos y Bebidas, Logística y Transporte, Construcción, Textil. En su mayoría estas cadenas han sido también priorizadas a nivel país como cadenas agro productivas y de servicios que se constituyen oportunidades para las poblaciones del territorio.

### **10.1.2.3 *Ámbito Ambiental***

La provincia posee una extensión territorial de 9612 Km<sup>2</sup>, se encuentra ubicado a una altitud de 2816 m.s.n.m, posee elementos ambientales que permiten gozar de sus servicios.

#### **10.1.2.3.1 Temperatura**

Su temperatura varía de 8° a 24° C, además, el clima cambia dependiendo de la zona, al occidente de la provincia se presenta un clima tropical húmedo, al centro del país es térmico húmedo y seco, semi húmedo, de páramo y gélido.

#### **10.1.2.3.2 Ecosistemas**

De acuerdo al Ministerio del Ambiente dentro del territorio provincial existen los siguientes ecosistemas.

1. Bosque siempreverde de tierras bajas del Choco Ecuatorial (Puerto Quito)
2. Bosque siempre verde montano bajo y alto de la cordillera occidental (cordillera occidental de la provincia)
3. Herbazal ultra húmedo y húmedo de páramo (cordillera oriental como occidental de la provincia)
4. Arbustal y herbazal siempre verde paramo (oeste de Cayambe y Pedro Moncayo)
5. Bosque siempre verde montano alto (Cayambe)

#### **10.1.2.3.3 Áreas protegidas**

La provincia alberga siete áreas protegidas pertenecientes al Patrimonio nacional del Estado (PANE), las cinco primeras comparten territorio con provincias vecinas y las dos finales se ubican únicamente dentro del territorio de la provincia

1. Parque Nacional Cayambe Coca.
2. Parque Nacional Cotopaxi.
3. Reserva Ecológica Antisana.

4. Reserva ecológica los Ilinizas.
5. Área Nacional de Recreación El Boliche.
6. Reserva Geobotánica Pululahua.
7. El Refugio de Vida Silvestre Pasochoa.

Cuenta también con 33 áreas protegidas que no pertenecen al PANE, ubicadas en su mayoría dentro del cantón Distrito metropolitano de Quito, se pueden mencionar; Parque Jerusalén, Mindo Nambillo, Zarapullo.

#### **10.1.2.3.4 Hidrografía**

La principal sub cuenca de la provincia es el rio Guayllabamba mismo que es alimentado por ríos menores como el rio Pita, San Pedro, Chiche, y el Pisque alimentados por deshielos de los nevados.

#### **10.1.2.3.5 Uso de Suelos**

El 43% está dirigido al trabajo agrícola, agropecuario mixto y forestal, seguido del 32% que se encuentra destinada para conservación y protección, el 9% para pecuario y conservación, el 3,27% corresponde al área volcánica, el 2,75% es de uso antrópico y el 0,77 es dirigida para el uso forestal.

#### **10.1.2.4 Turismo**

Es el cantón del Distrito Metropolitano de Quito, el principal distribuidor de turistas a nivel nacional, funcionando como receptor y emisor de turistas a otras ciudades. Quito cuenta con un alto porcentaje de atracción turística nacional y extranjera, según el (PDOT Pichincha, 2015) el 41% de turistas internacionales que llegan a la ciudad se quedan a visitarla y pernoctan en ella, mientras que, el 58,9% se dirige hacia provincias vecinas, además según el MINTUR 2013 indica que el casi 64% ha decidido visitar Quito durante su viaje por Ecuador.

Los demás cantones de la provincia como Machachi, Sangolqui, Cayambe, Mindo son atracción turística menor, atrayendo menos del 1% de turistas.

#### 10.1.2.4.1 Planta Turística

**Tabla 9**

*Número de establecimientos de alojamientos turísticos (2012-2013)*

<b>TIPO</b>	<b>PICHICNHA</b>
Lujo	9
Primera	113
Segunda	219
Tercera	278
Cuarta	3
<b>Total</b>	<b>622</b>

*Fuente.* Obtenido de (PDOT, 2015)

**Tabla 10**

*Número de establecimientos de alimentación turísticos (2012-2013)*

<b>TIPO</b>	<b>PICHICNHA</b>
Lujo	12
Primera	428
Segunda	464
Tercera	902
Cuarta	283
<b>Total</b>	<b>2089</b>

*Fuente.* Obtenido de (PDOT, 2015)

**Tabla 11***Número de atractivos turísticos registrados (2012-2013)*

<b>Cantones</b>	<b>Numero</b>
Quito	111
Cayambe	94
Pedro Moncayo	21
Pedro Vicente Maldonado	30
San Miguel de los Bancos	38
Puerto Quito	30
Rumiñahui	55
Mejía	47
<b>Total</b>	<b>426</b>

*Fuente.* Obtenido de (PDOT, 2015)**Tabla 12***Número de establecimientos de intermediación turísticos registrados*

<b>Tipo</b>	<b>Pichincha</b>
Agencias de viaje	540
<b>Total</b>	<b>540</b>

*Fuente.* Obtenido de (PDOT, 2015)

Hasta el presente año 2022 el MINTUR ha registrado un total de 6730 personas económicamente activas asociadas a la actividad turística.

**Figura 3**

*Mapa Turístico de Pichincha*



*Fuente.* Atractivos Turísticos de Pichincha y sus cantones. Tomado de (Anónimo, Mapa de la provincia de Pichincha, 2015)

Dentro de Pichincha existen variedad de atractivos turísticos naturales y culturales, se menciona, la ciudad de Quito, declarada por la UNESCO como "Patrimonio Cultural de la Humanidad" en donde se pueden apreciar tesoros coloniales. Entre ellos: patrimonios culturales nacionales como la Basílica, La Compañía de Jesús, la iglesia de San Francisco.

Se ubican alrededor de la capital atractivos de afluencia alta como la Mitad del Mundo, parque de Cochasqui, reserva Geobotánica Pululahua, y la iglesia de la Virgen del Quinche.

. En los nevados y volcanes como El Cayambe, Los Pichinchas, El Antisana además se puede practicar andinismo, en Machachi existen termas, y fuentes minerales

En cuanto a manifestaciones culturales anualmente se celebra las fiestas de Tabacundo, la procesión a la virgen del Quinche entre otros (Prefectura, 2017).

### 10.1.3. Micro descripción

**Tabla 13**

*Datos generales del cantón Cayambe*

<b>Cantón Cayambe</b>	
<b>Cabecera cantonal</b>	Cayambe
<b>Población total</b>	Según INEC 2010 69800 habitantes
<b>Temperatura</b>	De 8° C a 22°C
<b>Precipitación</b>	Anual de 500 a 2100 mm
<b>Humedad</b>	80%
<b>Limites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Norte:</b> provincia de Imbabura</li> <li>• <b>Sur:</b> cantón del DMQ y la provincia de Napo</li> <li>• <b>Este:</b> provincia de Napo y Sucumbíos</li> <li>• <b>Oeste:</b> cantón DMQ y en cantón Pedro Moncayo</li> </ul>
<b>Parroquias</b>	Cayambe, Periferia, Ascazubi, Cangahua, Olmedo, Oton, Santa Rosa de Cuzubamba
<b>Altura</b>	De 2700 hasta 5790 msnm

*Fuente.* Información obtenida de (*PlanEstratégico2018.pdf*, s. f.,)

El cantón va adquiriendo importancia por el desarrollo en territorio del turismo comunitario y cultural, siendo una de las más demandas las fiestas de san pablo y el sol en la mitad del mundo en junio y julio. Los atractivos como el parque nacional Cayambe Coca, la cascada de Cariacu y otros lugares naturales (*PlanEstratégico2018.pdf*, s. f., p. 40).

**Tabla 14***Datos generales del cantón Mejía*

<b>Cantón Mejía</b>	
<b>Cabecera cantonal</b>	Machachi
<b>Población total</b>	Según (INEC 2010) 62888 habitantes
<b>Temperatura</b>	De 10° C a 24°C
<b>Precipitación</b>	Anual de 500 a 2000 mm
<b>Humedad</b>	22,98%
<b>Limites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Norte:</b> cantón del DMQ, cantón Rumiñahui y Santo Domingo de los Tsáchilas</li> <li>• <b>Sur:</b> provincia de Cotopaxi</li> <li>• <b>Este:</b> provincia de Napo</li> <li>• <b>Oeste:</b> provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas</li> </ul>
<b>Parroquias</b>	Aloasí, Alóag, Machachi, Manuel Cornejo Astorga, Cutuglagua, El Chaupi, Tambillo y Uyumbicho.
<b>Altura</b>	De 1200 hasta 5126 msnm

*Fuente.* Información obtenida de (PDOT.pdf, 2021.)

Los atractivos del cantón se desarrollan alrededor de los volcanes, el valle, los ríos, cascadas, paramos y bosques, se complementa con el recurso cultural, además, el tipo de turismo más aprovechado es el ecoturismo, turismo sostenible, turismo de aventura y turismo vivencial (PDOT.pdf, 2021., p. 193).

**Tabla 15***Datos generales del cantón Pedro Moncayo*

<b>Cantón Pedro Moncayo</b>	
<b>Cabecera cantonal</b>	Tabacundo
<b>Población total</b>	Según (INEC 2010) 33172 habitantes
<b>Temperatura</b>	De 13,7° C a 25,6°C
<b>Precipitación</b>	Anual de 400 a 1300 mm
<b>Humedad</b>	82%
<b>Limites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Norte:</b> cantón del DMQ, cantón Rumiñahui y Santo Domingo de los Tsachilas</li> <li>• <b>Sur:</b> provincia de Cotopaxi</li> <li>• <b>Este:</b> provincia de Napo</li> <li>• <b>Oeste:</b> provincia de Santo Domingo de los Tsachilas</li> </ul>
<b>Parroquias</b>	Tabacundo, La esperanza, Malchingui, Tocachi, Tupigachi.
<b>Altura</b>	De 1730 hasta 4300 msnm

*Fuente.* Información obtenida de (Municipal, 2018)

Las autoridades del cantón buscan posicionar el turismo como una actividad productiva y a si cambiar su matriz, con el objetivo de poner en valor el patrimonio intangible y tangible local y al mismo tiempo generar ingresos económicos (Municipal, 2018, pág. 55).

**Tabla 16***Datos Generales del Cantón Vicente Maldonado*

<b>Cantón Pedro Vicente Maldonado</b>	
<b>Cabecera cantonal</b>	Pedro Vicente Maldonado
<b>Población total</b>	Según (INEC, 2010) 12924 habitantes

<b>Temperatura</b>	De 17°C a 25°C
<b>Precipitación</b>	Anual de 92 a 415.5 mm
<b>Humedad</b>	84.5% y 87.5
<b>Limites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Norte:</b> Provincia de Imbabura</li> <li>• <b>Sur:</b> Cantón San Miguel de los Bancos y Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas</li> <li>• <b>Este:</b> Cantón San Miguel de los Bancos y Distrito Metropolitano de Quito.</li> <li>• <b>Oeste:</b> Cantón Puerto Quito</li> </ul>
<b>Parroquias</b>	San Vicente de Andoas, San Juan de Puerto Quito, Nueva Aurora, Paraíso Alto, Paraíso Bajo. La Célica , El Cisne, Pachijal.
<b>Altura</b>	De 605 msnm

*Fuente.* Información obtenida de (Maldonado, 2015)

El turismo se ve favorecido por la gran cantidad de puntos atractivos para los turistas, sean estos naturales o con intervención humana. El Cantón se propone aprovechar su biodiversidad, cultura para fomentar el turismo (Maldonado, 2015, p. 10).

## Tabla 17

### *Datos Generales del Cantón Puerto Quito*

<b>Cantón Puerto Quito</b>	
<b>Cabecera cantonal</b>	Puerto Quito
<b>Población total</b>	Según (INEC 2010) 20445 habitantes
<b>Temperatura</b>	De 25°C a 35°C
<b>Precipitación</b>	Anual de 2000 a 4000 mm
<b>Humedad</b>	87%
<b>Limites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Norte:</b> Desde Bancada 7, río Guayllabamba aguas arriba hasta confluencia con el río</li> </ul>

Pitzar; limita con las provincias de Esmeraldas e Imbabura.

- **Sur:** Río Salazar, río Bravo, río Blanco, limita con Santo Domingo de los Tsachilas y parte de Los Bancos
- **Este:** Río Pitzar, Pedro Vicente Maldonado, río Guadalupe, río Salazar.
- **Oeste:** Río Blanco, aguas abajo hasta confluencia con río Sbalo y Bancada 7. Limita con la provincia de Esmeraldas.

<b>Parroquias</b>	Puerto Quito
<b>Altura</b>	De 140 msnm

*Fuente.* Información obtenida de (1760010700001\_DIAGNOSTICO\_PDOT\_CANTON\_PUERTO\_QUITO\_16\_MARZO\_17-03-2015\_00-53-12.pdf, s. f.).

El turismo no se ha desarrollado en su totalidad, los atractivos estn conformados principalmente por atractivos naturales, así como también de tradiciones y costumbres. Los lugares turísticos más conocidos son: la playa del Caon, la cascada azul, cascada el silencio, cascada macallares, la piedra de vapor, entre otros (1760010700001\_DIAGNOSTICO\_PDOT\_CANTON\_PUERTO\_QUITO\_16\_MARZO\_17-03-2015\_00-53-12.pdf, s. f., p. 19).

## Tabla 18

### *Datos Generales del cantón Distrito Metropolitano de Quito*

<b>Cantón</b>	Distrito Metropolitano de Quito
<b>Cabecera cantonal</b>	Quito
<b>Población total</b>	Según (INEC 2010) 2239191 habitantes
<b>Temperatura</b>	De 17C a 25C
<b>Precipitación</b>	Anual de 4500 mm

<b>Humedad</b>	76%
<b>Limites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Norte:</b> Provincia de Imbabura. -</li> <li>• <b>Sur:</b> Cantones Rumiñahui y Mejía</li> <li>• <b>Este:</b> Cantones Pedro Moncayo, Cayambe y la provincia de Napo</li> <li>• <b>Oeste:</b> Cantones Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y provincia de Santo Domingo.</li> </ul>
<b>Parroquias</b>	Posee alrededor de 69 parroquias
<b>Altura</b>	De 2850 msnm

*Fuente.* Información obtenida de (PDOT DMQ, 2012)

A nivel internacional Quito ha recibido varios reconocimientos y premios que abren caminos o ventaja de atracción turística internacional y nacional. Los habitantes han aumentado la importancia del turismo asociada a la conservación.

### Tabla 19

#### *Datos Generales del cantón Rumiñahui*

<b>Cantón</b>	Rumiñahui
<b>Cabecera cantonal</b>	Sangolquí
<b>Población total</b>	Según (INEC, 2010) 85852 habitantes
<b>Temperatura</b>	De 16°C a 23°C
<b>Precipitación</b>	Anual de 1000 mm
<b>Humedad</b>	15%
<b>Limites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Norte, este y oeste:</b> Cantón Distrito Metropolitano de Quito</li> <li>• <b>Sur:</b> Cantón Mejía</li> </ul>
<b>Parroquias</b>	Sangolquí, San Pedro de Taboada y San Rafael, Cotogchoa y Rumipamba
<b>Altura</b>	De 2435 a 4000 msnm

*Fuente.* Información obtenida de (Rumiñahui, 2012)

En el cantón se desarrolla algo de turismo cultural y natural, actualmente se están generando en la parroquia de Rumipamba proyectos de bioeconomía, además, se han desarrollado emprendimientos turísticos alrededor de zonas frágiles, con abundante vegetación nativa, es el caso del complejo Molinuco.

## Tabla 20

### *Datos Generales del cantón San Miguel de Los Bancos*

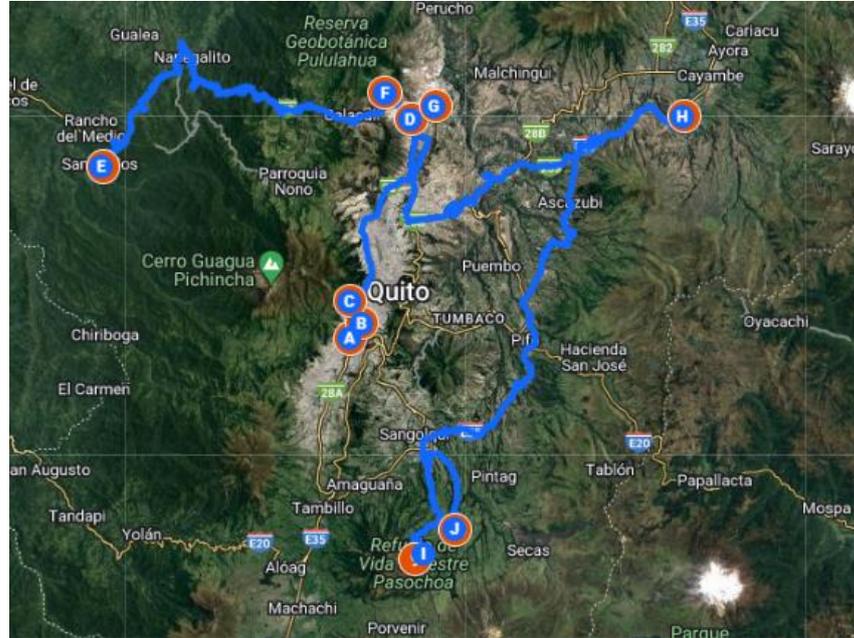
<b>Cantón</b>	Pedro Vicente Maldonado
<b>Cabecera cantonal</b>	San Miguel de los Bancos
<b>Población total</b>	Según (INEC, 2010) 17573 habitantes
<b>Temperatura</b>	De 6°C a 22°C
<b>Precipitación</b>	Anual de 1500 a 2000 mm
<b>Humedad</b>	88,5% y 1.062%
<b>Limites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Norte:</b> cantones Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado y con el Distrito Metropolitano de Quito</li> <li>• <b>Sur y Oeste:</b> cantón Santo Domingo y al este el Distrito Metropolitano.</li> <li>• <b>Este:</b> Distrito Metropolitano de Quito.</li> </ul>
<b>Parroquias</b>	Mindo y San Miguel de los Bancos
<b>Altura</b>	De 1400 a 4720 msnm

*Fuente.* Información obtenida de (PDyOT\_\_2015\_2025.pdf, s. f.)

Se enfoca en trabajar con turismo ecológico o ecoturismo, debido a las características del entorno y gracias al bosque protector Nambillo, sumado a ello, posee amplias zonas de bosque y amortiguamiento, esta ventaja crea fuentes de empleo para la localidad.

**Figura 4**

*Ruta de la investigación para la aplicación del instrumento de recolección de datos*



Para graficar la ruta recorrida hacia los diez principales atractivos turísticos de la provincia se utilizó dos herramientas tecnológicas: Google maps y Google earth, La primera herramienta fue de ayuda para ingresar los puntos turísticos y anclarlos en el mapa, al finalizar se usó la opción abrir en **my maps** y lo antes hecho se refleja en Google earth.

## 10.2 Población y muestra

Para la identificación de la población de estudio mismo que corresponde al número total de turistas que han visitado los siete cantones de la provincia de Pichincha en el año 2021, se inició con la búsqueda de información primaria por medio del ingreso a la página web del MAE y de la misma manera, se hizo revisión de fuentes bibliográfica de los planes de desarrollo de ordenamientos territorial de cada cantón de la provincia, al final, de la revisión en mencionados herramientas bibliográficas no se obtuvo información necesaria, sin embargo, después de ingresar al visualizador Geo portal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador

(Geovit) del MINTUR, se localizó datos estadísticos del ingreso de turistas a la provincia hasta el año 2018 con un total de 12.832.462. No obstante, al no existir datos actualizados del ingreso de turistas nacionales e internacionales a la provincia, se calculó el tamaño de la muestra haciendo uso de la fórmula para poblaciones infinitas

$$n = \left( \frac{z^2 \cdot Pq}{e^2} \right)$$

Que corresponde a.

**Tabla 21**

*Datos utilizados a reemplazar en la formula*

Calculo de la muestra		
Z	valor tipificado	1,96
P	probabilidad de ocurrencia de un fenómeno	0,50
Q	probabilidad de no ocurrencia del fenómeno	0,50
E	error máximo aceptable 5%	0,05

Se trabajó con un intervalo de confianza del 95% con un rango máximo de error del 5%, teniendo como resultado a 385 personas.

Solución:

$$n = \left( \frac{1,96^2 \cdot (0,5)(0,5)}{(0,05)^2} \right); n = \left( \frac{3,8416 (0,25)}{0,0025} \right); n = \left( \frac{0,9604}{0,0025} \right); n = 385$$

La investigación no cuenta con un marco muestral o base de datos de la población turística, por tal razón, se procedió a trabajar con el tipo de muestreo no probabilístico haciendo uso de la técnica muestreo accidental.

Con base en los datos obtenidos tras el cálculo de la muestra, se procedió a la aplicación del instrumento de recolección de datos en los diez principales atractivos turísticos de la provincia, haciendo como único juicio de valor antes de empezar la encuesta, la edad del turista, pues, fue importante que el encuestado tuviese 18 o más de 18 años de edad

Al finalizar el trabajo de campo directo se obtuvo 398 encuestas completas válidas, Según (Abarca, et al. 2022) al conseguir más número de respuestas de participantes, mayor es la probabilidad de obtener una muestra representativa.

### **10.3 Instrumento de recolección de datos**

Una vez definido el tamaño de la muestra del estudio, se procedió al retiro del instrumento de recolección de datos que fue proporcionada por el investigador e ingeniero de cátedra de la carrera de turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi; Manuel Abarca Zaquinula, dicha encuesta cumple con las características necesarias de un instrumento cuantitativo al haber obtenido en el alfa de crombach 0,80.

Mostrando un porcentaje aceptable de consistencia interna, pues, fue validada con anterioridad por el investigador docente en su estudio “Incidencia de las TIC en el Turismo”. Estudio que comprende diferentes campos de investigación, uno de ellos el “perfil del turista”, por la misma razón no se aplicó la prueba piloto.

Posteriormente de haber solicitado la encuesta fue necesario aprobar junto al equipo de investigación dos preguntas adicionales a las ya existentes, con estos últimos cambios la encuesta final posee 26 preguntas organizadas según la variable de caracterización como se demuestra en el siguiente cuadro:

**Tabla 22***Cuadro de operacionalización de las variables de caracterización*

Variable de caracterización	Indicador-Instrumento
Demográfica	¿Nacionalidad? ¿Residencia? ¿Edad? ¿Género? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino</li> <li>• Femenino</li> <li>• Otros</li> </ul> ¿Estado civil? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soltero</li> <li>• Casado</li> <li>• Divorciado</li> <li>• Viudo</li> <li>• Unión Libre</li> </ul> ¿Situación Laboral? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiante</li> <li>• Empleado público</li> <li>• Jubilado</li> <li>• Empleado privado</li> <li>• Desempleado</li> <li>• Otros</li> </ul>
Socioeconómico	¿Promedio mensual de ingresos? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin ingresos</li> </ul>

- 
- Salario básico \$425
  - De 425 a 1000
  - De 1001 a 2000
  - Más de 2001

¿Nivel de estudio?

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

¿Con quién viaja?

- Solo
- Amigos
- Familia
- Pareja

¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?

¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?

¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia?

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

¿Qué porcentaje del gasto destinó para?

- Alojamiento
-

---

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alimentación</li><li>• Transporte</li><li>• otros (actividades de ocio y recreación)</li></ul>
Motivación	<p>¿Cuál fue el motivo de su viaje?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Relajación</li><li>• Salud</li><li>• Estudios</li><li>• Relajación</li><li>• Visitas familiares</li><li>• Trabajo</li><li>• Atractivo turístico del lugar</li><li>• Otros</li></ul> <p>¿Qué atracción turística le gusta más de la provincia?</p> <p>¿Qué tiempo estimó para su visita a la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• De 0 a 1 día</li><li>• De 1 a 2 días</li><li>• De 3 a 4 días</li><li>• más de 4 días</li></ul> <p>¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Referencias familiares</li><li>• Redes sociales</li><li>• Televisión</li><li>• Páginas web</li><li>• Operadoras turísticas</li></ul>

---

- 
- Otros

¿Cuántas veces ha visitado la provincia?

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

¿En promedio cuantas noches ha pernoctado en la provincia con motivos turísticos?

- No, solo realice un viaje de ida y vuelta.
- De 1 a 2 noches
- De 3 a 4 noches
- Más de 4 noches

¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

- Cada semana
- Cada mes
- cada feriado
- Otros

¿Cuál es la consideración más significativa que Ud, considera al realizar un viaje en tiempos de pandemia?

- Protocolos de bioseguridad
  - Servicios
  - Ubicación geográfica
  - Infraestructura y accesibilidad
  - Cifras de contagio
  - Seguridad
-

---

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Otros</li></ul>
Preferencias	<p>¿Cuál es su tipo de turismo favorito?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sol y playa</li><li>• Balnearios en ríos</li><li>• Turismo de naturaleza</li><li>• Visita a centros comerciales</li><li>• Turismo de aventura</li><li>• Turismo gastronómico</li><li>• Turismo cultural</li><li>• Otros</li></ul> <p>¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Comida tradicional</li><li>• Comida gourmet</li><li>• Comida rápida</li><li>• Otros</li></ul> <p>¿Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vehículo propio</li><li>• Vehículo de alquileres (taxi)</li><li>• Público</li><li>• Otros</li></ul> <p>¿Qué tipo de hospedaje prefiere?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Hotel</li><li>• Hostal</li><li>• Hostería</li></ul>

---

- 
- Lodge
  - Cabañas
  - Otros

¿Seleccione la actividad turística que más le guste hacer?

- Caminata
  - Pesca
  - Natación
  - Picnic
  - Deportes
  - Otros
- 

El conjunto de preguntas corresponde a las cerradas, pues, se receipta únicamente una respuesta, además, es necesario mencionar que en algunas preguntas existe la opción de “Otros (especifique)”, ya que, permite conocer alguna otra opción de respuesta que no haya sido contemplada en el cuestionario y sea de consumo por parte del turista.

#### **10.4 Desarrollo de la Investigación**

##### **Aplicación del instrumento de investigación**

Para la aplicación de la técnica, en primer lugar, fue necesario identificar los 10 puntos turísticos principales de la provincia con las siguientes características: jerarquía turística II, III y IV, constar como destino principal de la provincia de Pichincha por el MINTUR. Dichos atractivos fueron identificados gracias a la revisión bibliográfica de 2 sitios web, en el primero se encontró las bases de datos de inventarios de atractivos del Ecuador elaborados por el MINTUR año 2004 e inventario actualizado año 2022.

- Inventario de atractivos turísticos año 2004

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-Inventario-de-Atractivos-2004.pdf>,

- Inventario actualizado de atractivos turísticos año 2022

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1\\_83TI9jYgZEAJXtxnFIqFLrDApRWtJLV/edit#gid=1940874174](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_83TI9jYgZEAJXtxnFIqFLrDApRWtJLV/edit#gid=1940874174)

En segundo lugar, se ingresó a la página web del ministerio del turismo donde consta los principales destinos turísticos de Pichincha.

- Página web del MINTUR [https://vivecuador.com/html2/esp/pichincha\\_es.htm](https://vivecuador.com/html2/esp/pichincha_es.htm),

Como resultado de la revisión bibliográfica se estableció los siguientes puntos principales: La Mitad del Mundo, Mindo Nambillo, Reserva Geobotánica Pululahua, Reloj Solar Quitsato, El panecillo, La Basílica del Boto Nacional, El Teleférico de Quito, Refugio de Vida Silvestre Pasochoa, Cascadas del Rio Pita y Pucara de Rumicucho.

Es necesario mencionar que, a inicios de la investigación se tuvo previsto la elección de los atractivos por mayor afluencia turística o lo que es lo mismo por número de visitas anuales, sin embargo, después de visitar entidades del MINTUR, MAE de manera presencial y de buscar de manera virtual no se encontraron resultados, es por ello que esta posibilidad fue descartada en el desarrollo de la investigación.

Para la verificación de trabajo en campo se elaboró una matriz en donde consta: cantón, atractivo, categoría, tipo, subtipo, jerarquía, descripción y características geográficas.

**Tabla 23**

*Matriz de atractivos turísticos de la provincia*

Cantón	Numero	Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción
	1	La Basílica del Voto Nacional	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura Religiosa	IV	Considerada como una de las máximas construcciones de estilo neogótico de Latinoamérica, es comparada con la Catedral de San Patricio en Nueva York y Notre Dame en París, se reemplazaron las gárgolas por animales endémicos como caimanes, tortugas de Galápagos, piqueros de patas azules, monos aulladores, armadillos, pumas, entre otros que son animales representativos de la fauna ecuatoriana (Capillas, s. f., p. 1).
	2	El Teleférico de Quito	Manifestación Cultural	Manifestación artística contemporánea	Infraestructura Cultural	III	Consta de 160ha de uso alternativo, para diversión y entretenimiento. Posee varias cabinas de medias 1,60 de ancho por 2 de alto en los que se disfruta 8 min de ascenso a cruz loma. (Monteros, 2015, pág. 63).
	3	El Panecillo	Manifestación Cultural	Manifestación artística contemporánea	Monumento Cultural	III	Destino turístico de la urbe, nombrada panecillo por la forma de la montaña de

		ación Cultural	ón artística contemporánea	ento		un pan pequeño e una loma ancestral, escogida para los ritos y ceremonias de los antepasados, a las espaldas de la virgen está el sur y al frente el norte. (Anónimo, 2011).	
Quito	4	Mitad del Mundo	Manifestación Cultural	Manifestación artística contemporánea	Monumento	III	Se lo denomina Monumento Ecuatorial por su ubicación en la Línea Ecuatorial de latitud cero grados, cero minutos y cero segundos, y por su forma piramidal-cuadrangular que tiene cuatro monolitos en los ángulos orientados geográficamente a los cuatro puntos cardinales. (6.19.001168.pdf, s. f., p. 20).
	5	Reserva Geobotánica Pululahua	Sitio Natural	Montaña	Volcán	II	Posee un territorio de 3.300 ha., considerada la segunda área natural más pequeña del SNAP. La mayor parte de la Reserva está constituido por el cráter del volcán apagado Pululahua cuyas paredes de gran declive están cubiertas de vegetación natural, la reserva alberga variedad de orquídeas y otra especies de flora (Céron, 2004, pág. 3).
	6	Pucara de Rumicucho	Manifestación Cultural	Histórica	Zona Arqueológica	II	Definido como una fortaleza militar su construcción es indudablemente Incaica, su nombre significa fortaleza del "rincón de piedras". Tiene una distribución espacial alargada en dirección norte-sur, sobre una colina de forma oblonga no tan alta. Se encuentra subdividida, por razones prácticas, en cinco

terrazas con construcciones de diferentes formas y tamaños, en cada una siendo las más comunes los rectangulares y en un par de casos circulares (Mejía, 2006, p. 39).

San Miguel de los Bancos	7	Mindo Nambillo	Sitio Natural	Sistema de áreas protegidas	Bosque protector	IV	Reconocido como bosque protector en 1988 Es un área natural ubicada al noroeste de la ciudad de Quito con una superficie de 19.537 ha, posee el bosque muy Húmedo pre montano, entre otros, posee tangaras, búhos, colibríes entre otros. Entre los mamíferos están osos hormigueros, tigrillos, cuchuchos, armadillos (Pulamarín, 2015., p. 68).
Cayambe	8	Reloj Solar Quitsato	Manifestación Cultural	Arquitectura	Infraestructura Cultural	III	Primer y único Monumento de la Mitad del mundo, que se encuentra exactamente en la Línea Ecuatorial o Paralelo Cero. Su construcción posee 54 m de diámetro y un gran poste de m de altura misma que señala los solsticio y equinoccios así como las horas del día, fue construido en relación a la tecnología pues su plataforma puede ser encontrada y procesada por los satélites («Reloj Solar Quitsato», 2019.).
Mejía	9	Refugio de Vida Silvestre Pasochoa	Sitio Natural	Sistema de Áreas Protegidas	Refugio de Vida Silvestre	II	Protege un parche de bosque único en el callejón interandino, que, gracias a su difícil acceso (dentro de la caldera) se ha salvado de ser destruido posee 500 ha de extensión y se puede realizar tanto una excursión de aventura extrema,

---

como una caminata tranquila para disfrutar de la biodiversidad andina. Se puede escalar el rocoso volcán o caminar por senderos cómodos y bien señalizados, y pasar la noche en el sitio de acampada (*Refugio de Vida Silvestre Paschoa / Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, s. f.*).

---

Rumiñahui	10	Cascada del Rio Pita	Sitio Natural	Rio	Cascada	III	La cascada de El Pita posee una altura aproximada de 60 m., nace de los deshielos de los volcanes Cotopaxi y Sincholagua, por esta razón, al entrar en sus aguas se siente el frío profundo que llega hasta los huesos, pero a la vez genera una sensación de paz que invita a la reflexión. Es visitada por varios shamanes en cada solsticio para realizar sus ceremonias es un paraíso, pequeñito pero fantástico ( <i>La mágica cascada de El Pita – Ministerio de Turismo, s. f.</i> )
-----------	----	----------------------	---------------	-----	---------	-----	---

---

En segundo lugar, una vez identificados los atractivos se procedió a la recolección de muestras válidas del estudio, para ello se creó un cronograma de visita constando de: Número de encuestas realizadas, nombre del atractivo, fecha de visita, hora de visita y tipo de evidencia. Con el cronograma hecho y aprobado por el equipo de investigación y mediante la utilización del método trabajo de campo directo y la técnica de muestreo accidental, se procedió a encuestar al total de turistas calculados anteriormente que visitaban los atractivos turísticos.

**Tabla 24**

*Cronograma de salidas de campo*

Numero de encuestas	Atractivos Turísticos	Fecha de visita	Hora de visita	Evidencia
<b>Distrito Metropolitano De Quito</b>				
		15/06/2022		
		14/06/2022		
25	Basílica del voto Nacional	16/06/2022	10:00 -15:00	Fotografías
		17/06/2022		
40	Teleférico de Quito	18/06/2022	10:00-15:00	Fotografías
		19/06/2022		
		01/07/2022		
44	Virgen del Panecillo		10:00- 16:00	Fotografías
		02/07/022		
	Monumento a la mitad del mundo	03/07/2022		
60		08/07/2022	10:00 -15:00	Fotografías
	Reserva Geobotánica			
54	Pululahua	10/07/2022	9:00 -17:00	Fotografías
29		15/07/2022	10:00 - 17:00	Fotografías
	Rumicucho	31/07/2022		
<b>San Miguel De Los Bancos</b>				
30	Mindo	9/07/2022	10::00 - 15:00	Fotografías
<b>Mejía</b>				
30	Refugio de vida Silvestre Pasochoa	16/07/2022	10:00 - 16:00	Fotografías
<b>Rumiñahui</b>				
48	Cascadas del Río Pita	17/07/2022	10:00 - 16:30	Fotografías
<b>Cayambe</b>				
38	Reloj Solar Quitsato	24/07/2022	10::00 - 14:30	Fotografías
<b>398</b>				

Se presenta el cronograma de salidas de campo siendo esta la tabla 25 donde se muestran los resultados después de la aplicación la técnica de recolección de datos, se aprecia que el mayor número de encuestas siendo este 60, fueron obtenidas en la Mitad del Mundo, fue lograda, ya que, se dirigió al atractivo por tres días consecutivos, esta decisión se tomó, pues, se apreció un número de turistas internacionales mayor al de los demás atractivos elegidos.

En segundo lugar, se evidencia que, después de acceder a la virgen del panecillo por 4 días seguidos se aplicó la encuesta a 44 turistas, este lugar tiene más visitas en comparación a los demás, ya que, al encontrarse ubicado en la parte céntrica de la ciudad de Quito y al aun contar con transporte público facilitaba el acceso, en el punto de atracción se receptaron mayor número de turistas nacionales residentes en la misma ciudad y en los barrios aledaños al atractivo

Por características similares se visitó La Basílica del Boto Nacional obteniendo un número menor de encuestas, esto, porque, en días de paro los turistas llegaban en menor cantidad, sin embargo, si existía afluencia de ellas se puede afirmar que de manera casi similar a la Mitad del Mundo el atractivo recepta un porcentaje de turistas internacionales

Es necesario mencionar que durante la primera y mitad de la segunda semana de paro nacional sí se aplicaron encuestas principalmente en los atractivos ubicados dentro de la ciudad de Quito estos específicamente fueron La Basílica del Voto Nacional, Virgen del Panecillo y El teleférico de Quito, conociendo que durante esos días existía aún movilidad de transporte público y en atractivos como el teleférico se conocía por referencias familiares la afluencia de turistas nacionales e internacionales y además por observación directa se conocía la llegada de turistas a La Basílica del Voto Nacional, obteniendo de ellas encuestas significativas para la investigación.

Los atractivos que están más alejadas del centro de la capital fueron visitados cuando el paro nacional culminó, pues, al ubicarse en espacios de mayor distancia, no era seguro su visita por las medidas dadas a su debido tiempo.

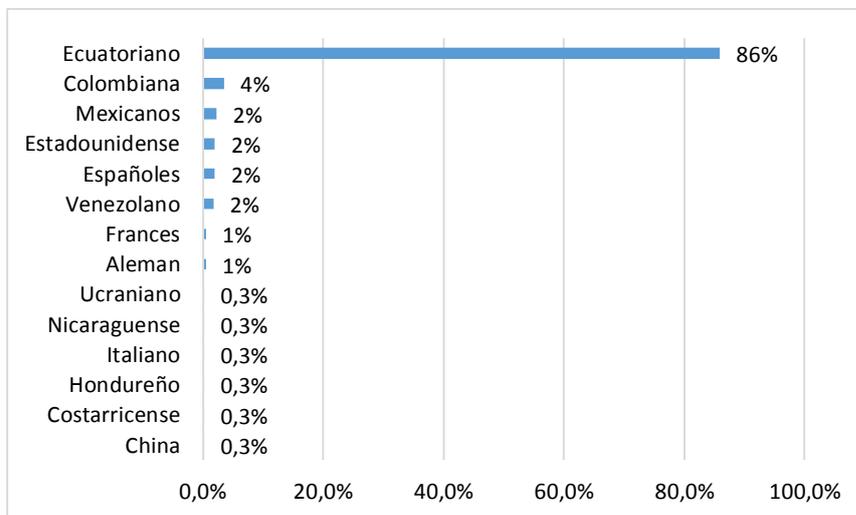
## 10.5 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente apartado se realiza la interpretación de los datos obtenidos de las 4 variables de caracterización, tras la aplicación del instrumento de investigación, con el fin de dar respuesta a los objetivos plasmados.

### 10.5.1 Variable demográfica

**Figura 5**

*¿Nacionalidad? (donde nació)*



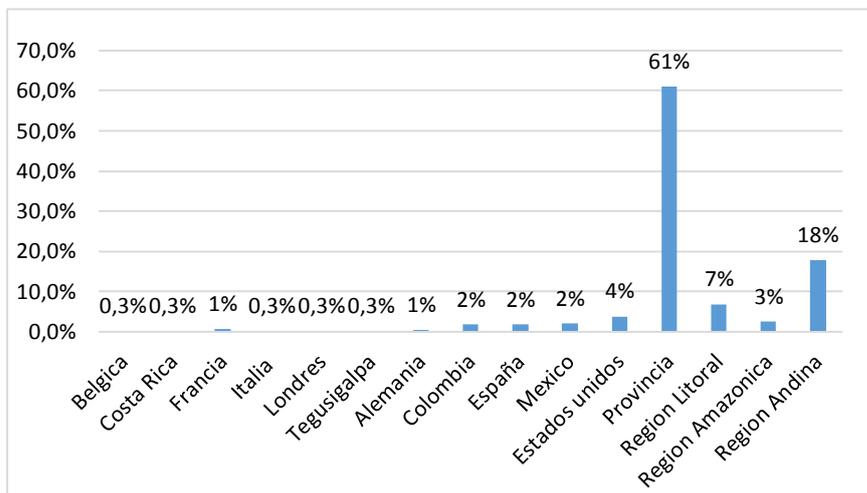
### Interpretación

Según los resultados obtenidos tras la aplicación de las 398 encuestas dirigidas a los turistas se puede evidenciar que hay visitas de turistas con diferentes nacionalidades, es así que el primer lugar con el 86% corresponde a la nacionalidad ecuatoriana, en segundo lugar se aprecia las visitas de turistas colombianos con el 4%, ocupando el tercer lugar se cuenta con visitantes mexicanos, estadounidenses, españoles y venezolanos que corresponden al 2%,

seguido del 1% que consta de turistas franceses, y alemanes, y, ubicándose en quinto puesto se encuentran ucranianos, nicaragüenses, italianos, hondureños, costarricenses y chinos. Con base en los resultados se determina que los visitantes en su mayoría son nacionales, sin embargo, también se aprecia la presencia que, aunque menores en porcentaje, deja saber que el turismo internacional está reactivándose.

**Figura 6**

*¿Residencia?*



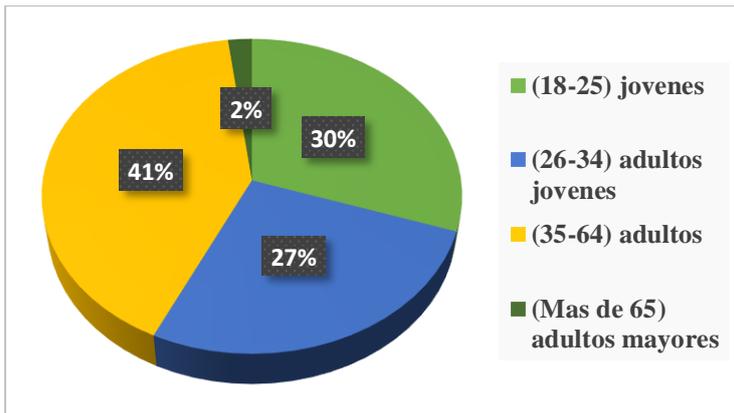
### **Interpretación**

El 61% da a conocer que el mayor número de turistas que llegan a visitar Pichincha son personas residentes dentro de los cantones pertenecientes a la provincia específicamente en los cantones de Distrito Metropolitano de Quito, Mejía, Rumiñahui y Puerto Quito lo que denota que las personas salen a disfrutar de los atractivos cercanos, seguido, se sabe que el 18% son visitantes de provincias de la región Andina pertenecientes a Tungurahua, Azuay, Cotopaxi, Chimborazo, Bolivar, Loja y Túlcan en tercer lugar, con el 7% y 3% provienen de las regiones litoral en mayor numero de Guayaquil, seguido de Esmeraldas, Santo Domingo y

amazónica de las provincias de Napo y Orellana, en cuanto a las visitas internacionales corresponden al 11%.

**Figura 7**

*¿Edad?*

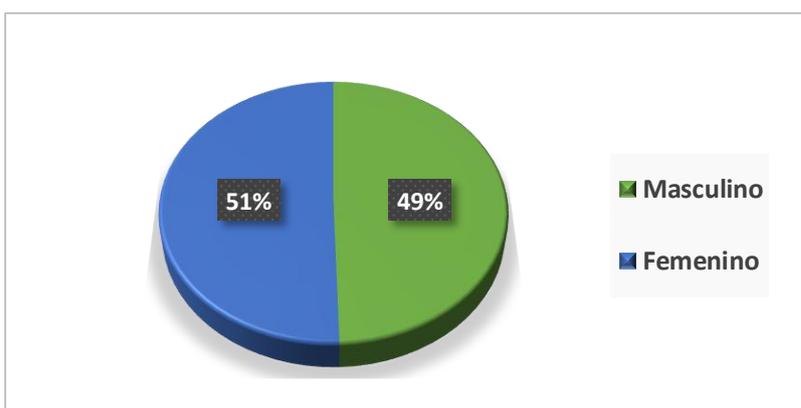


### Interpretación

Según las encuestas aplicadas, se evidencia que, el mayor porcentaje corresponde al 41%, mismo que demuestra que son las personas adultas correspondientes a un rango de edad de 35 a 64 años quienes más visitan los atractivos turísticos esto en relación a que ya poseen ingresos propios, seguidos del 30% y 27 % quien corresponden al grupo de jóvenes, y adultos jóvenes, finalmente se distingue que el grupo minoritario con el 2% son los turistas mayores de 65 años.

**Figura 8**

*¿Genero?*

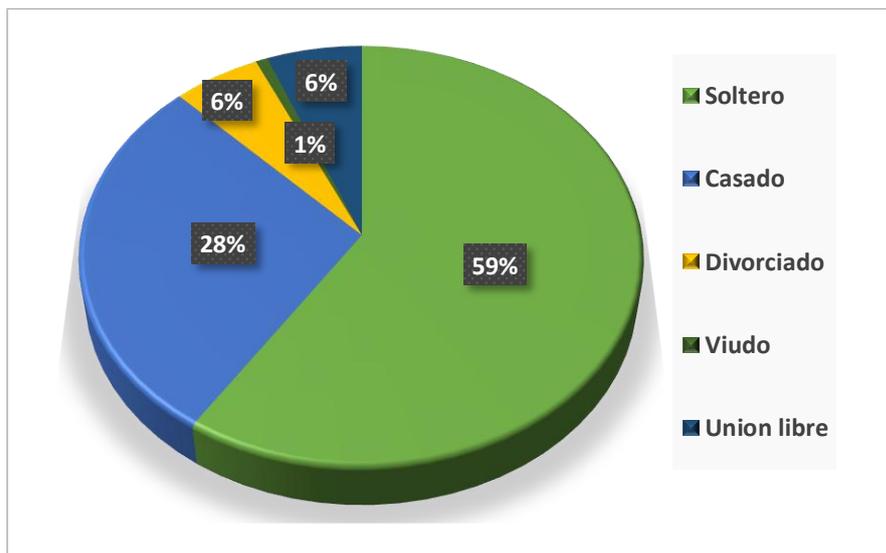


### Interpretación

Se aprecia que la diferencia entre porcentajes es mínima, sin embargo, entre ellos resalta que es el género femenino con el 51% a diferencia del masculino con el 49% quienes deciden visitar los atractivos turísticos, o realizar salida turística por la provincia.

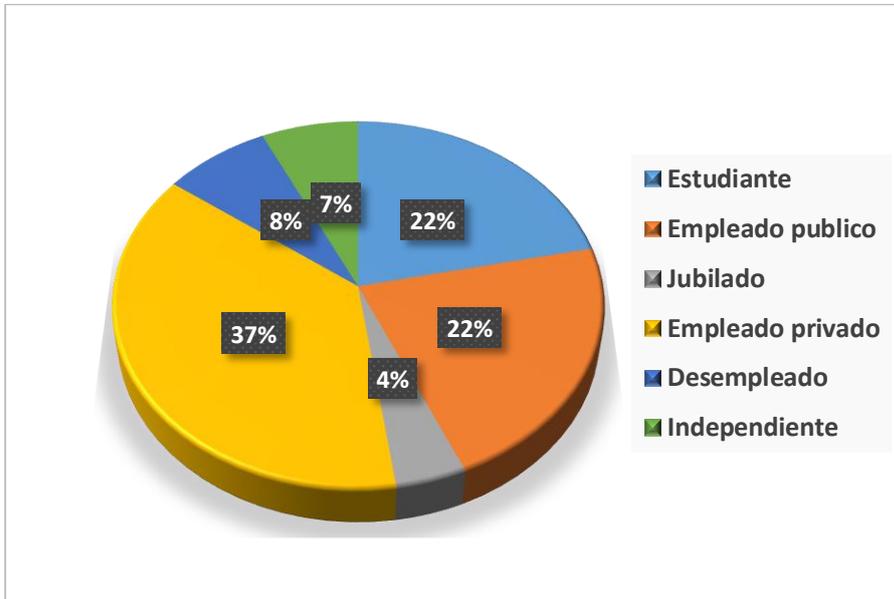
**Figura 9**

*¿Estado civil?*



### Interpretación

Según se puede evidenciar que el primer lugar, con el 59% demuestra que la mayoría de turistas encuestados son solteros, el 28% casados, seguido del 6% porcentaje en los que se encuentran los divorciados y parejas que se encuentran en unión libre, para finalizar se cuentan con personas viudas quienes tienen un porcentaje mínimo del 1%. En base en los resultados se puede suponer que los turistas poseen mayor solvencia económica.

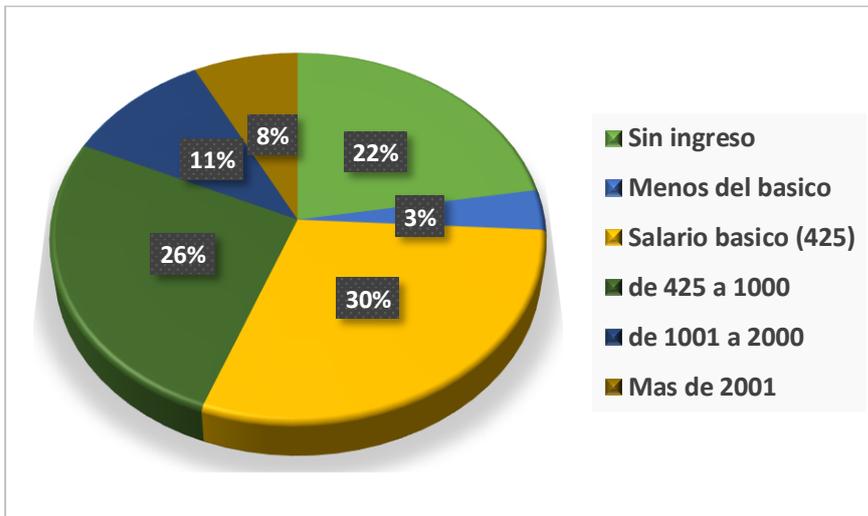
**Figura 10***¿Situación Laboral?***Interpretación**

Se distingue que, de la muestra poblacional, el 37% son empleados privados, luego es posible conocer que el 22% abarca dos grupos, uno de ellos son turistas que laboran en entidades públicas y los demás corresponden a estudiantes, seguido de turistas desempleados, quienes representan el 8%, en penúltimo lugar está el 7% en el que se encuentran los turistas quienes poseen negocios propios y para finalizar con el 4% son turistas jubilados.

### 10.5.2 Variable socio económico

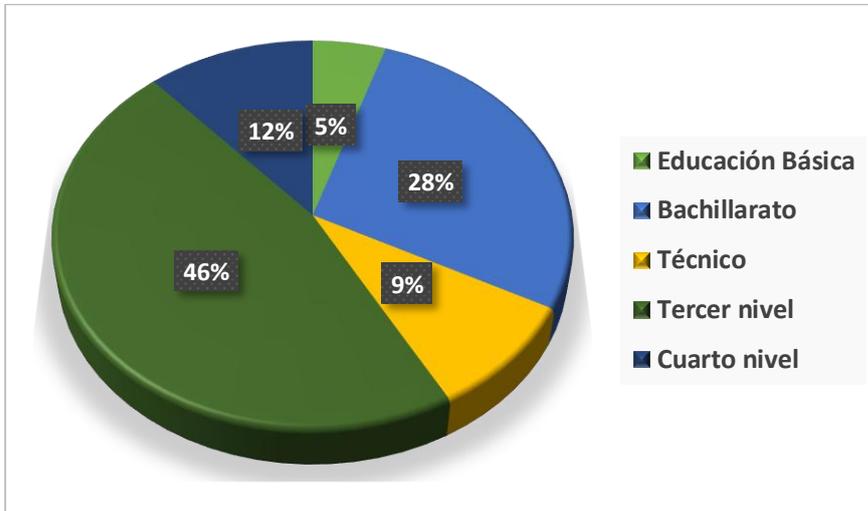
**Figura 11**

*¿Promedio mensual de ingresos?*

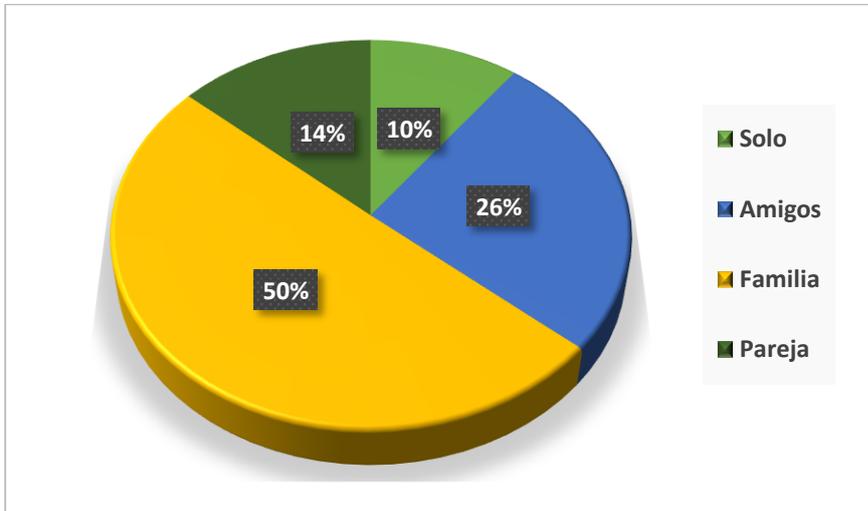


#### **Interpretación**

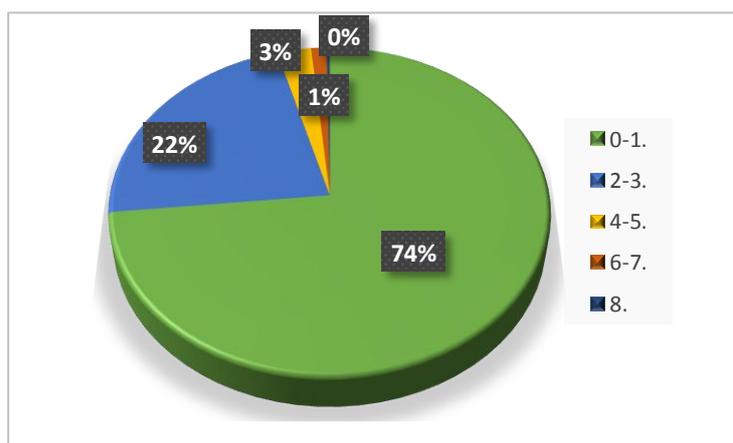
Los resultados arrojan datos donde se aprecia que el mayor porcentaje es 30% que se vincula al ingreso mensual básico, seguido de aquellos que obtienen un ingreso de 425 a 1000, siendo el 26%, el 22% no obtienen ingresos relacionándose a aquellos turistas estudiantes, el 11% recibe un salario más de 100 y únicamente el 8% recibe un ingreso que supera los 2000 dólares, por lo general turistas extranjeros.

**Figura 12***¿Nivel de Estudios?***Interpretación**

El trabajo de campo dio como resultado que el 46% de los que han visitado los atractivos turísticos de la provincia han cursado o se encuentran en proceso de preparación en alguna institución de educación superior mientras que el 28% son turistas que poseen un título de bachiller, también se encuestaron al 12% de turistas los cuales poseen un título de cuarto nivel lo que significa que tienen alguna especialización o maestrías, se conoce además que el 9% poseen títulos tecnológicos, y por último se encuestaron a turistas que solo han culminado la educación básica siendo este el nivel más bajo obtenidos en la investigación.

**Figura 13***¿Con quién viaja?***Interpretación**

Los resultados obtenidos mediante la investigación muestra que el 50% o lo que es igual, la mitad de los encuestados decide viajar en familia, lo que genera más consumo de servicios turísticos, el 26% deciden emprender viajes para conocer los atractivos acompañados de amigos, siendo estos los dos grupos más representativos de la investigación, por otra parte, que los 2 grupos inferiores son el 14% quienes deciden viajar en compañía de su pareja y el porcentaje menor corresponde al 10% siendo aquellos quienes deciden viajar individualmente.

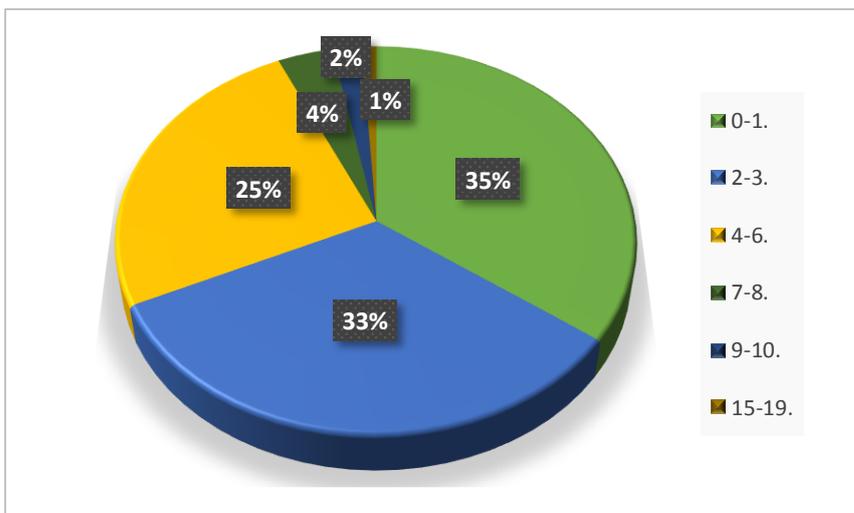
**Figura 14***¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?*

## Interpretación

De los 398 turistas encuestados se puede determinar que el 74% de turistas no viaja con la compañía de personas menores de 16 años, mientras que el 17% de los turistas lo hacen en compañía de 1 y 2 menores, siendo estos dos conjuntos los predominantes de la investigación, en grupos inferiores se conoce que el 5% viaja en compañía de 3 menores de edad seguidos del 2% que lo hacen en compañía de 5, el 1% corresponden a grupos de 5 y 7 menores y por último siendo mínimo el porcentaje tan solo del 0.3% son aquellos que viajan en grupos de 6 y 8.

## Figura 15

*¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?*



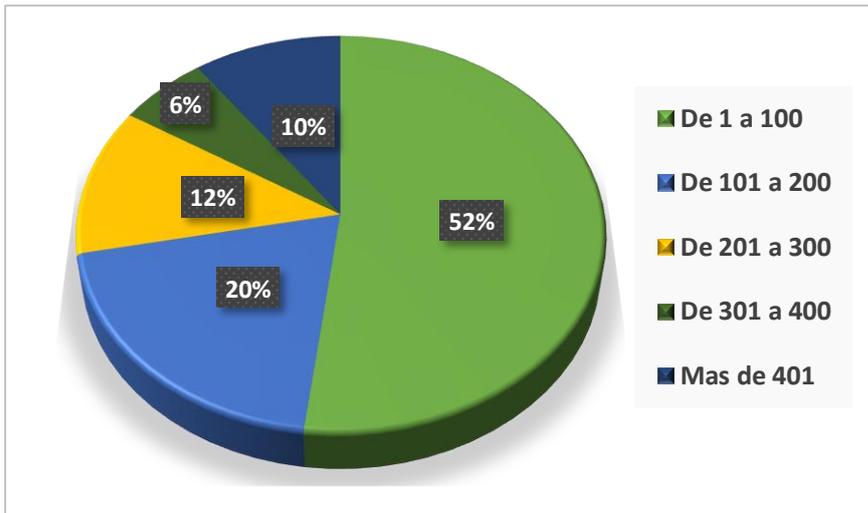
## Interpretación

En relación con, a los datos obtenidos en los diferentes atractivos turísticos se conoce que el 35% de los turistas realizan viajes en compañía de máximo 1 personas mayor de 16 años, de forma casi similar se conoce que el 33% viajan con grupos de 2 y 3 personas, seguido de 25% quienes se movilizan para hacer turismo en grupos de 4 y 6 personas, en los tres porcentajes inferiores se incluyen el 4% siendo ellos los que viajan en compañía de 7 y 8

personas, el 2% de 9 a 10 y por último el 1% son aquellos que viajan en grupos mayores de 15 a 19 personas.

**Figura 16**

*¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia de Pichincha?*

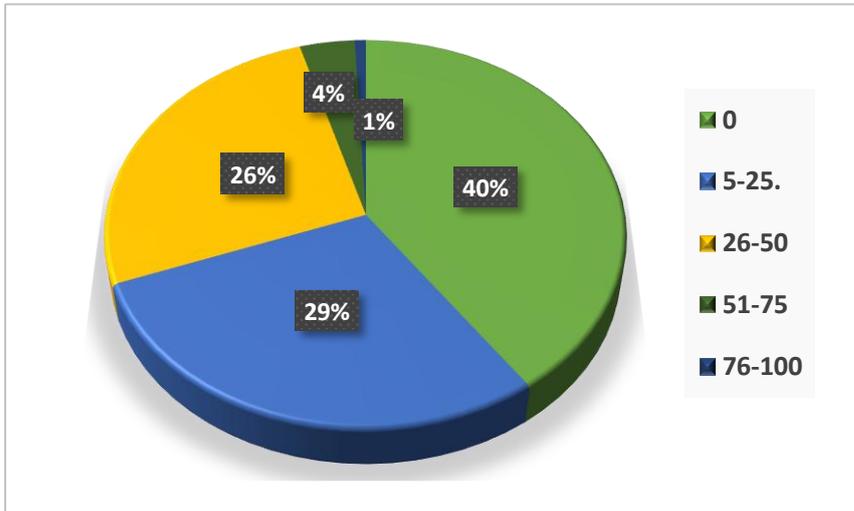


**Interpretación**

El 52% del gasto que el turista ha invertido durante su viaje es de \$1 a \$100, pues, en varias ocasiones es nula la inversión en un establecimiento de alojamiento y en pagos de entradas, mientras que el 20% invierte de \$101 a \$200, ya que, con frecuencia son familias numerosas y su gasto principal es la de alimentación, el 12% ha gastado de \$201 a \$300 dólares por lo general estos gastos los hacen turistas ecuatorianos que viven fuera del país y se encuentran de visita a los familiares y al final con un 6% se encuentran quienes gastan más de \$400, este monto gastan los turistas internacionales.

**Figura 17**

*¿Qué porcentaje del gasto destinó para alojamiento?*

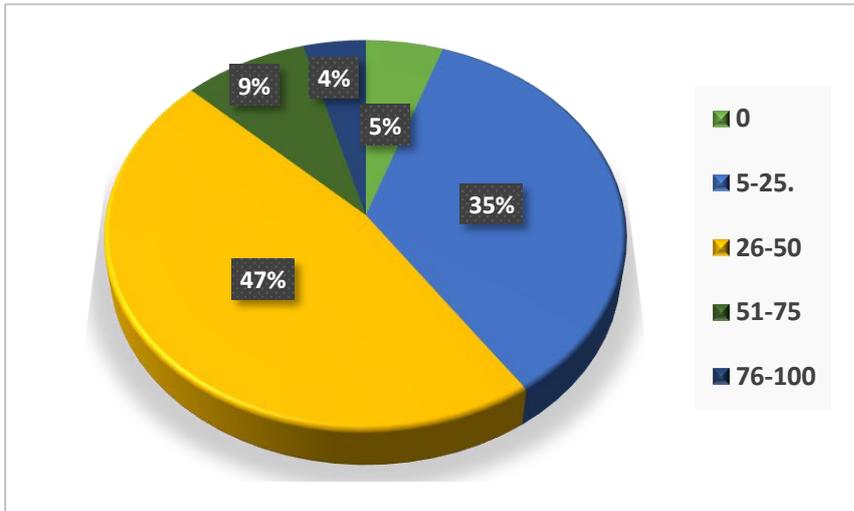


### **Interpretación**

El 40% de los turistas no incluye gastos de alojamiento durante su viaje, ya que, en su mayoría, viven dentro de la provincia y pernoctan en sus respectivas viviendas, por esa razón no es necesario cubrir este tipo de gastos, el 29% invierte de 2 a 25 por ciento, seguido del 26% que invierte una suma un poco más alta de 26 a 50 por ciento, el 4% cubre el gasto del servicio de alojamiento de 51 a 75 por-ciento y únicamente el 1% invierte en rubros de 76 a 100 por ciento.

**Figura 18**

*¿Qué porcentaje del gasto destinó para alimentación?*

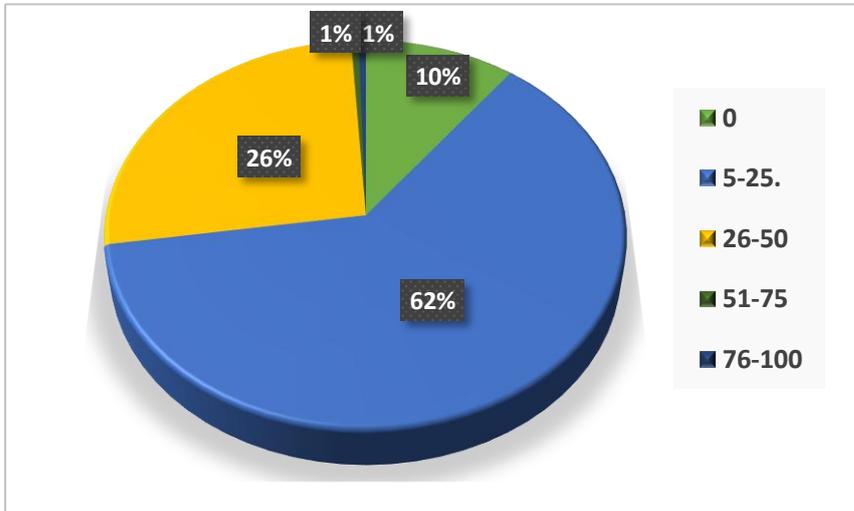


### **Interpretación**

Se ha determinado por medio de los datos que el 47% invierten en alimentación de 26 a 50 por ciento estos gastos los adquieren familias, posteriormente el 35% realiza gastos de 5 a 25 por ciento por la cual se aprecia que son turistas que viajan con una cantidad pequeña de personas, seguido de ello se encuentran aquellos turistas que tienen la posibilidad de gastar de 51 a 75 dólares pertenecientes al 9%, se conoce también que el 5% siendo una porción menor son aquellos que gastan de 75 a 100 por ciento, a esta cantidad se lo puede relacionar con turistas que visitan atracciones que no necesitan de pago por entradas y en lo único que gastan es en la alimentación.

**Figura 19**

*¿Qué porcentaje del gasto destinó para transporte?*

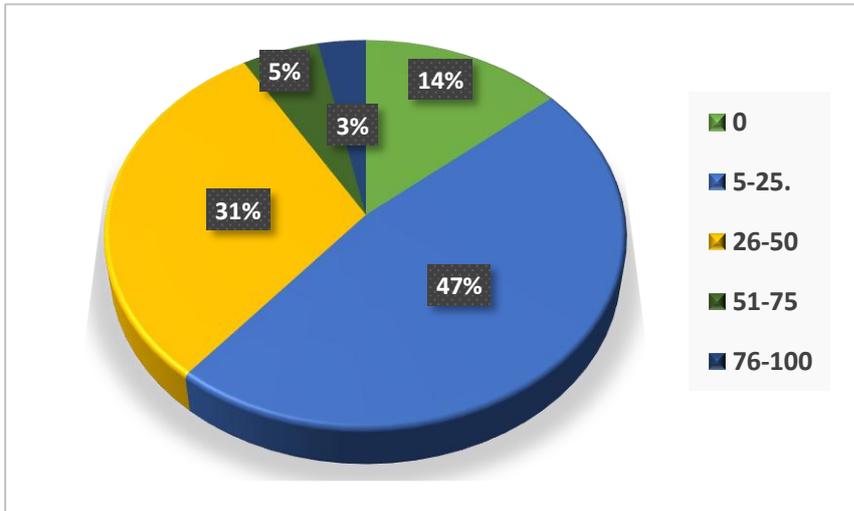


### **Interpretación**

Es posible evidenciar que el 62% hace una inversión mayor al 50 por ciento del gasto total del gasto invertido en los viajes, por el precio de la gasolina, peajes y otros, se conoce también que el 26% invierte de 26 a 50 por ciento del gasto total, seguidamente se aprecia que el 10% no realiza gasto alguno en transporte, esto puede estar vinculado a la cercanía a los atractivos o a utilización de otros transporte como las bicicletas, sumado a ellos se encuentran los turistas que no gastan valores económicos, pues, lo hacen terceras personas por ellos como parejas, o familia, y únicamente el 1% gastan de 51 a 75% del gasto total, lo que deja conocer que el transporte es un servicio demandador para turistas en lo general internacionales.

**Figura 20**

*¿Qué porcentaje del gasto destinó para otros (actividades de ocio y recreación)?*



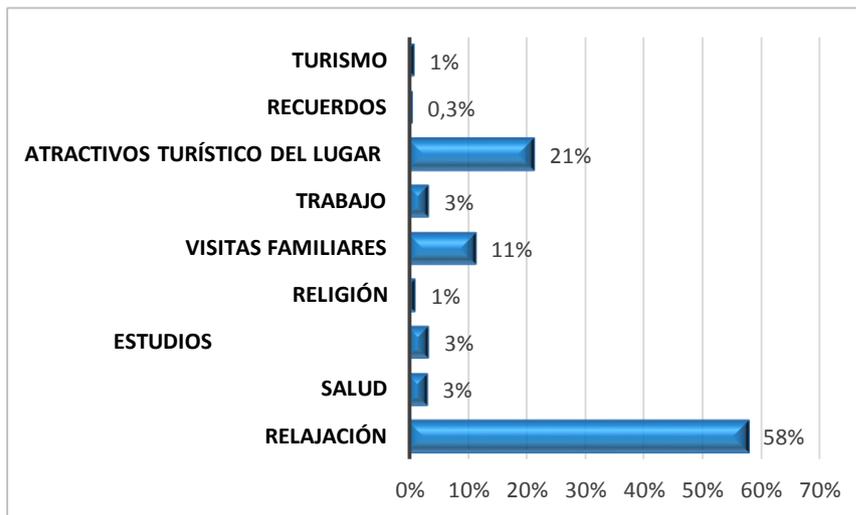
### **Interpretación**

Los datos obtenidos de las 398 encuestas muestran que el porcentaje mayor corresponde a 47% dando a conocer que son aquellos que invierten del 5 al 25 por ciento de sus gastos, mientras que el 31% direcciona sus gastos del 26 al 50 por ciento en otros gastos, además tan solo el 14% no realiza gastos diferentes a los de servicios turísticos los porcentajes inferiores corresponden el 5% y 3% este grupo de turistas dan a conocer que invierten mucho más en otros gastos, según los encuestados la mayor parte de los otros gastos corresponden a la cancelación de entradas a los atractivos turísticos así como también la compra de souvenirs como artesanías locales.

### 10.5.3 Variable de motivación

**Figura 21**

*¿Cuál fue el motivo de su viaje?*

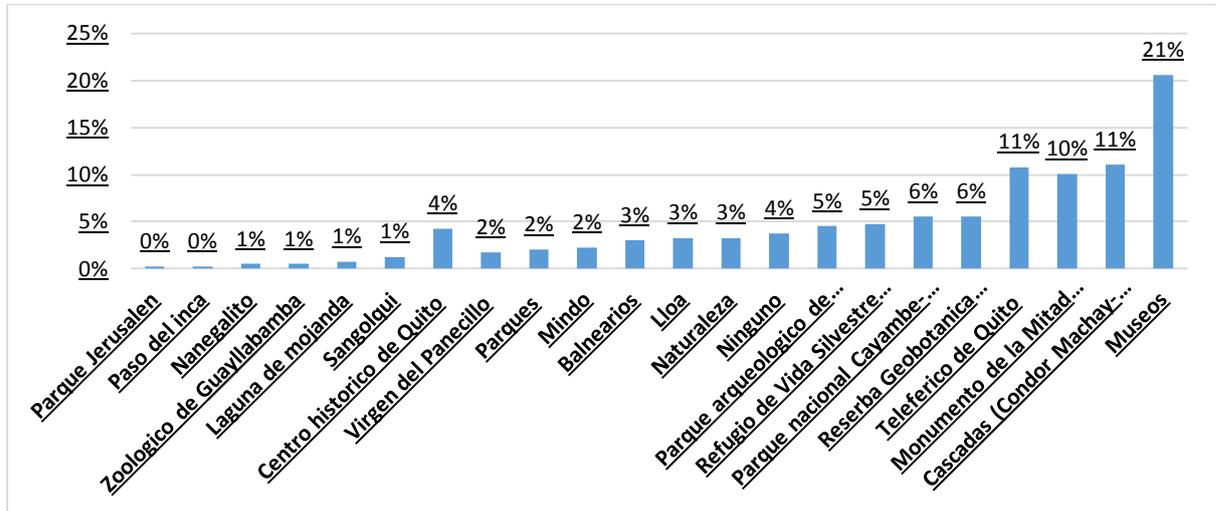


#### **Interpretación**

Las motivaciones más significativas para realizar un viaje de turismo son la relajación con el 58% de elección y el querer conocer el atractivo turístico con el 21%, esto en respuesta a que la mayoría de turistas busca salir de actividades cotidianas de estrés y realizan viajes de turismo para relajarse y a la vez conocer y disfrutar de un día libre, por otro lado, el 11% son motivados a viajar por visitar a familiares aquellas son personas que tienen familia en Ecuador y viajan para visitarlos, también hay grupos menores que conforman el 3% de los encuestados y son aquellos que visitan a provincia por trabajo, salud y estudios, el porcentaje restante del 1 y 0.3% lo son motivados por los recuerdos y por realizar turismo en la provincia.

**Figura 22**

*¿Qué atracción turística le gusta más de la provincia de Pichincha?*

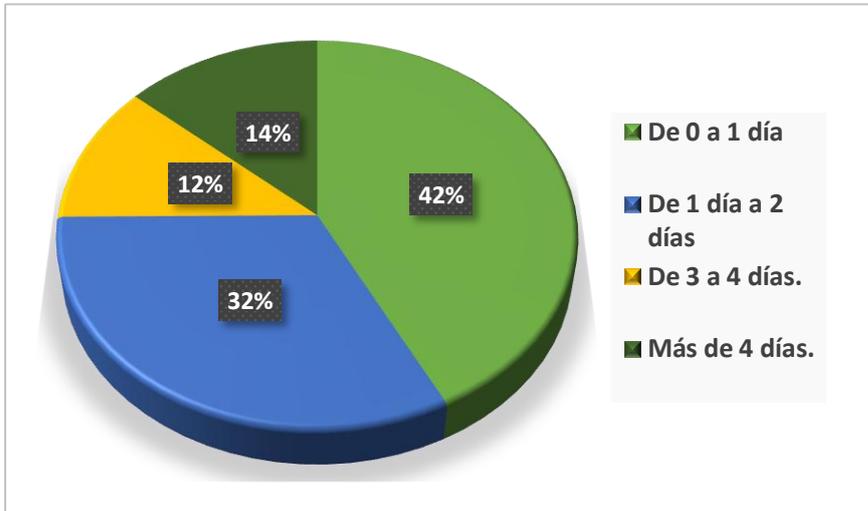


### Interpretación

Los atractivos más gustados por el 21% de los turistas pertenecen al patrimonio cultural siendo esto los museos entre ellos se encuentra el museo Intiñan o museo del sol, en el grupo intermedio se encuentran el 10% y 11% dando a conocer que los atractivos que les ha gustado más son el monumento a la Mitad del Mundo y el Teleférico de Quito siendo estas mismas que perciben el mayor número de turistas extranjeros que el 5% y 6% en los que se puede saber que los espacios protegidos pertenecientes al SNAP son los que la gente disfruta visitar por la naturaleza y diversidad de especies de flora y fauna que rodean estos espacios además porque la naturaleza les transmite más paz que la ciudad, el resto de porcentajes deja una clara elección por parte de los visitantes quienes en su gran mayoría les han gustado diferentes atractivos que en su mayoría pertenecen a atractivos naturales.

**Figura 23**

*¿Qué tiempo estimó para su visita a la provincia?*

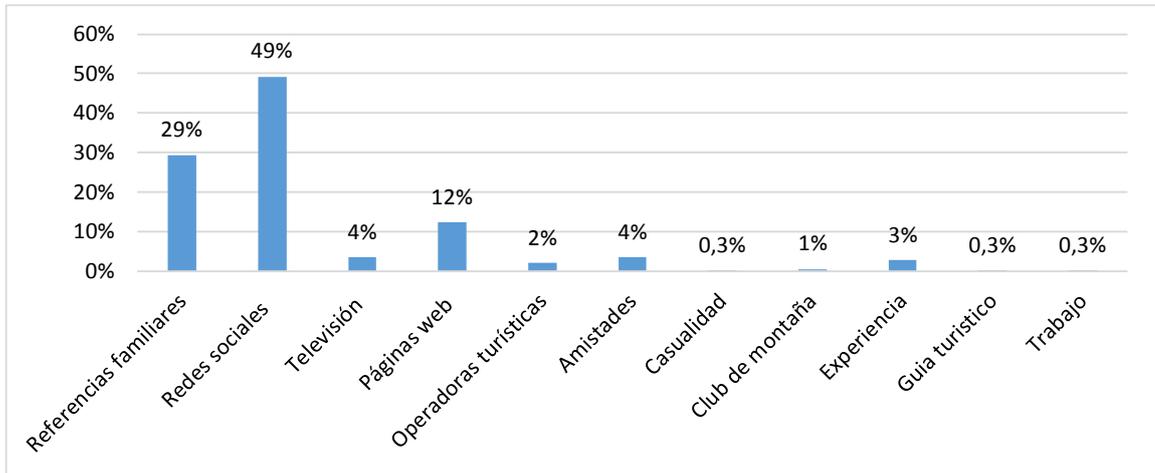


### **Interpretación**

El 42% es el porcentaje mayor muestra que la mayoría de turistas realiza un viaje máximo de 1 día, pues, en su mayoría son turistas con residencia dentro de la provincia y poseen transporte propio por esos motivos regresan a sus casas al acabarse el día, seguido se encuentra el 32% perteneciente a los turistas que se han quedado hasta 2 días en la provincia, en este caso se refiere a turistas que visitan atractivos lejanos a su residencia por lo general en amigos, además se conoce que el 14% pernocta más de 3 días en pi-chincha en este apartado son turistas que poseen familia en la provincia y estudiantes de otras provincias, por último con el 12% son aquellos turistas internacionales quienes pernoctan más de 4 días en la provincia.

**Figura 24**

¿A través de qué medios se informó sobre el atractivo turístico de la provincia?

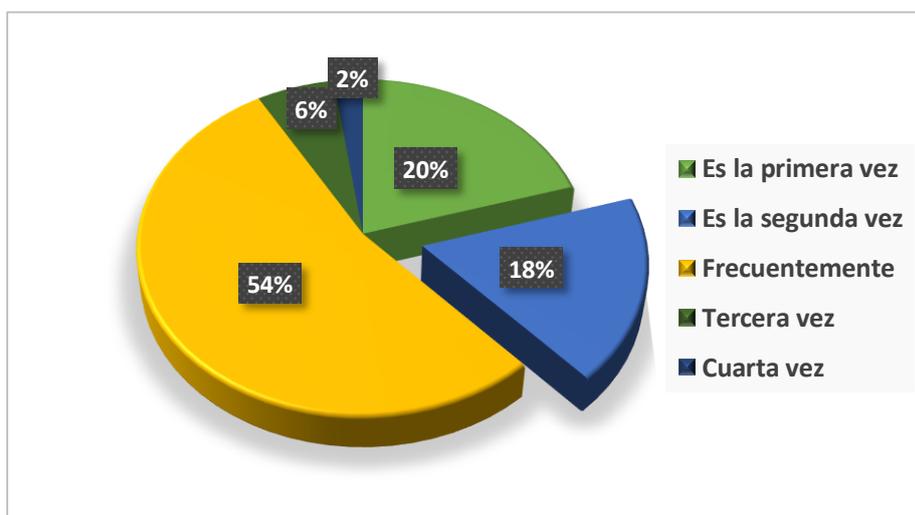


### Interpretación

En la actualidad y gracias a la tecnología que facilita en gran manera el acceso a la información, los turistas reciben referencias de atractivos turísticos por las redes sociales, mismos que tienen información de ayuda, por ello su elección es del 49%, seguido de las referencias familiares con el 29%, el 12% pertenecientes a la página web, mientras que en los grupos menores están medios de información como las operadoras turísticas, trabajo, amistades, experiencias personales, guías de turismo y clubes de montaña.

**Figura 25**

¿Cuántas veces ha visitado la provincia?

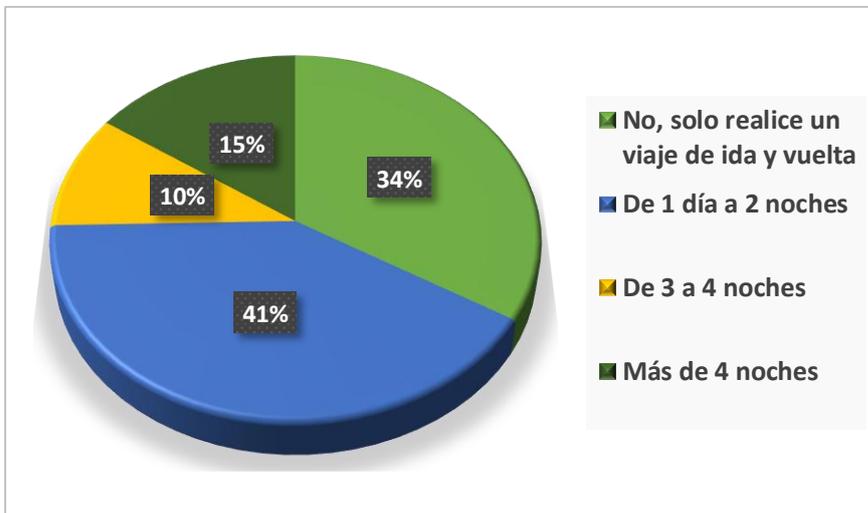


## Interpretación

La provincia y sus diferentes atractivos reciben frecuentemente turistas mayormente nacionales y locales, se puede afirmar pues, el 54% de los encuestados lo afirma, como siguientes porcentajes se muestran el 20% y 18% dando a conocer que han visitado turísticamente a la provincia por primera y segunda vez respectivamente, dichos porcentajes se vinculan a turistas internacionales y a turistas que residen en otras provincias del país principalmente de la región costa, el 6 % y 2% al ser los porcentajes menores demuestran que los turistas han visitado 3 y 4 veces la provincia, principalmente son los turistas que residen en la región sierra del país.

**Figura 26**

*¿En promedio cuantas noches ha pernoctado en la provincia por motivos turísticos?*



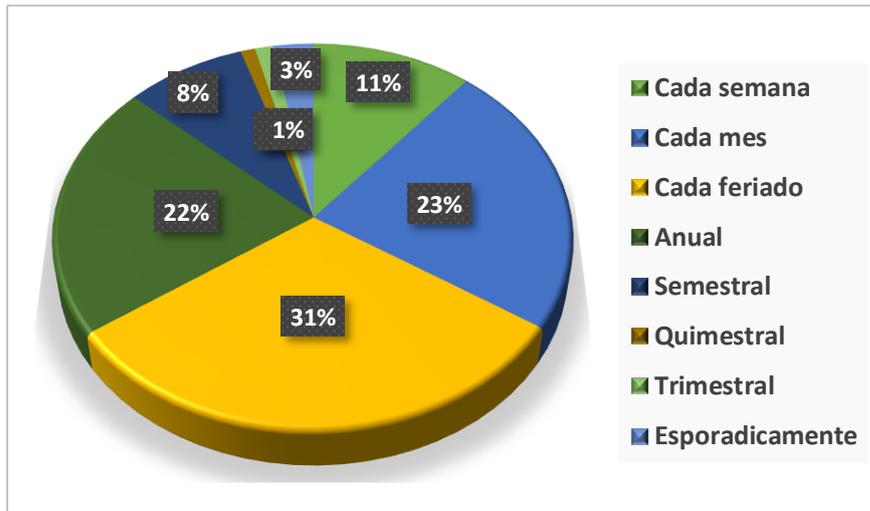
## Interpretación

En la provincia de Pichincha el 41% afirma haber pernoctado por lo menos de 1 a 2 noches fuera de su residencia por motivos turísticos, dentro del tiempo que se flexibilizaron las medidas de prevención, el 34% de sus visitantes no ha pernoctado fuera de su residencia por motivos turísticos, en vez de ellos, prefieren regresar a sus viviendas y realizar viajes de

horas, el 15% ha realizado pernoctaciones por motivos turísticos de 3 a 4 noches, y finalizando se sabe que únicamente el 10% lo ha hecho hasta cuatro noches.

**Figura 27**

*¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?*



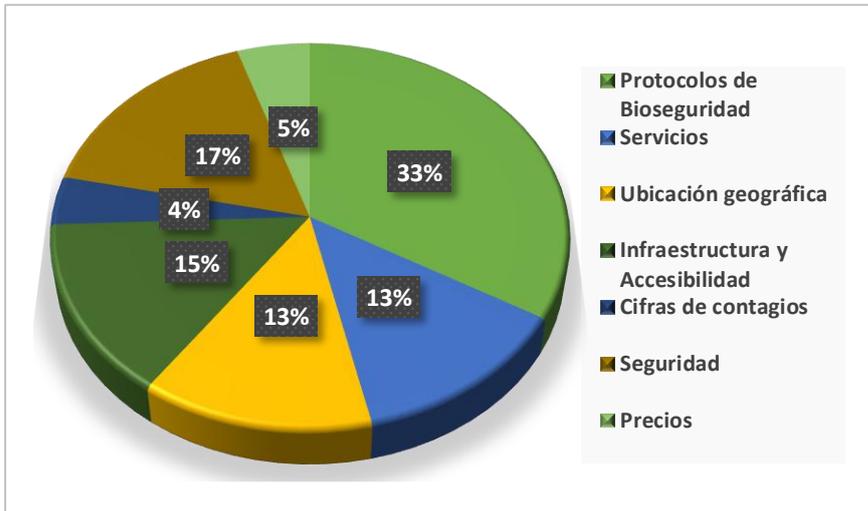
### **Interpretación**

La frecuencia de viajes turísticos en la provincia con un 31% determina que la mayoría de turistas viajan en feriados, se conoce que justamente es en este tiempo libre cuando la población se desplaza a diferentes lugares de relajación, entre los feriados de mayor movilización son: carnaval, navidad, semana santa entre otros, también son las épocas en las que se realizan viajes en compañía de familiares.

El 22% y 23% de los turistas viaja mensual y anualmente, seguido el 11% lleva a cabo salidas turistas cada semana, el 8% viaja semestralmente por razones turísticas, el 3% no cuenta con un espacio de tiempo determinado, simplemente sale de manera esporádica, finalizando se conoce que el 1% cada cinco meses.

**Figura 28**

*¿Cuál es la motivación más significativa que Ud. considera más importante al momento de planificar un viaje en tiempos de pandemia?*



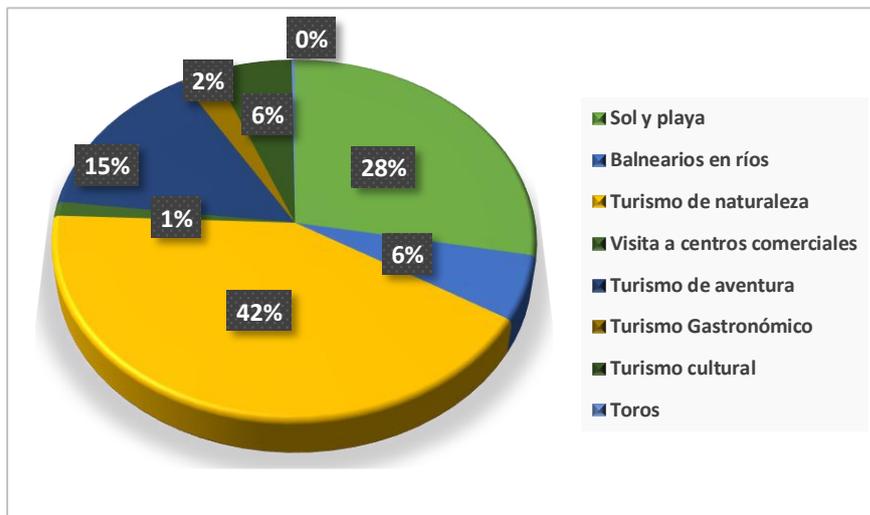
### **Interpretación**

Cursando el segundo año de pandemia, contando con la tercera dosis de vacunas, y conociendo que ha disminuido favorablemente los casos de covid-19 aun 33% de los turistas considera importante fijarse antes de salir de viaje los protocolos de bioseguridad demostrando que la pandemia aunque esté mayormente controlado aun los turistas tienen cuidados para evitar el contagio, en cambio, el 17% de los turistas afirman que es importante para ellos la seguridad que ofrece el destino, seguido se encuentra el 15% que lo conforman aquellos turistas que prefieren buenas condiciones de infraestructura y la accesibilidad, el 13% son la ubicación geográfica y los servicios turísticos, el 5% visualiza las cifras de contagios que un destino tiene para según ello viajar o no, por último, pero no menos importante se consta que el 4% verifica los costos que tiene un atractivo para decidirse a visitarlo.

### 10.5.4 Variable de Preferencia

**Figura 29**

*¿Cuál es su tipo de turismo favorito?*

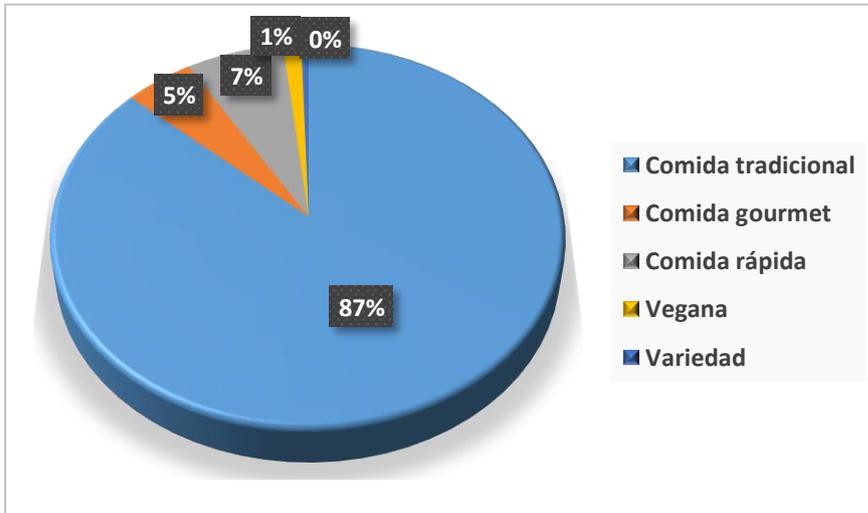


#### **Interpretación**

Los porcentajes predominantes son; el turismo de naturaleza elegido por el 42% de turistas que desean disfrutar de áreas verdes, eligiendo áreas protegidas para su relajación, seguido se posiciona el 28% haciendo referencia la elección del turismo de sol y playa el cual es uno de los más demandados mayormente por las turistas que radican en la región sierra, el 15% elige divertirse poniendo en práctica el turismo de aventura constando en este grupo aquellas personas jóvenes que disfrutan sentir la adrenalina, el 6% ha elegido el turismo cultural, mientras que el 2% se dirige su elección hacia el turismo gastronómico, generalmente en este último grupo se encuentran personas adultas que se dedican a laborar en la preparación de alimentos y disfrutan conocer diferente gastronomía.

**Figura 30**

*¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?*

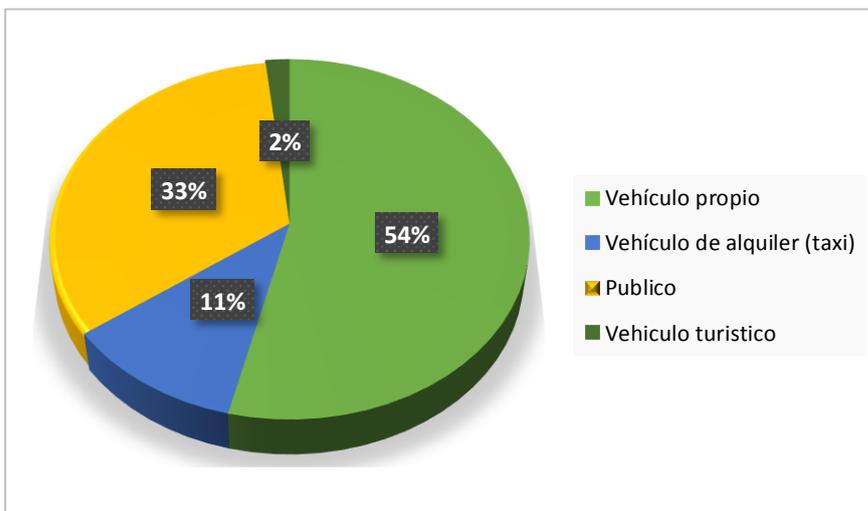


### Interpretación

La gastronomía mayormente elegida por el 87% de los turistas es la tradicional, denotando su preferencia por conocer, consumir y disfrutar de platillos que posee cada destino, seguido del 7% siendo aquellos turistas que prefieren consumir comida rápida, en seguida, se sabe que el 5% da preferencia a la comida gourmet, el 1% restante de la población encuestada prefiere consumir alimentos libres de carne animal.

**Figura 31**

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

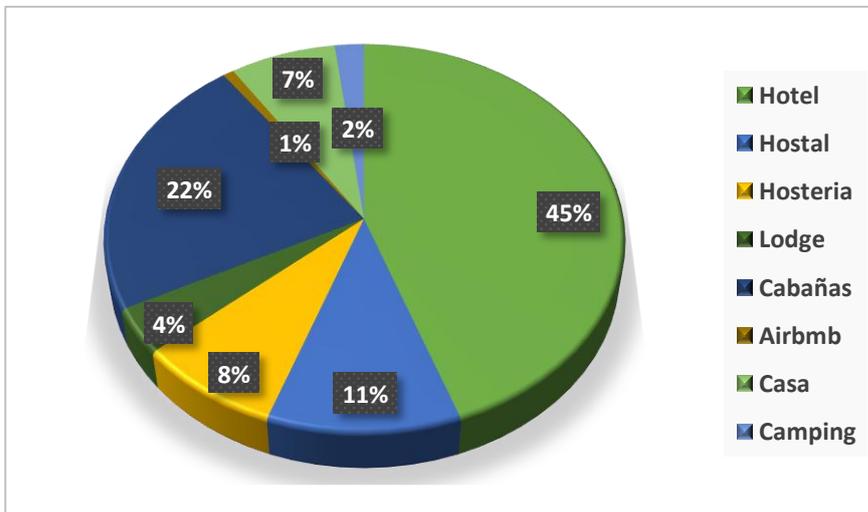


## Interpretación

El 54% posee vehículo propio para trasladarse a los diferentes puntos turísticos de la provincia, el 33% se moviliza por medio del transporte público, el 11% y 2% lo realizan a través del alquiler de diferentes transportes como buses turísticos, carros de alquiler, taxis y moto.

**Figura 32**

*¿Qué tipo de hospedaje prefiere?*

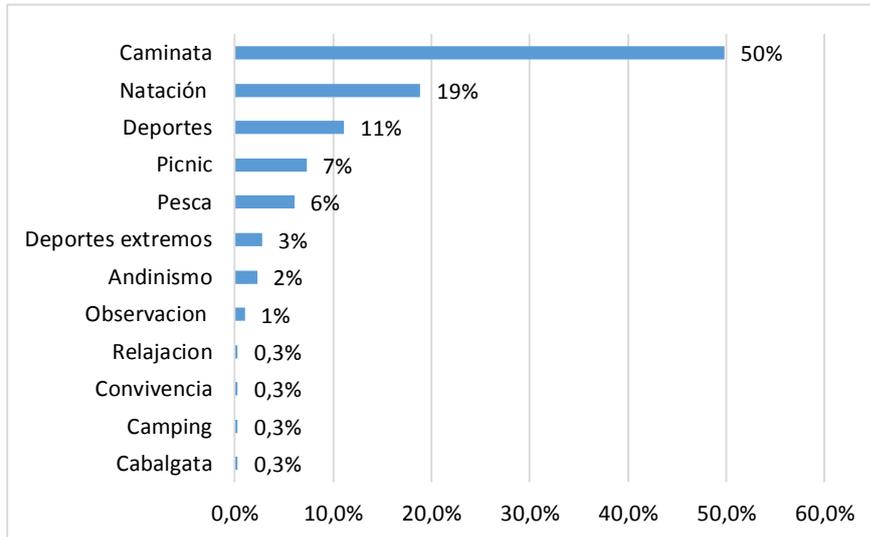


## Interpretación

En cuanto a los servicios de hospedaje se refiere, el 45% ha elegido hospedarse en servicios hoteleros, el 22% se inclina a elegir cabañas, pues, les gusta que la construcción sea amigable con el ambiente, el 11% ha elegido el hostal, el 8% la hostería, el 7% ha elegido casas, ya que, prefieren volver a sus hogares después de cada viaje sea esta o de algún familiar anfitrión, el 4% elige el lodge, pues, al ubicarse en áreas de conservación se convive con el espacio natural, el 2% conformado por grupos de jóvenes adolescentes prefieren disfrutar zonas de camping en espacios abiertos, y por último el 1% siendo ellos turistas extranjeros contrata servicios de Airbnb.

**Figura 33**

*¿Seleccione la actividad turística que más le guste hacer?*



### **Interpretación**

En cuanto a las actividades que disfrutan realizar los turistas se aprecia que, el 50% gusta de la caminata, el 19% prefiere la natación, el 11% va hacia los deportes, el 7% y 6% el picnic y la pesca, se ve además que el resto de porcentajes son aquellos grupos de turistas que disfrutan las actividades turísticas de camping, observación, convivencia, deportes extremos y cabalgata, así como también actividades de relajación.

Los datos obtenidos permiten conocer que los turistas disfrutan mucho realizar caminatas mientras conocen los atractivos turísticos.

## 10.6 Resumen del perfil

**Tabla 25**

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

<b>Perfil del Turista</b>			
<b>Variable demográfica</b>	<b>Variable socioeconómica</b>	<b>Variable de motivación</b>	<b>Variable de preferencia</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El 86% de turistas que visitan la provincia son turistas nacionales</li> <li>✓ El 61% residen en los diferentes cantones: Puerto Quito, Distrito Metropolitano de Quito, Rumiñahui, Mejía, Cayambe.</li> <li>✓ El 41% de los turistas se encuentra en el rango de 35 a 64 años.</li> <li>✓ El 51% es de género femenino.</li> <li>✓ El estado civil predominante con el 59% son solteros.</li> <li>✓ El 37% de los visitantes laboran en instituciones privadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El 30% Perciben ingresos mensuales de \$425 hasta \$1000,</li> <li>✓ El 46% posee un nivel de instrucción superior.</li> <li>✓ Por lo general el 50% realizan viajes en compañía de la familia y amigos, siendo 74% personas menores de 16 y el 35% personas mayores de 16 años</li> <li>✓ El 52% de turistas nacionales locales invierte en el viaje de 1 a \$100, dirigiendo de 25 al 50 por ciento a gastos de alimentación, y la otra mitad a transporte y actividades de ocio y recreación, cubriendo estas entradas y compra de souvenirs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El 58% viaja por relajación.</li> <li>✓ Visitando el 21% de espacios culturales como museos de la provincia.</li> <li>✓ 42% L de turistas invierten un tiempo de 1 día como máximo, regresando a sus hogares después de haber culminado la visita.</li> <li>✓ El 49% utiliza las redes sociales como fuente para conseguir información de los atractivos.</li> <li>✓ El 59% visita frecuentemente, los atractivos de la provincia, pues, la mayoría de turistas viven dentro del territorio y el 31% lo hace en temporadas de feriados</li> <li>✓ A pesar de que el porcentaje en inversión de hospedaje es el menor el 41% han pernoctado en ellos hasta 2 noches.</li> <li>✓ El 33% elige a los protocolos de bioseguridad es el aspecto más importante que consideran antes de llevar a cabo un viaje de turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El tipo de turismo que más gusta con el 42% es el de naturaleza.</li> <li>✓ El 87% prefiere el tipo de alimentación tradicional</li> <li>✓ El transporte utilizado por el 54% de turistas es propio</li> <li>✓ El 48% decide hospedarse en servicios hoteleros</li> </ul>

### **10.7 Perfil del turista de la provincia de Pichincha**

El perfil del turista se define tras la obtención de resultados de la encuesta aplicada en el mes de junio y julio, en la que consta información de las cuatro variables de caracterización; demográfica, socioeconómicos, motivación y preferencia. Basándose en ello que el 61% de visitantes que llegan a la provincia son turistas locales residentes en los cantones; Distrito Metropolitano de Quito, Rumiñahui, Mejía, Cayambe y Puerto Quito, el 28% son turistas nacionales provenientes en mayor número de la región andina de provincias como Cotopaxi, Tungurahua, Azuay y el 14% corresponde a la llegada de turistas internacionales desde países como Estados Unidos, México, España, Colombia, Francia.

En general, el 51% de turistas son de género femenino, correspondientes a un grupo etario que va desde los 35 hasta los 64 años, edades a los que pertenecen el grupo de personas considerados adultos, quienes el 46% posee título de tercer nivel y el 59% son solteros, pertenecientes el 37% principalmente al sector privado obteniendo un ingreso mensual que corresponde a un rango entre \$425 - 1000.

El 50% son viajes familiares realizados en compañía de hasta un menor y un mayor de 16 años empleando de \$1 a \$100 por salida, los cuales el 50% es dividido entre partes iguales para actividades de ocio y recreación, transporte e invirtiendo casi el 50% de la inversión total en alimentación.

Entre los sitios turísticos que más gusta a los turistas se encuentran; el teleférico de Quito, Monumento a la mitad del mundo, Centro Histórico de Quito, Museos, Cascadas, Reserva Geobotánica Pululahua, Parque nacional Cayambe-Coca, Refugio de Vida Silvestre Pasochoa, Parque arqueológico de Cochasqui, Balnearios, entre otro. Siendo la principal motivación de visita con el 58% el sentir relajación y visitándolos frecuentemente.

El 31% de los viajes se dan en feriado, sumado a ello sigue siendo de mucha importancia revisar los protocolos de bioseguridad evitando contagios posteriores, dichos

viajes poseen una duración máxima de 1 día, pues, deciden regresar a sus viviendas al finalizarlo, sin embargo, si se habla de manera más general y de viajes más prolongados el turista anualmente con el 41% pernocta fuera de su residencia por lo menos de 1 a 2 noches. La información que los turistas obtienen de los atractivos lo hacen mediante el uso de las redes sociales

En cuanto a las preferencias turísticas el 42% eligen el turismo de naturaleza como su favorito y el 28% el turismo de sol y playa en cuanto a la gastronomía el 87% prefiere degustar la tradicional, por otro lado, el transporte más utilizado con el 54% es el propio seguido del público que posee el 33%, como servicio turístico se cuenta con el hotel y cabañas los cuales han sido elegidos por el 44% y 22%, las actividades que más disfrutan realizar son principalmente la caminata con el 50%, seguido de la natación con el 19%, los deportes con el 11%.

### **10.8 Diseño de la Guía Descriptiva**

La elaboración de la guía descriptiva tiene como motivación principal el compartir información de las características que presentan los turistas que visitan la provincia de Pichincha plasmada en una guía que sirva como herramienta informativa para la sociedad civil que se dediquen o tengan relación con el campo turístico, ya que es necesario conocer la demanda para direccionar la oferta.

Para la realización de la guía fue de gran importancia tener en cuenta los resultados obtenidos de la hoja de cálculo excel porque son la principal información a presentar y posterior a ello la organización de la información, misma que se describe a continuación, así como las características.

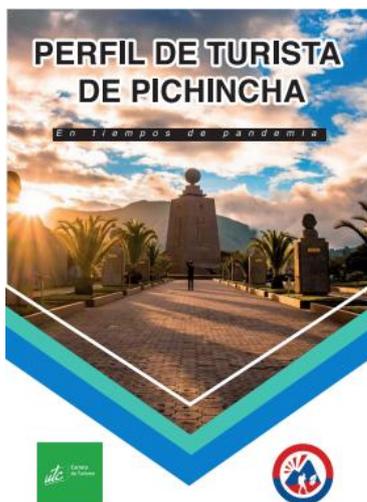
### 10.8.1 Partes de la guía

#### 10.8.1.1 Portada

Al ser una guía relacionada con el comportamiento del turista durante sus viajes se ha seleccionado como imagen inicial el monumento a la Mitad del mundo, pues, en comparación de los demás atractivos turísticos seleccionados, este tiene un número mayor de afluencia de turista extranjero y nacional, lo que da a conocer que es un atractivo demandado e importante dentro del territorio de la provincia, sumado a ello fue elegido en cuarto lugar como el atractivo turístico que más gusta a los turistas. En la parte superior lleva el título *Perfil del turista en tiempos de pandemia.*

#### Figura 34

*Portada de la guía descriptiva*

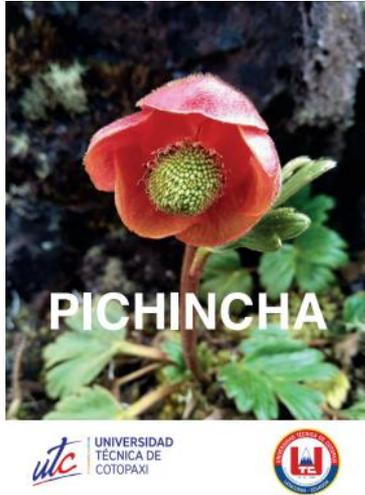


#### 10.8.1.2 Contra portada

Para la contraportada se usó la fotografía de una urku rosa, obtenida de los senderos del volcán corazón, pues, es la única rosa que crece a más de 4000 m.s.n.m, además caracteriza a la región andina, además contiene sellos del ministerio de turismo y el sello de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

## Figura 35

*Contraportada de la guía descriptiva*



### 10.8.1.3 Créditos

En el apartado se describen todos los colaboradores que contribuyeron con diferentes elementos para a la creación de la guía, la imagen que se puede apreciar es el descenso del volcán Rumiñahui en rapel, específicamente del pico Antuquito.

## Imagen 36

*Colaboradores*



#### 10.8.1.4 Índice

El apartado es un elemento necesario de la guía, pues, direcciona de manera más sencilla a ubicarse por página de acuerdo a la necesidad de información del usuario, en varios documentos se aprecia uno y la presente guía cuenta con una.

#### Figura 36

##### *Índice de la guía descriptiva*

Índice:	
07	— Introducción
08	— Características
10	— Variable demográfica
16	— Variable socio económica
26	— Motivación
34	— Variable preferencia
39	— Conclusión y recomendación
40	— Metodología
41	— Mapa turístico del Ecuador
42	— Agradecimiento

#### 10.8.1.5 Características de la provincia

Es necesario incluir datos generales del territorio en el que se hizo la investigación, el apartado cuenta con los siguientes datos: límites, cantones y características turísticas de la provincia



### 10.8.1.6 Metodología

En este apartado se describe la metodología utilizada en todo el proceso de la investigación, con el fin de que el lector conozca cómo se realizó la investigación

#### Figura 38

##### *Metodología de la investigación descrita*

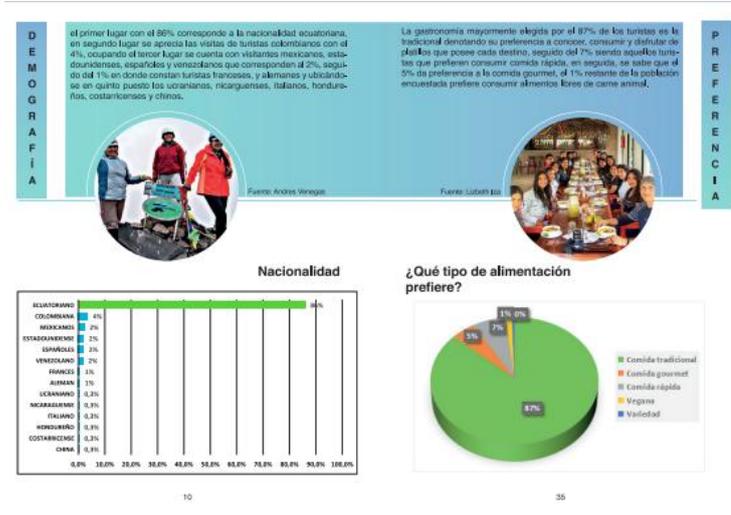


### 10.8.1.7 Datos según la variable de caracterización

El diseño para presentar la información principal se divide en 5 apartados, en la parte superior derecha e izquierda se especifica una de las variables correspondientes a demográfico, socioeconómico, motivación y preferencia, en la parte superior de la hoja se presenta la interpretación del gráfico estadístico, debajo de la interpretación se ubicó una imagen tomada de los atractivos turísticos y las actividades que en ellas se realizan, habiendo una gama de diferentes de estas, debajo de cada imagen se ubica el respectivo enunciado dando entrada al gráfico estadístico de las respuesta obtenida tras la aplicación de las encuestas.

**Figura 39**

*Estructura de la información de cada variable de caracterización*



A parte de los apartados mencionados la guía cuenta también con conclusiones, recomendaciones, agradecimientos y un mapa turístico del Ecuador.

**10.8.2 Tipografía**

*Tipo de letra: helvética, helvética bold y helvética regular*

*Tamaño para título principal: 48*

*Tamaño para subtítulos: 16*

*Tamaño de texto: 11*

*Tamaño para preguntas: 16*

*Tamaño variable de caracterización: 16*

**10.8.3 Gama de Colores**

Los colores fueron seleccionados en función de la asociación con diferentes sensaciones, estos colores se eligieron, pues, se desea presenta un producto que sea llamativo y a la vez nada agotador de leer.

Los colores utilizados fueron una gama de azul, y verde por las siguientes razones:



**Azul:** Se eligió dicho color, pues, se asocia a sensaciones de serenidad, calma, paz a la vez de confianza.

**Verde:** Es compatible con la naturaleza, siendo este uno de los productos turísticos más elegidos por los turistas y se asocia a sensaciones de estabilidad, y confianza en el producto.

#### ***10.8.4 Interlineado y márgenes***

Los márgenes respectivos, así como e interlineado, se redactan a continuación:

***Interlineado del texto:*** 1,00 mm

***Márgenes:*** 1,50

***Ancho de la guía:*** 10 cm

***Alto de la guía:*** 14 cm

***Alineación del texto:*** izquierda

#### ***10.8.5 Características de Impresión***

***Papel:*** cuche

***Tamaño:*** alto; 14,3 y ancho; 10.5

***Orientación:*** Vertical

## 11. IMPACTOS

En el presente apartado se redacta los diferentes impactos Técnicos, sociales, ambientales y económicos.

### 11.1 Impacto Técnicos

Durante el proceso de investigación para conocer el perfil del turista que visita la provincia de Pichincha, no se presentaron impactos técnicos, en respuesta se cumplieron con la metodología establecida, así como también con las técnicas y herramientas sin presentar cambios inoportunos, por ello no se presentan impactos técnicos.

### 11.2 Impactos sociales

#### Positivos

- Desarrollo de nuevas ofertas turísticas basadas en el perfil del turista.
- Interés por conocer más atractivos alrededor de la provincia.
- Atractivos turísticos posicionados en el mercado, mismo que hacen que recepen mayor número de vistas internacionales.
- Agradable convivencia e interacción entre turistas nacionales e internacionales.
- Adecuada atención al turista.
- Herramienta académica que permita conocer características de la demanda turística.

#### Negativos

- Disgusto por parte de la población al no aprobar la llegada de turistas que perturben su tranquilidad.
- Incomodidad por la mala accesibilidad vial para llegar a atractivos naturales ubicados en el sector rural.

- Falta de acciones por parte de entidades para dar la correspondiente jerarquía a cada atractivo turístico, ya sea privado o público

### **11.3 Impactos ambientales**

#### Positivos

- Al ser las atracciones naturales los sitios turísticos que más gusta a los turistas nacionales y extranjeros fomenta la creación de estrategias direccionadas a la protección y conservación medioambiental.
- Beneficio de los recursos naturales encontrados dentro de espacios privados ya que se puede promover la conservación mediante el aprovechamiento turístico.
- Al ser el turismo de naturaleza uno de las principales ofertas turísticas, las nuevas generaciones deberán instruirse en la gestión de espacios naturales.
- Interés por conocer nuevos atractivos naturales alrededor de la provincia
- Fácil acceso a la información plasmada en la presente investigación, así como en la guía.

#### Negativos

- Falta de compromiso e importancia por parte de la comunidad rural dedicada a actividades agropecuarias que le dan a la protección de las áreas naturales con presencia de flora y fauna frágil.
- Proyectos turísticos que no reciben regulación y aprobación del MINTUR.
- Falta de capacitaciones con temas de conservación ambiental.
- Generación de papel para la impresión de las guías digitales.

## 11.4 Impactos económicos

### Positivos

- Dentro del ámbito económico del estudio del perfil del turista de la provincia se conoce que la visita de turistas a los atractivos está ascendiendo de manera favorable, trayendo consigo mayor número de ingresos receptados por el pago de entradas.
- Aprovechamiento del auge de turistas en los puntos turísticos para brindar diferentes servicios alrededor de los atractivos, así como también la oferta de souvenirs, lo que dinamiza la economía.

### Negativos

- Servicios turísticos que aprovechan la actividad turística pero que no se encuentran regularizados en la entidad correspondiente.
- Desinterés por parte de ciertas poblaciones que no sienten interés en re direccionar sus actividades para dedicarse al turismo responsable.

## 12. CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

**Tabla 26**

*Presupuesto*

<b>Objetivo</b>	<b>Detalle</b>	<b>Especificación</b>	<b>Material</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Individual</b>	<b>Precio total</b>
Diseñar la guía descriptiva que contenga las características del perfil del turista actual	Tipo de libro	Full Color					
	Tipo de encuadernación	Mate con Tapa blanda					
	Numero de impresiones				3		
	Total de paginas				42	25	75
	Tipo de papel		Estucado, couche brillante				
	Medidas de impresión				alto; 14,3 y ancho; 10.5		
	Plastificado de la portada		Brillante				

### 13. Conclusiones y Recomendaciones

#### Conclusiones

- Según el trabajo de campo se puede concluir que las características demográficas de los turistas visitantes en Pichincha tienen las siguientes especificaciones; son turistas de nacionalidad Ecuatoriana, residentes en los cantones, Distrito Metropolitano de Quito, Mejía, Rumiñahui y Puerto Quito, poseen un rango de edad considerado adulto que se encuentra dentro del rango de edad (35-65), siendo en su mayoría personas solteras de género femenino que laboran en instituciones privadas.
- En cuanto a las características socioeconómicas se puede deducir que los turistas perciben un salario de 425 dólares mensuales, poseen formación universitaria o de tercer nivel, los viajes son familiares, en los cuales en la mayoría no constan personas menores de 16 años y únicamente 1 persona mayor de 16 años, en el desarrollo del viaje los visitantes invierten un máximo de \$100, invirtiendo la mitad del gasto en transporte, y las dos cuartas partes en alimentación y entradas a los atractivos.
- Al referirse a las características de motivación, los resultados demuestran que la principal motivación de los viajes es sentir u obtener relajación, prefiriendo los atractivos culturales como los museos, los turistas visitan los atractivos turísticos con frecuencia y mayormente en feriados, el tiempo de estadía en el atractivo es de máximo un día regresando a su residencia al culminar el viaje, son las redes sociales los espacios más utilizados para recibir información turística, al encontrarnos aun en pandemia son los protocolos de bioseguridad los elementos más importantes que consideran al realizar un viaje.
- Para finalizar se presentan las características de preferencias mismas que dan a conocer que el turista elige: consumir gastronomía tradicional, hospedarse en establecimientos hoteleros, realizar caminata dentro de espacios naturales y movilizarse en transporte propio.

## Recomendaciones

- Se recomienda a la autoridad competente siendo esta el MINTUR dar seguimiento a cada uno de los atractivos turísticos con el objetivo de ubicarles dentro de una categoría jerárquica completando con ello la información que hace 14 años se encuentra incompleta, además, facilita y brinda mayor confiabilidad a trabajos de investigación que requieran el uso de dicha información, sumado a ello y en base a los resultados obtenidos por la aplicación de las encuestas se sugiere a los ofertantes turísticos crear mayor diversidad de ofertas turísticas a este tipo de segmento, entre ellos se podría tener en cuenta implementar descuentos u ofrecer paquetes turísticos familiares en los que desde grandes hasta chicos tenga la oportunidad de disfrutar.
- Como producto tangible se hace entrega de la guía física a la Universidad Técnica De Cotopaxi, así como también a lectores y tutor de investigación, debido a lo cual se propone que la información plasmada en esta sea difundida y puesta a disposición de estudiantes con el fin de concientizar acerca de la importancia de conocer en primer lugar la demanda antes de proponer una producto turístico ya que ello puede repercutir en la creación de acciones o estrategias que estén direccionados a la oferta turística. Por otro lado, se desea también subir la guía a plataformas de libre publicación para que este pueda ser apreciado por un porcentaje mayor de personas para su aprovechamiento, recomendando hacer el buen uso de la información

## 14. REFERENCIAS

- 1760010700001\_DIAGNOSTICO PDOT CANTON PUERTO QUITO 16 MARZO\_17-03-2015\_00-53-12.pdf. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1760010700001\\_DIAGNOSTICO%20PDOT%20CANTON%20PUERTO%20QUITO%2016%20MARZO\\_17-03-2015\\_00-53-12.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1760010700001_DIAGNOSTICO%20PDOT%20CANTON%20PUERTO%20QUITO%2016%20MARZO_17-03-2015_00-53-12.pdf)
- 6.19.001168.pdf. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7199/6.19.001168.pdf>
- Abarca Zaquinaula, M. A., Mendoza Poma, M. R., Alvarez Lema, F. A., & Sampedro Arrieta, M. A. (2022). Relación entre la edad y el estrés durante la pandemia en el Ecuador; propuesta de estrategias turísticas. *ECA Sinergia*, 13(1), 69. [https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v13i1.3808](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v13i1.3808)
- Abarca, M., Rodoldo, M., Alvarez, A., & Sampedro, a. (01 de 12 de 2021). *Relación entre la edad y el estrés durante la pandemia en el Ecuador; Propuesta de estrategias turísticas*. Obtenido de Sinergia: <https://190.15.136.223/index.php/ECASinergia/article/view/3808/4194>
- Acerenza, M. (03 de 08 de 2007). *Conceptualización , origen y evolución del turismo* . Obtenido de Trillas: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>
- Acosta, C. M., Vásquez, T., Proaño, V., & Robert, J. (s. f.). PREFECTO DE PICHINCHA. 122.
- Almeida, F. (18 de 03 de 2010). *Tipología de visitantes turísticos y satisfacción de la experiencia turística en Santiago de Compostela* . Obtenido de [file:///D:/Documentos/Downloads/Dialnet-TipologiaDeVisitanteTuristicoYSatisfaccionDeLaExpe-2242442%20\(1\).pdf](file:///D:/Documentos/Downloads/Dialnet-TipologiaDeVisitanteTuristicoYSatisfaccionDeLaExpe-2242442%20(1).pdf)
- Anónimo. (01 de 12 de 2011). *El Panecillo, sus símbolos y su historia*. Obtenido de El comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/panecillo-simbolos-y-historia.html>
- Anonimo. (22 de 05 de 2012). *Consumo turístico*. Obtenido de Kelmy: <https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/consumo-turistico>
- Anonimo. (07 de 05 de 2015). *Mapa de la provincia de Pichincha*. Obtenido de Ecuador Noticias: <https://ecuadornoticias.com/mapa-de-la-provincia-de-pichincha/>
- Araujo, G. (01 de 2017). *Estudios y perspectivas en turismo*. Obtenido de Scielo: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322017000100004#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20describe%20que%20la,necesidad%20de%20actualizaci%C3%B3n%20y%20realizaci%C3%B3n](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000100004#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20describe%20que%20la,necesidad%20de%20actualizaci%C3%B3n%20y%20realizaci%C3%B3n)
- Arias, F. (05 de 02 de 2014). *El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global*. Obtenido de Dialnet: <file:///D:/Documentos/Downloads/Dialnet-ElTurismoDeSalud-5114831.pdf>
- Azerrad, C. (2014). Los grupos de edad en la investigación científica. *Revista Estomatológica Herediana*, 15. <https://doi.org/10.20453/reh.v15i1.1986>
- Banco Central del Ecuador. (12 de 05 de 2021). *LA PANDEMIA POR EL COVID-19 GENERÓ UNA CAÍDA EN EL PIB DE 6,4% DE MARZO A DICIEMBRE DE 2020*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1427-la-pandemia-por-el-covid-19-genero-una-caida-en-el-pib-de-6-4-de-marzo-a-diciembre-de->



- El turismo aporta a la conservación del medioambiente | Blog. (s. f.). Recuperado 15 de agosto de 2022, de <https://noticias.utpl.edu.ec/el-turismo-aporta-a-la-conservacion-del-medioambiente>
- Fernández, E. (11 de 09 de 2018). *Principales criterios para la segmentación de clientes*. Obtenido de Artyco: <https://artyco.com/criterios-segmentacion-de-clientes/>
- Fernandez, L., & Gomez, G. (24 de 03 de 2015). *CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL TURISTICO EN UN DESTINO EMERGENTE, CASO DE ESTUDIO DE CIUDAD DEL CARMEN, CAMPECHE, MÉXICO*. Obtenido de Gestion Turística: <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223326490002.pdf>
- Flores, M. (17 de 01 de 2007). *Motivaciones turísticas*. Obtenido de Federación Internacional de periodistas y Escritores de Turismo: [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/42135.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/42135.pdf)
- Francesch, A. (08 de 09 de 2012). *Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta*. Obtenido de Gazeta de Antropología: [https://www.ugr.es/~pwlac/G20\\_29Alfredo\\_Francesch.pdf](https://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.pdf)
- GAD PROVINCIAL. (15 de 08 de 2015). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE PICHINCHA*. Obtenido de PDOT PICHINCHA: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1760003330001\\_PD%20y%20OT%20GADPP%20final%20150815\\_17-08-2015\\_18-28-14.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1760003330001_PD%20y%20OT%20GADPP%20final%20150815_17-08-2015_18-28-14.pdf)
- García, M., & Martinez, O. (20 de 03 de 2017). *TURISMO CIENTÍFICO Y CIUDADES DEL FUTURO*. Obtenido de International Journal of Scientific Management and Tourism: <file:///D:/Documentos/Downloads/Dialnet-TurismoCientificoYCiudadesDelFuturo-5975082.pdf>
- García, N., & Yomara, Q. (23 de 07 de 2018). *Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba*. Obtenido de Riat: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v14n1/0718-235X-riat-14-01-00052.pdf>
- Gualotuña, J. (2018). *Caracterización del perfil del visitante al cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha en el año 2018*. Obtenido de Docplayer: <https://docplayer.es/160779457-Universidad-central-del-ecuador-facultad-de-ciencias-agricolas-carrera-de-turismo-ecologico.html>
- GeoVit Pernoctaciones. (s. f.). Tableau Software. Recuperado 15 de agosto de 2022, de [https://public.tableau.com/views/GeoVitPernoctaciones/Cartula?:embed=y&:showVizHome=no&:host\\_url=https%3A%2F%2Fpublic.tableau.com%2F&:embed\\_code\\_version=3&:tabs=yes&:toolbar=yes&:animate\\_transition=yes&:display\\_static\\_image=no&:display\\_spinner=no&:display\\_overlay=yes&:display\\_count=yes&:loadOrderID=0](https://public.tableau.com/views/GeoVitPernoctaciones/Cartula?:embed=y&:showVizHome=no&:host_url=https%3A%2F%2Fpublic.tableau.com%2F&:embed_code_version=3&:tabs=yes&:toolbar=yes&:animate_transition=yes&:display_static_image=no&:display_spinner=no&:display_overlay=yes&:display_count=yes&:loadOrderID=0)
- Grupos etarios. (2013, septiembre 6). Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/areas-de-trabajo/practicas-culturales/grupos-etarios>
- Ibañez, I., & Rodriguez, I. (29 de 06 de 2012). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. Obtenido de Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf: <https://agua.org.mx/wp-content/uploads/2017/12/Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf>
- Julio 31st, & Para, 2013 | 10 Consejos. (2013, julio 31). Consumidor: ¿cómo es su perfil? BLOG | UTEL. <https://utel.mx/blog/10-consejos-para-perfil-del-consumidor/content/uploads/2017/12/Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf>
- La Salle Oaxaca. (10 de 02 de 2021). *Demanda Turística*. Obtenido de <https://noticias.ulsaoaxaca.edu.mx/wp-content/uploads/2021/02/TIPOS-DE-DEMANDAS-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>

- La mágica cascada de El Pita – Ministerio de Turismo. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/la-magica-cascada-de-el-pita/>
- Las exportaciones generadas por el turismo internacional alcanzan los 1,7 billones de dólares de los EE. UU. | OMT. (s. f.). Recuperado 15 de agosto de 2022, de <https://www.unwto.org/es/global/press-release/2019-06-06/las-exportaciones-generadas-por-el-turismo-internacional-alcanzan-los-17-bi>
- Ledhesman, M. (2018). *Tipos de Turismo*. Obtenido de Academia: [https://www.academia.edu/35613794/Tipos\\_de\\_Turismo\\_nueva\\_clasificaci%C3%Bn](https://www.academia.edu/35613794/Tipos_de_Turismo_nueva_clasificaci%C3%Bn)
- Ley de Turismo. (29 de 12 de 2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Lozano, L. (s.f). *Mapa Politico Administrativo Pichincha Opt*. Obtenido de Scrib: <https://es.scribd.com/doc/310063754/Mapa-Politico-Administrativo-Pichincha-Opt>
- Maldonado, P. (11 de 09 de 2014). *Propuesta de Gestión y Desarrollo de Turismo Sostenible para las ruinas arqueológicas de Tulipe*. Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13497/1/57957\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13497/1/57957_1.pdf)
- Maldonado, P. V. (s. f.). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL. 268.
- Manosalva, L., Manosalva, M., Gamboa, M., & Solís, V. (03 de 09 de 2020). *Evaluación de los Estilos de Vida y Valores de los Turistas que visitan la Amazonía Ecuatoriana*. Obtenido de INNOVA: <file:///D:/Documentos/Downloads/1364-Texto%20del%20art%C3%ADculo-6899-1-10-20200903.pdf>
- Mark, I. (15 de 11 de 2013). *Inter Mark*. Obtenido de Características de la Demanda Turística: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.2..pdf>
- Martinez, V. (11 de 10 de 2017). *EL TURISMO DE NATURALEZA: UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE*. Obtenido de ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura: <file:///D:/Documentos/Downloads/2204->
- Mediterrani, E. U. (2021, junio 1). ¿Qué tipo de turistas existen? 3 perfiles para tu estrategia. Mediterrani. <https://mediterrani.com/tipos-viajeros-turistas-existen/>
- Mejía, M. F. E. R. N. A. N. D. O. M. (s. f.). “PUCARA DE RUMICUCHO, EXCAVACIÓN Y RESTAURACIÓN DEL PUCARA DE RUMICUCHO: PRIMERA TERRAZA”. Recuperado 20 de julio de 2022, de [https://www.academia.edu/7472222/\\_PUCARA\\_DE\\_RUMICUCHO\\_EXCAVACI%C3%93N\\_Y\\_RESTAURACI%C3%93N\\_DEL\\_PUCARA\\_DE\\_RUMICUCHO\\_PRIMERA\\_TERRAZA\\_](https://www.academia.edu/7472222/_PUCARA_DE_RUMICUCHO_EXCAVACI%C3%93N_Y_RESTAURACI%C3%93N_DEL_PUCARA_DE_RUMICUCHO_PRIMERA_TERRAZA_)
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos,. 25. PDOT.pdf. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de <https://municipiodemejia.gob.ec/assets/PDOT.pdf>
- Texto%20del%20art%C3%ADculo%20(necesario)-4881-1-10-20171106.pdf
- PDyOT\_\_2015\_2025.pdf. (s. f.). Recuperado 17 de agosto de 2022, de [https://gadmsmb.gob.ec/images/Ley\\_Transparencia/LEY%20DE%20TRANSPARENCIA/2015/PDyOT\\_\\_2015\\_2025.pdf](https://gadmsmb.gob.ec/images/Ley_Transparencia/LEY%20DE%20TRANSPARENCIA/2015/PDyOT__2015_2025.pdf)
- PLANDETUR-2020.pdf. (s. f.). Recuperado 13 de julio de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- PlanEstratégico2018.pdf. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de <https://cayambeturismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/PlanEstrat%C3%A9gico2018.pdf>
- PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\_compressed.pdf. (s. f.-a). Recuperado 13 de julio de 2022, de

- [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf)  
 PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\_compressed.pdf. (s. f.-b). Recuperado 20 de julio de 2022, de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf)
- Pulamarín, H. A. I. (s. f.). *AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL*. 138.
- MINTUR. (2004). *Inventario de Atractivos Turísticos*. Obtenido de ECUADOR:  
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur>
- MINTUR. (26 de 09 de 2007). *PLANDETUT 2020*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUT-2020.pdf>
- Mintur. (16 de 09 de 2011). *Reglamento general de actividades Turísticas*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%3%8DSTICAS.pdf>
- Mintur. (22 de 01 de 2015). *Reglamento general a la ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- MINTUR. (15 de 09 de 2016). *Matriz-Inventario-de-Atractivos-2004.pdf*. Obtenido de ECUADOR:  
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-Inventario-de-Atractivos-2004.pdf>
- MINTUR. (27 de 10 de 2017). *INFORME DE EVALUACIÓN “PLANDETUT 2020”*. Obtenido de [https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Evaluaci%C3%B3n\\_plandetut2020.pdf/30d64630-795f-4721-8f55-f045a8078ef0#:~:text=El%20PLANDETUT%202020%20establece%20el,tiene%20aplicaci%C3%B3n%20nacional%20y%20local.&text=e1%20turismo%20sostenible.,-%E2%80%A2%202](https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Evaluaci%C3%B3n_plandetut2020.pdf/30d64630-795f-4721-8f55-f045a8078ef0#:~:text=El%20PLANDETUT%202020%20establece%20el,tiene%20aplicaci%C3%B3n%20nacional%20y%20local.&text=e1%20turismo%20sostenible.,-%E2%80%A2%202)
- MINTUR. (19 de 09 de 2018). *Movimientos Internos: GEOVIT*. Obtenido de ECUADOR:  
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- MINTUR. (19 de 03 de 2019). *Informe de Tendencias globales en Consumo, Tecnología y Turismo 2019*. Obtenido de MINTUR:  
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf>
- MINTUR. (10 de 11 de 2020). *Folleto-PICHINCHA*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Folleto-PICHINCHA.pdf>
- MINTUR. (06 de 2022). *actualizacion\_inventario\_atractivos\_corte\_abr2022*. Obtenido de ECUADOR:  
[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1\\_osHu0xzzSECzyW13KmHVcXFfrnS1e\\_w/edit#gid=551297004](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_osHu0xzzSECzyW13KmHVcXFfrnS1e_w/edit#gid=551297004)
- MINTUR. (s.f.). *Visualizador de Información Turística*. Obtenido de ECUADOR:  
<https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador>
- Molina E, M. D. (2021 de 03 de 30). *PREFERENCIAS Y TENDENCIAS TURÍSTICAS DE LOS VISITANTES DE LA ZONA 2 (PICHINCHA, NAPO Y ORELLANA) EN TIEMPOS DE COVID-19*. Obtenido de Ecociencia:  
<https://pdfs.semanticscholar.org/f299/2111598d3ae3c405c111be0008dc6979714e.pdf>

- Monteros, P. (15 de 07 de 2015). *Estudio del proyecto Teleférico de Quito como paisaje histórico para el desarrollo Turístico*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6131/1/T-UCE-0009-519.pdf>
- Moral, M., Fernandes, T., & Sanchez, M. (17 de 07 de 2018). *Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales*. Obtenido de ESPACIO: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n01/a19v40n01p03.pdf>
- Municipal, G. (10 de 04 de 2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT de Pedro Moncayo*. Obtenido de [http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/ord2018/028\\_2018%20ANEXO%20%20PDOT%20PEDRO%20MONCAYO.pdf](http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/ord2018/028_2018%20ANEXO%20%20PDOT%20PEDRO%20MONCAYO.pdf)
- Navarrete, M. (31 de 01 de 2019). *TURISMO GASTRONÓMICO: SABOR Y TRADICIÓN*. Obtenido de Journal of Tourism and Heritage Research: <file:///D:/Documentos/Downloads/Dialnet-TurismoGastronomico-7400807.pdf>
- Orbe, J., & Analee, M. (23 de 07 de 2020). *PLAN DE DESARROLLO TURISTICO RUMIÑAHUI*. Obtenido de [https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/PLAN-DE-DESARROLLO-TUR%20%20RUMI%20%20AHUI\\_compressed.pdf](https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/PLAN-DE-DESARROLLO-TUR%20%20RUMI%20%20AHUI_compressed.pdf)
- Organización Mundial del Turismo. (30 de 04 de 2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Obtenido de UNWTO (Organización Mundial del Turismo): <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>
- PDOT. (15 de 05 de 2015). *PDOT Pichincha*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1760003330001\\_Borrador%20PDOT%20Pichincha%202015\\_%202015-05-2015\\_13-42-19.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1760003330001_Borrador%20PDOT%20Pichincha%202015_%202015-05-2015_13-42-19.pdf)
- PDOT DMQ. (07 de 10 de 2012). *PLAN METROPOLITANO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL*. Obtenido de Plan Metropolitano de Ordenamiento Territorial 2012-2022: [https://uisrael.edu.ec/wp-content/uploads/2019/10/C\\_PLANES\\_LOCALES-\\_5-min.pdf](https://uisrael.edu.ec/wp-content/uploads/2019/10/C_PLANES_LOCALES-_5-min.pdf)
- PDOT Pichincha. (15 de 08 de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Pichincha 2015-2019*. Obtenido de Gobierno de Pichincha: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1760003330001\\_PD%20y%20OT%20GADPP%20final%20150815\\_17-08-2015\\_18-28-14.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1760003330001_PD%20y%20OT%20GADPP%20final%20150815_17-08-2015_18-28-14.pdf)
- Pérez, S. (19 de 001 de 2012). *El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural*. Obtenido de scielo: <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a18.pdf>
- Pons, A. (14 de 01 de 2022). *55 Tendencias de Turismo para 2022*. Obtenido de Disset: <https://www.dissetconsultors.com/wp-content/downloads/Libro%20Tendencias%20Turismo%202022.pdf>
- Prefectura. (30 de 08 de 2017). *Información General de Pichincha*. Obtenido de Prefectura de Pichincha: <https://www.pichincha.gob.ec/pichincha/datos-de-la-provincia/95-informacion-general>
- Proaño, P., Pazmiño, P., & Tapia, F. (12 de 12 de 2018). *Perfil del turista en función de las motivaciones para productos turísticos patrimoniales – caso Ruta del Hielo II*. Obtenido de In Siembra: [https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1431/4045#content/citation\\_reference\\_16](https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1431/4045#content/citation_reference_16)
- RAINFOREST ALLIANCE. (22 de 07 de 2020). *Turismo Sostenible y Conservación de Recursos Naturales*. Obtenido de RAINFOREST ALLIANCE: <https://www.rainforest-alliance.org/wp-content/uploads/2020/09/guia-educativa-del-turismo-sostenible.pdf>

- Ramírez, C. (14 de 09 de 2016). *Servicios Turísticos*. Obtenido de <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Rebollo, N. (17 de 12 de 2012). *Ecoturismo*. Obtenido de Repositorio Dspace: <file:///D:/Documentos/Downloads/Ecoturismo.pdf>
- Refugio de Vida Silvestre Pasochoa | Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/refugio-de-vida-silvestre-pasochoa>
- Reloj Solar Quitsato. (s. f.). Quitsato Reloj Solar. Recuperado 20 de julio de 2022, de <https://www.quitsato.org/reloj-solar-quitsato/>
- Riveros, H., & Blanco, M. (06 de 2003). *EL AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA PARA REVALORIZAR LA AGROINDUSTRIA RURAL COMO MECANISMO DE DESARROLLO LOCAL*. Obtenido de [http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20\(Hernando%20Riveros\).pdf](http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20(Hernando%20Riveros).pdf)
- Roda, M. (07 de 03 de 2013). *EL TURISMO DE NEGOCIOS: UNA ACTIVIDAD EN AUGE*. Obtenido de UNED: <https://core.ac.uk/download/pdf/29403942.pdf>
- Rodríguez, M. (08 de 09 de 2014). *CARACTERISTICAS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURISTICAS*. Obtenido de INACAP: <https://aulasvirtuales.files.wordpress.com/2014/09/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas.pdf>
- Rumiñahui, C. (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial Cantón Rumiñahui 2012 – 2025. 2014, 304.
- Salazar, R. (21 de 05 de 2008). *El santuario de la Virgen del Quinche*. Obtenido de [https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1248&context=abya\\_yala](https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1248&context=abya_yala)
- Sánchez, M., & Woolfson, O. (16 de 05 de 2016). *CENTRO HISTÓRICO DE QUITO: aportes para reflexionar sobre la preservación de las casas patio desde el estado de concientización usuaria*. Obtenido de <file:///D:/Documentos/Downloads/Dialnet-CentroHistoricoDeQuito-6336541.pdf>
- Sancho, A. (19 de 11 de 2011). *Introducción al Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del turismo: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Secretaría de Turismo. (11 de 05 de 2015). *Turismo Cultural*. Obtenido de Gobierno de México: <https://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- SECTUR. (10 de 07 de 2016). *Turismo Alternativo "Una nueva forma de hacer turismo"*. Obtenido de Secretaría de Turismo: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/006145.pdf>
- Segura, A., Nazareno, R., & Gisselle, S. (23 de 08 de 2021). *Agroturismo para el Desarrollo Sostenible en fincas ecuatorianas. Un estudio documental*. Obtenido de Las Ciencias: [file:///D:/Documentos/Downloads/2088-10352-2-PB%20\(1\).pdf](file:///D:/Documentos/Downloads/2088-10352-2-PB%20(1).pdf)
- SEMARNAT. (2013). *Turismo de naturaleza*. Obtenido de SEMARNAT: [https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio\\_2013/dgeiawf.semarnat.gob.mx\\_8080/ibi\\_apps/WFServlet43c3.html#:~:text=Turismo%20de%20aventura%3A%20Son%20los,natural%20en%20que%20se%20desarrollan.](https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio_2013/dgeiawf.semarnat.gob.mx_8080/ibi_apps/WFServlet43c3.html#:~:text=Turismo%20de%20aventura%3A%20Son%20los,natural%20en%20que%20se%20desarrollan.)
- Serranllo, S. (01 de 07 de 2011). *TURISMO RELIGIOSO Y ESPACIOS SAGRADOS: UNA PROPUESTA PARA LOS SANTUARIOS DE CATALUNYA*. Obtenido de Revista Iberoamericana de Turismo: <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/TurismoReligioso.pdf?sequence=1>

- Silva, L. S. O., & Rincon, A. M. C. (s. f.). *PERFIL DEL CONSUMIDOR Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA EN LA TIENDA LA RIVIERA DEL CENTRO COMERCIAL “EL RETIRO”*. 48.
- Socatelli, M. (19 de 12 de 2013). *Demanda Turistica*. Obtenido de Inter Mark. Consulrores en Turismo: <https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Terry, R. (20 de 05 de 2019). *Cultura y patrimonio. pilar del turismo cultural* . Obtenido de terryconsultores: <https://www.terryconsultores.com/2019/05/20/cultura-patrimonio-y-turismo-cultural/#:~:text=En%20el%20mismo%20sentido%20la,conocimientos%2C%20experiencias%20y%20encuentros%20BB>.
- Tobón, N., & Tobón, S. (14 de 01 de 2020). *Turismo religioso: fenómeno social y económico*. Obtenido de Turismo Sociedad: <https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261184014.pdf>
- Troncoso, B. (17 de 06 de 2016). *TURISMO SOSTENIBLE Y ECOTURISMO*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/ECoturismo/TSE.pdf>
- UMWTO. (14 de 09 de 2020). *LA OMT DESTACA EL POTENCIAL DEL TURISMO INTERNO PARA AYUDAR A IMPULSAR LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LOS DESTINOS EN TODO EL MUNDO*. Obtenido de UMWTO: <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-destaca-el-potencial-del-turismo-interno-para-ayudar-a-impulsar-la-recuperacion-economica-de-los-destinos-en-todo-el-mundo>
- Universidad La Salle Oaxaca. (10 de 02 de 2021). *Demanda Turistica*. Obtenido de Universidad La Salle Oaxaca,: <https://noticias.ulsaoaxaca.edu.mx/wp-content/uploads/2021/02/TIPOS-DE-DEMANDAS-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>
- UNWTO. (18 de 01 de 2022). *EL TURISMO CRECE UN 4% EN 2021, MUY POR DEBAJO AÚN DE LOS NIVELES PREPANDÉMICOS*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-crece-un-4-en-2021-muy-por-debajo-aun-de-los-niveles-prepandemicos>
- UNWTO. (1 de 08 de 2022). *EL TURISMO INTERNACIONAL CONSOLIDA SU FUERTE RECUPERACIÓN EN MEDIO DE CRECIENTES DESAFÍOS*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- UNWTO. (s.f). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. Obtenido de [https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=Turista%20\(o%20visitante%20que%20pernocta,2.13\)](https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=Turista%20(o%20visitante%20que%20pernocta,2.13)).
- Valdez, I., & Ochoa, B. (25 de 01 de 2016). *Turismo Rural*. Obtenido de ITSON: <https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-economico/turismorural.pdf>
- Varisco, C. (30 de 06 de 2015). *SISTEMA TURÍSTICO. SUBSISTEMAS, DIMENSIONES Y CONCEPTOS TRANSDISCIPLINARIOS*. Obtenido de Nulan: <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>
- Vasquez, T., Proaño, V., & Robert, J. (15 de 03 de 2015). *agenda\_inclusion\_social\_Pichincha*. Obtenido de [https://proteccionderechosquito.gob.ec/adjuntos/grupos/movilidadHumana/1\\_agenda\\_inclusion\\_social\\_pichincha.pdf](https://proteccionderechosquito.gob.ec/adjuntos/grupos/movilidadHumana/1_agenda_inclusion_social_pichincha.pdf)
- Vengas, G. (2006). *Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDeSarrolloSostenible.pdf>
- 6.19.001168.pdf. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7199/6.19.001168.pdf>
- Abarca Zaquinaula, M. A., Mendoza Poma, M. R., Alvarez Lema, F. A., & Sampetro Arrieta, M. A. (2022). Relación entre la edad y el estrés durante la pandemia en el Ecuador;

- propuesta de estrategias turísticas. *ECA Sinergia*, 13(1), 69.  
[https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v13i1.3808](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v13i1.3808)
- Acosta, C. M., Vásquez, T., Proaño, V., & Robert, J. (s. f.). PREFECTO DE PICHINCHA. 122.
- Azerrad, C. (2014). Los grupos de edad en la investigación científica. *Revista Estomatológica Herediana*, 15. <https://doi.org/10.20453/reh.v15i1.1986>
- Beneficios del turismo para el país. (2020, octubre 7). UIDE.  
<https://www.uide.edu.ec/beneficios-del-turismo-para-el-pais/>
- Boletin\_tecnico\_ESI\_2018.pdf. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/Migracion/2018/Boletin\\_tecnico\\_ESI\\_2018.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2018/Boletin_tecnico_ESI_2018.pdf)
- Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S., & Ruiz, P. (s. f.). OMT Organización Mundial del Turismo. 393.
- Capillas, I. Y. (s. f.). B Baassílliiccaa ddeell VVoottoo NNaacciioonnaall. 27.
- Catastro nacional de Establecimientos Turísticos y Guías de Turismo Continente—Portal Servicios MINTUR. (s. f.). Recuperado 15 de agosto de 2022, de  
<https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/catastro-turistico-nacional>
- El turismo aporta a la conservación del medioambiente | Blog. (s. f.). Recuperado 15 de agosto de 2022, de <https://noticias.utpl.edu.ec/el-turismo-aporta-a-la-conservacion-del-medioambiente>
- GeoVit Pernoctaciones. (s. f.). Tableau Software. Recuperado 15 de agosto de 2022, de  
[https://public.tableau.com/views/GeoVitPernoctaciones/Cartula?:embed=y&:showVizHome=no&:host\\_url=https%3A%2F%2Fpublic.tableau.com%2F&:embed\\_code\\_version=3&:tabs=yes&:toolbar=yes&:animate\\_transition=yes&:display\\_static\\_image=no&:display\\_spinner=no&:display\\_overlay=yes&:display\\_count=yes&:loadOrderID=0](https://public.tableau.com/views/GeoVitPernoctaciones/Cartula?:embed=y&:showVizHome=no&:host_url=https%3A%2F%2Fpublic.tableau.com%2F&:embed_code_version=3&:tabs=yes&:toolbar=yes&:animate_transition=yes&:display_static_image=no&:display_spinner=no&:display_overlay=yes&:display_count=yes&:loadOrderID=0)
- Grupos etarios. (2013, septiembre 6). Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.  
<https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/areas-de-trabajo/practicas-culturales/grupos-etarios>
- Julio 31st, & Para, 2013 | 10 Consejos. (2013, julio 31). Consumidor: ¿cómo es su perfil? BLOG | UTEL. <https://utel.mx/blog/10-consejos-para/perfil-del-consumidor/>
- La mágica cascada de El Pita – Ministerio de Turismo. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/la-magica-cascada-de-el-pita/>
- Las exportaciones generadas por el turismo internacional alcanzan los 1,7 billones de dólares de los EE. UU. | OMT. (s. f.). Recuperado 15 de agosto de 2022, de  
<https://www.unwto.org/es/global/press-release/2019-06-06/las-exportaciones-generadas-por-el-turismo-internacional-alcanzan-los-17-bi>
- Maldonado, P. V. (s. f.). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL. 268.
- Mediterrani, E. U. (2021, junio 1). ¿Qué tipo de turistas existen? 3 perfiles para tu estrategia. Mediterrani. <https://mediterrani.com/tipos-viajeros-turistas-existen/>
- Mejía, M. F. E. R. N. A. N. D. O. M. (s. f.). “PUCARA DE RUMICUCHO, EXCAVACIÓN Y RESTAURACIÓN DEL PUCARA DE RUMICUCHO: PRIMERA TERRAZA”. Recuperado 20 de julio de 2022, de  
[https://www.academia.edu/7472222/\\_PUCARA\\_DE\\_RUMICUCHO\\_EXCAVACION\\_Y\\_RESTAURACION\\_DEL\\_PUCARA\\_DE\\_RUMICUCHO\\_PRIMERA\\_TERRAZA\\_](https://www.academia.edu/7472222/_PUCARA_DE_RUMICUCHO_EXCAVACION_Y_RESTAURACION_DEL_PUCARA_DE_RUMICUCHO_PRIMERA_TERRAZA_)
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos,. 25. PDOT.pdf. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de  
<https://municipiodemejia.gob.ec/assets/PDOT.pdf>

- PDyOT\_\_2015\_2025.pdf. (s. f.). Recuperado 17 de agosto de 2022, de [https://gadmsmb.gob.ec/images/Ley\\_Transparencia/LEY%20DE%20TRANSPARENCIA/2015/PDyOT\\_\\_2015\\_2025.pdf](https://gadmsmb.gob.ec/images/Ley_Transparencia/LEY%20DE%20TRANSPARENCIA/2015/PDyOT__2015_2025.pdf)
- PLANDETUR-2020.pdf. (s. f.). Recuperado 13 de julio de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- PlanEstratégico2018.pdf. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de <https://cayambeturismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/PlanEstrat%C3%A9gico2018.pdf>
- PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\_compressed.pdf. (s. f.-a). Recuperado 13 de julio de 2022, de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf)
- PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\_compressed.pdf. (s. f.-b). Recuperado 20 de julio de 2022, de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf)
- Pulamarín, H. A. I. (s. f.). AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL. 138.
- Refugio de Vida Silvestre Pasochoa | Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. (s. f.). Recuperado 20 de julio de 2022, de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/refugio-de-vida-silvestre-pasochoa>
- Reloj Solar Quitsato. (s. f.). Quitsato Reloj Solar. Recuperado 20 de julio de 2022, de <https://www.quitsato.org/reloj-solar-quitsato/>
- Rumiñahui, C. (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial Cantón Rumiñahui 2012 – 2025. 2014, 304.
- Silva, L. S. O., & Rincon, A. M. C. (s. f.). PERFIL DEL CONSUMIDOR Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA EN LA TIENDA LA RIVIERA DEL CENTRO COMERCIAL “EL RETIRO”. 48.

## **15. Apéndices**

### **Apéndice 1.- Aval de traducción de Idiomas**

## Apéndice 2.- Hoja de vida del estudiante investigador



### 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

**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**



<b>NIVEL</b>	<b>TITULO OBTENIDO</b>	<b>FECHA DE REGISTRO</b>	<b>CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT</b>
<b>TERCER</b>	Ingeniero En Ecoturismo	24-10-2004	1002 -04-533659
<b>TERCER</b>	Guía Profesional De Turismo	08-08-2011	1002-11-1077036
<b>CUARTO</b>	Magister En Educación Y Desarrollo Social	09-09-2013	1032-13-86039100

#### **PUBLICACIONES RECIENTES**

<b>Autor/ Coautor</b>	<b>Nombre del Artículo</b>	<b>Nombre de la revista</b>	<b>Lugar (País-ciudad)</b>	<b>Fecha de la publicación</b>
Autor	“Estudio de la incidencia en el desarrollo local de corredores turísticos. Caso de estudio cantón Pallatanga, provincia Chimborazo, Ecuador”	“TURyDES, Turismo y Desarrollo Local” (ISSN: 1988-5261), LATINDEX, C.I.R.E.T	Málaga	18 de julio de 2017.

Autor	“La exportación de cereal de quinua orgánica al mercado de Hamburgo- Alemania”, como parte del libro “ <b>FACETAS ACADÉMICAS</b> ”	“FACETAS ACADÉMICAS” Libro bajo el <b>ISBN: 978-9942-759-51-1</b>	Guayaquil	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),	Málaga	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 Leonan, provincia de Chimborazo.	UTCiencia	Ecuador - Latacunga	Aprobado para publicación, volumen 4
Coautor	Diagnóstico ornitológico 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 – Ecoturismo

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

**PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC:** octubre 2016

-----  
**FIRMA**

Apéndice 3.- Hoja de vida del estudiante investigador



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



**DATOS PERSONALES**

**APELLIDOS:** ZUMBANA DE LA CRUZ

**NOMBRES:** KIMBERLY ZULAY

**ESTADO CIVIL:** SOLTERA

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1728593268

**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** QUITO, 13 DE MARZO DE 1999

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** FRANCISCO OLMOS, PASAJES A Y B

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** (02) 351-7308

**TELÉFONO CELULAR:** 0969629527

**EMAIL INSTITUCIONAL:** Kimberly.zumbana3268@utc.edu.ec

**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

<b>NIVEL</b>	<b>TITULO OBTENIDO</b>	<b>FECHA DE REGISTRO</b>	<b>CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT</b>
<b>BACHILLER</b>	CIENCIAS	25/07/2016	04802877
<b>TERCER</b>	EGRESADA DE LICENCIATURA EN TURISMO		

**CERTIFICADO**

Certificado del idioma Ingles nivel A2 por el Instituto ILLARI.

Certificado del idioma Ingles nivel B1 por la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Certificado de 1er seminario de guianza y Ecoturismo.

Certificado por el 47° Congreso Nacional de la FEUE.

-----  
**FIRMA**

## Apéndice 4.- Modelo de la Encuesta



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



**Estimado (a) Participante:**  
 El siguiente cuestionario es el instrumento utilizado para complementar la investigación académica (tesis), tiene como propósito obtener información sobre el perfil del turista que visita la provincia de Pichincha, con la finalidad de aportar a la reactivación turística de la provincia.  
 Encuesta N°: \_\_\_\_\_ Atractivo Turístico: \_\_\_\_\_

**DEMOGRÁFICA**

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

**SOCIOECONÓMICAS**

<p>7. ¿Promedio mensual de ingresos?</p> <p>a) Sin ingresos <input type="checkbox"/></p> <p>b) Salario básico (\$425) <input type="checkbox"/></p> <p>c) \$401 a \$1000. <input type="checkbox"/></p> <p>d) \$1001 a \$2000. <input type="checkbox"/></p> <p>e) Más de \$2001 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>8. ¿Nivel de estudios?</p> <p>a) Educación Básica <input type="checkbox"/></p> <p>b) Bachillerato <input type="checkbox"/></p> <p>c) Técnico <input type="checkbox"/></p> <p>d) Tercer nivel <input type="checkbox"/></p> <p>e) Cuarto nivel <input type="checkbox"/></p> <p>9. ¿Con quién viaja?</p> <p>a) Solo <input type="checkbox"/></p> <p>b) Amigos <input type="checkbox"/></p> <p>c) Familia <input type="checkbox"/></p> <p>d) Pareja <input type="checkbox"/></p> <p>10. ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?</p> <p>_____</p>	<p>11. ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?</p> <p>_____</p> <p>12. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia?</p> <p>a) De 1 a 100 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>b) De 101 a 200 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>c) De 201 a 300 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>d) De 301 a 400 USD <input type="checkbox"/></p> <p>e) Más de 400 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>13. ¿Qué porcentaje del gasto destinó para?:</p> <p>a) Alojamiento. _____</p> <p>b) Alimentación _____</p> <p>c) Transporte _____</p> <p>d) Actividades de ocio y recreación _____</p>
---	--

**MOTIVACIÓN**

<p>14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?</p> <p>f) Relajación <input type="checkbox"/></p> <p>g) Salud <input type="checkbox"/></p> <p>h) Estudios <input type="checkbox"/></p> <p>i) Religión <input type="checkbox"/></p> <p>j) Visitas familiares <input type="checkbox"/></p> <p>k) Trabajo <input type="checkbox"/></p> <p>l) Atractivos turístico del lugar <input type="checkbox"/></p> <p>m) Otros (especifique) _____</p>	<p>15. ¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Pichincha?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
---	---



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

Activar W  
Ve a Configurar

16. ¿Qué tiempo estimó para su visita a la provincia?

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

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

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

18. ¿Cuántas veces ha visitado la provincia?

- h) Es la primera vez   
i) Es la segunda vez   
j) Frecuentemente   
k) Otro (Especifique) .....

19. ¿En promedio cuantas noches ha pernoctado en la provincia con motivos turísticos?

- a) No, solo realice un viaje de ida y vuelta   
b) De 1 día a 2 noches   
c) De 3 a 4 noches   
d) Más de 4 noches.

20. ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

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

21. ¿Cual es la motivación mas significativa que U.d. considera al realizar un viaje en tiempos de pandemia ?

- a) Protocolos de Bioseguridad   
b) Servicios   
c) Ubicación geográfica   
d) Infraestructura y Accesibilidad   
e) Cifras de contagios   
f) Seguridad   
g) Otro (Especifique) .....

PREFERENCIAS

22. ¿Cual es su tipo de turismo favorito?

- a) Sol y playa   
e) Balnearios en ríos   
f) Turismo de naturaleza   
g) Visita a centros comerciales   
h) Turismo de aventura   
i) Turismo Gastronómico   
j) Turismo cultural   
k) Otro (Especifique) .....

25. Que tipo de hospedaje prefiere?

- a) Hotel   
b) Hostal   
c) Hosteria   
d) Lodge   
e) Cabañas   
f) Otro (Especifique) .....

23. ¿Que tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?

- a) Comida tradicional   
b) Comida gourmet   
c) Comida rápida   
d) Otro (Especifique) .....

26. ¿Seleccione la actividad turística que mas le guste hacer?

- a) Caminata   
b) Pesca   
c) Natación   
d) Picnic   
e) Deportes   
f) Otro (Especifique) .....

24. ¿Que tipo de transporte utiliza para viajar por la Provincia?

- a) Vehículo propio   
b) Vehículo de alquiler (taxi)   
c) Público   
d) Otro (Especifique) .....

**Apéndice 5.- Evidencia del trabajo en campo durante la aplicación del instrumento de recolección de datos.**

**Figura 40**

*Fotografía 1*



**Figura 41**

*Fotografía 2*



**Figura 42**

*Fotografía 3*



**Figura 43**

*Fotografía 4*



**Figura 44**

*Fotografía 5*



**Figura 45**

*Fotografía 6*



**Figura 46**

*Fotografía 7*



**Figura 47**

*Fotografía 8*



**Figura 48**

*Fotografía 9*



**Figura 49**

*Fotografía 10*



**Figura 50**

*Fotografía 11*



**Figura 51**

*Fotografía 12*



**Figura 52**

*Fotografía 13*



**Figura 53**

*Fotografía 14*



**Figura 54**

*Fotografía 15*



**Figura 55**

*Fotografía 16*



**Figura 56**

*Fotografía 17*



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



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



**Estimado (a) Participante:**  
El siguiente cuestionario es el instrumento utilizado para complementar la investigación académica (tesis), tiene como propósito obtener información sobre el perfil del turista que visita la provincia de Pichincha, con la finalidad de aportar a la reactivación turística de la provincia.  
Encuesta N°: 75 Atractivo Turístico: Panecillo

### DEMOGRÁFICA

<p>1. ¿Nacionalidad? ¿Dónde nació? <u>Ecuadoriana</u></p> <p>2. ¿Residencia? <u>Quito</u></p> <p>3. ¿Edad? <u>37</u></p> <p>4. ¿Genero?</p> <p>a) Masculino <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>b) Femenino <input type="checkbox"/></p> <p>c) Otros <input type="checkbox"/></p>	<p>5. ¿Estado civil?</p> <p>a) Soltero <input type="checkbox"/></p> <p>b) Casado <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>c) Divorciado <input type="checkbox"/></p> <p>d) Viudo <input type="checkbox"/></p> <p>e) Unión Libre <input type="checkbox"/></p> <p>6. Situación Laboral:</p> <p>a) Estudiante <input type="checkbox"/></p> <p>b) Empleado público <input type="checkbox"/></p> <p>c) Jubilado <input type="checkbox"/></p> <p>d) Empleado Privado <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>e) Desempleado <input type="checkbox"/></p> <p>f) Otros <input type="checkbox"/></p>
--	--

### SOCIOECONÓMICAS

<p>7. ¿Promedio mensual de ingresos?</p> <p>a) Sin ingresos <input type="checkbox"/></p> <p>b) Salario básico (\$425) <input type="checkbox"/></p> <p>c) \$401 a \$1000. <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>d) \$1001 a \$2000. <input type="checkbox"/></p> <p>e) Más de \$2001 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>8. ¿Nivel de estudios?</p> <p>a) Educación Básica <input type="checkbox"/></p> <p>b) Bachillerato <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>c) Técnico <input type="checkbox"/></p> <p>d) Tercer nivel <input type="checkbox"/></p> <p>e) Cuarto nivel <input type="checkbox"/></p> <p>9. ¿Con quién viaja?</p> <p>a) Solo <input type="checkbox"/></p> <p>b) Amigos <input type="checkbox"/></p> <p>c) Familia <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>d) Pareja <input type="checkbox"/></p> <p>10. ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan? <u>2</u></p>	<p>11. ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan? <u>7</u></p> <p>12. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia?</p> <p>a) De 1 a 100 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>b) De 101 a 200 USD. <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>c) De 201 a 300 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>d) De 301 a 400 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>e) Más de 400 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>13. ¿Qué porcentaje del gasto destinó para?:</p> <p>a) Alojamiento. <u>75</u></p> <p>b) Alimentación <u>0</u></p> <p>c) Transporte <u>0</u></p> <p>d) Actividades de ocio y recreación <u>11</u></p>
--	--

### MOTIVACIÓN

<p>14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?</p> <p>f) Relajación <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>g) Salud <input type="checkbox"/></p> <p>h) Estudios <input type="checkbox"/></p> <p>i) Religión <input type="checkbox"/></p> <p>j) Visitas familiares <input type="checkbox"/></p> <p>k) Trabajo <input type="checkbox"/></p> <p>l) Atractivos turístico del lugar <input type="checkbox"/></p> <p>m) Otros(especifique) _____</p>	<p>15. ¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Pichincha? <u>Panecillo</u></p>
---	---

Apéndice 7.- Guía descriptiva

Figura 57

Portada y Contraportada



Figura 58

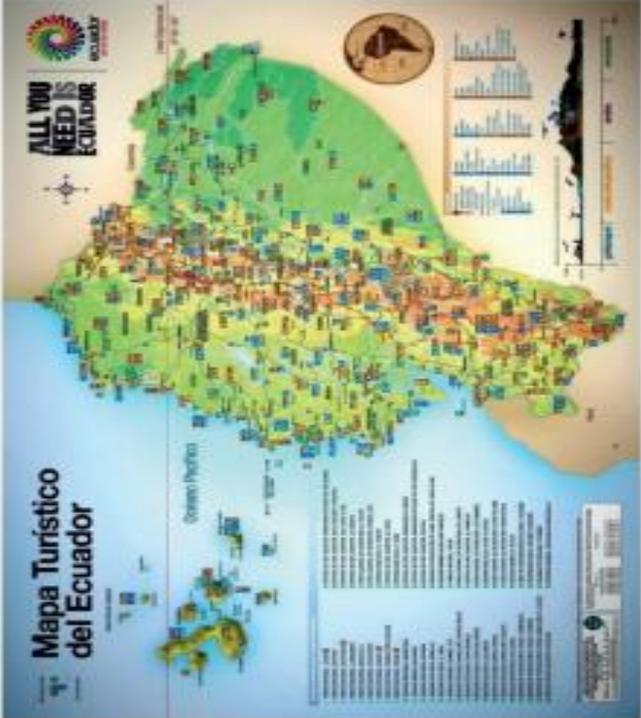
*Agradecimiento y créditos*



**Figura 59**

*Mapa turístico del Ecuador*

Perfil de turista de Pichincha  
Kimberly Zulay Zumbana  
Diagramación e impresión  
Ambato  
Primera edición: 4 ejemplares  
© Septiembre / 2022  
Impreso en Ecuador



Fuente: Google imágenes

Figura 60

Metodología e Índice

Metodología	Índice:
<p>El presente trabajo de investigación se ubica dentro del tipo de investigación transversal con enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo, se ha identificado del tipo transversal, ya que el estudio se hace en un solo periodo de tiempo específico agregado a cuantitativo pues la técnica de recolección de datos es la encuesta validada, misma de la cual se obtiene resultados cuantificables además es descriptiva, dado que, haciendo uso de la estadística descriptiva se muestran las características del turista que visita la provincia de Pichincha de manera porcentual y por medio de gráficos estadístico.</p> <p>Haciendo uso de la encuesta como instrumento de investigación y por medio del método trabajo de campo, se encuestó un total de 398 turistas, que visitaban los 10 principales atractivos turísticos de la provincia de Pichincha para la selección del turista en el atractivo se hizo uso del muestreo accidental teniendo en cuenta a personas mayores de 18 años, considerando aquello como la edad mínima del encuestado.</p>	<p>07 — Introducción</p> <p>08 — Características</p> <p>10 — Variable demográfica</p> <p>16 — Variable socio económica</p> <p>26 — Motivación</p> <p>34 — Variable preferencia</p> <p>39 — Conclusión y recomendación</p> <p>40 — Metodología</p> <p>41 — Mapa turístico del Ecuador</p> <p>42 — Agradecimiento</p>

Figura 61

Conclusiones y recomendaciones

Se obtuvieron un total de 398 encuestas superando en 13 encuestas al resultado de la fórmula aplicada en el primer objetivo que dio como resultado 385, la mayor cantidad de encuestas respondidas por turistas internacionales fueron obtenidos en los atractivos: Monumento a la Mitad del Mundo, la Reserva Geobotánica Pululahua, reserva Mindo-Nambillo y en la Basílica de Quito, lo que da a conocer que dichos atractivos son los que cuentan con una buena promoción turística nacional e internacional.

En los principales atractivos turísticos naturales y culturales se apreció que un número considerado de turistas durante su visita a los atractivos no utiliza los elementos de protección para evitar el contagio principalmente del cubre bocas, generalmente se presenta en áreas naturaleza y verdes en los que se puede mantener la distancia adecuada disminuyendo el porcentaje de contagiados.

Por otro lado, los turistas que visitan atractivos turísticos culturales al tener un espacio más reducido no se liberan fácilmente de la mascarilla.

C  
O  
N  
C  
L  
U  
S  
I  
Ó  
N

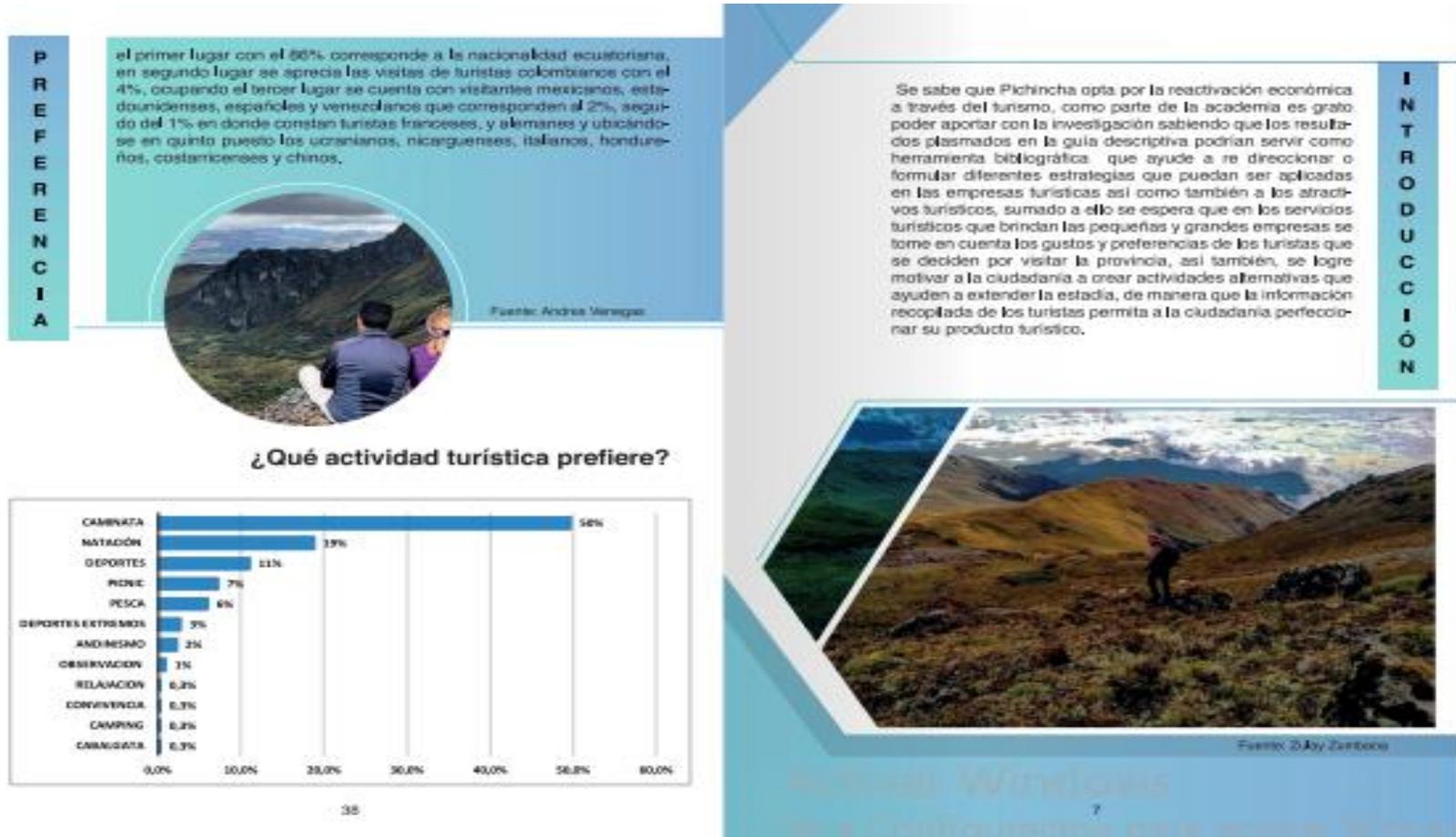
R  
E  
C  
O  
M  
E  
N  
D  
A  
C  
I  
Ó  
N

La demanda turística de mucha importancia y preferencia a realizar viajes familiares, es por dicha razón que, se debe ofrecer mayor diversidad de ofertas turísticas a este tipo de segmento, entre ellos se podría tener en cuenta implementar descuentos u ofrecer paquetes turísticos familiares en los que desde grandes hasta chicos tenga la oportunidad de disfrutar.

Se sugiere a cada actor directamente involucrado con el turismo a el aprovechamiento de la guía descriptiva para concientizarlos de la creación de acciones que estén direccionados a la oferta turística de tal manera que presenten cambios económicos y sociales a largo o corto tiempo.

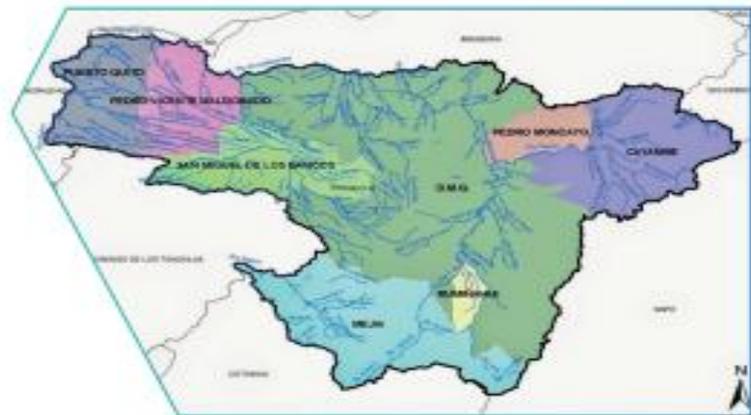
Figura 62

Introducción



**Figura 63**

*Características*



Fuente: Google imágenes



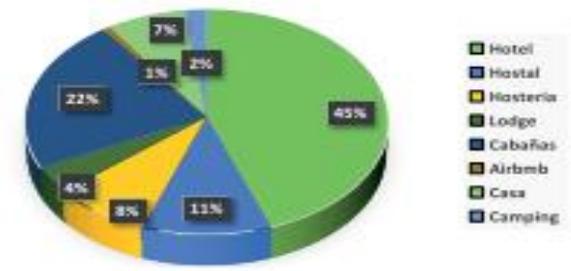
B

El 45% ha elegido hospedarse en servicios hoteleros, el 22% se inclina a elegir cabañas, el 11% ha elegido el hostal, el 8% la hosteria, el 7% casas, el 4% elige el lodge pues se ubican en espacios de conservación, el 2% prefieren disfrutar zonas de camping en espacios abiertos, y por último el 1% siendo ellos turistas extranjeros contrata servicios de airbnb.

**P  
R  
E  
F  
E  
R  
E  
N  
C  
I  
A**

Fuente: Zúley Zumbana

**Tipo de hospedaje preferido**



37

Figura 64

Características generales de la Provincia

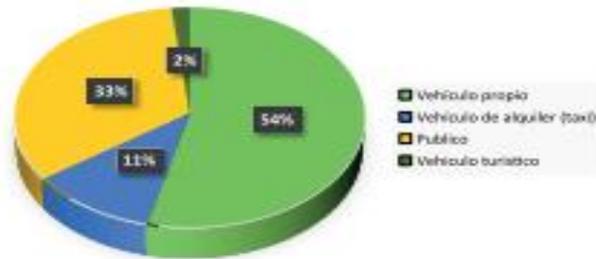
**P  
R  
E  
F  
E  
R  
E  
N  
C  
I  
A**

El 54% posee vehículo propio para trasladarse a los diferentes puntos turísticos de la provincia, el 33% se moviliza por medio del transporte público, el 11% y 2% lo realizan a través del alquiler de diferentes transportes como buses turísticos, carros de alquiler, taxi y moto.



Fuente: Libeth Iza

¿Qué tipo de transporte utiliza para viajar?



35

La provincia de Pichincha forma parte de las 24 provincias que posee la república del Ecuador, ubicada al norte del país alberga la capital de la república, Quito.

**LIMITES**

Norte: Imbabura y Esmeraldas.  
Sur: Cotacachi  
Este: Sucumbios y Napo.  
Oeste: Santo Domingo de los Tsáchilas

**CANTONES**

Cayambe  
Meja  
Pedro Moncayo  
Pedro Vicente Maldonado  
Puerto Quito  
Distrito metropolitano de Quito  
Rumiñahui  
San Miguel de Los Bancos

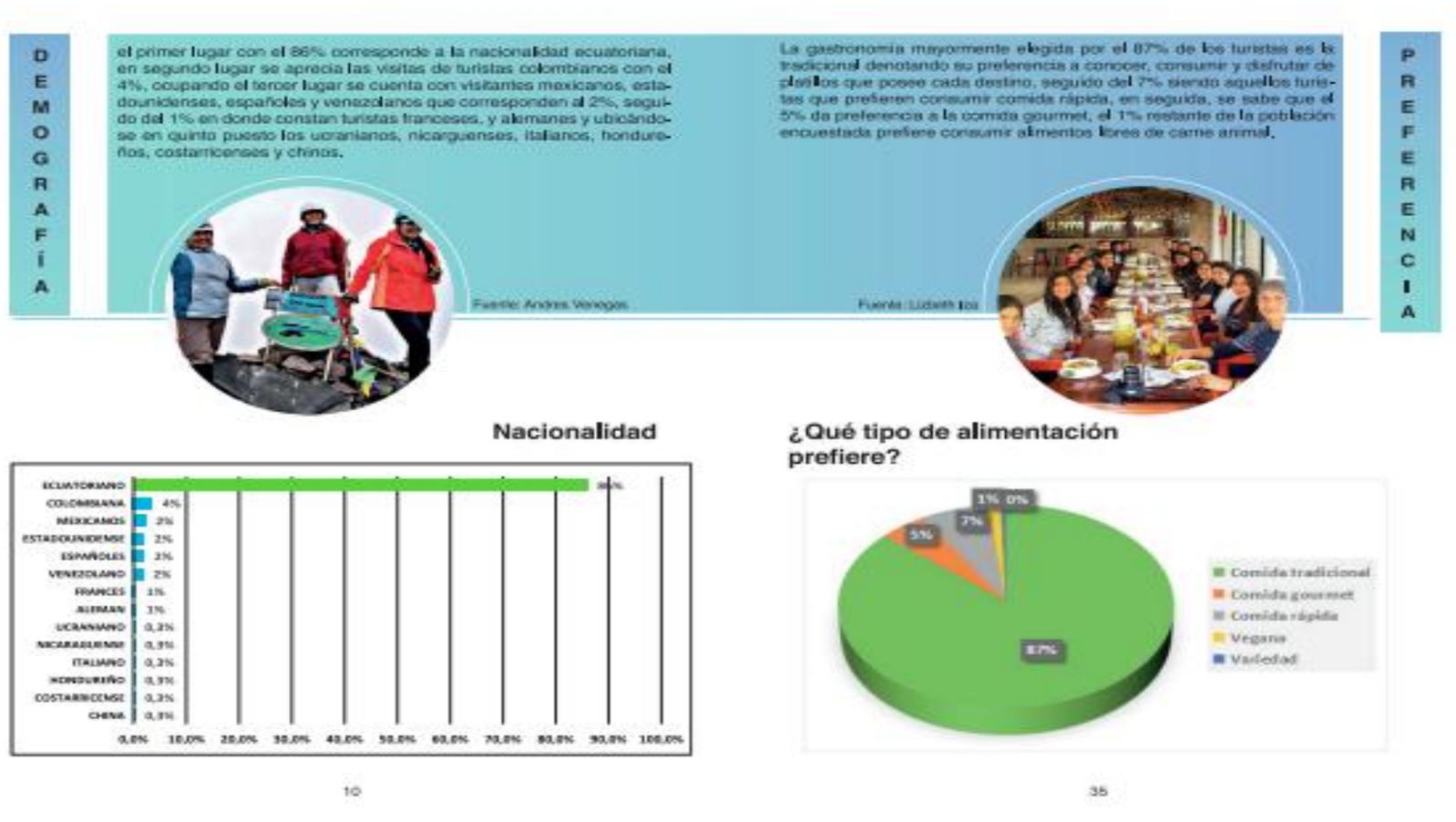
**TURISMO**

Es el cantón del Distrito Metropolitano de Quito, el principal distribuidor de turistas a nivel nacional, funcionando como receptor emisor de turistas a otras ciudades. Quito cuenta con un alto porcentaje de atracción turística nacional y extranjero, según el PDOT provincial 2015-2019 el 41% de turistas internacionales que llegan a la ciudad se quedan a visitarla y pernoctan en ella mientras que el 58,9% se dirige hacia provincias vecinas, además según el MINTUR 2013 indica que el casi 64% ha decidido visitar Quito durante su viaje por Ecuador. Los demás cantones de la provincia como Machachi, Sangolquí, Cayambe, Mindo son atracción turística menor, atrayendo menos del 1% de turistas.

9

Figura 65

Variables demográficas y de preferencia



**Figura 66**

*Variables demográficas y de motivación*



**Figura 67**

*Variable socio económico*

