



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES
CARRERA DE TURISMO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

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

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

Autora:
Cónдор Guanoluisa Alisson Melissa

Tutora:
Armijos Ango Sara Alejandra, Ing. Mg

LATACUNGA – ECUADOR
Agosto 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Alisson Melissa Cóndor Guanoluisa, con cédula de ciudadanía No. 1754489555, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “Perfil del turista de naturaleza de la provincia de Pichincha”, siendo la Ingeniera Mg. Armijos Ango Sara Alejandra, Tutora del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 11 de agosto del 2023

Alisson Melissa Cóndor Guanoluisa
Estudiante
CC: 1718912528

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

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **CÓNDOR GUANOLUISA ALISSON MELISSA**, identificada con cédula de ciudadanía **1754489555** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Pichincha”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Octubre 2019 – Marzo 2020

Finalización de la carrera: Abril 2023 – Agosto 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 25 de Mayo del 2023

Tutora: Ingeniera Mg. Sara Alejandra Armijos Ango

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

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 11 días del mes de agosto del 2023.

Alisson Melissa Córdor Guanoluiza
LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema
LA CESIONARIA

AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA”, de Córdor Guanoluisa Alisson Melissa, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 11 de agosto del 2023



Ing. Sara Alejandra Armijos Anjo, Mg.

DOCENTE TUTORA

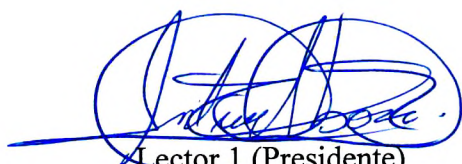
CC: 1803993995

AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

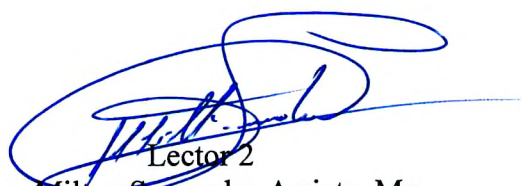
En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Cándor Guanoluisa Alisson Melissa, con el título del Proyecto de Investigación: “PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA”, 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, 11 de agosto del 2023



Lector 1 (Presidente)
Lcdo. Manuel Abarca Zaquinaula, Mg.
CC: 1103989669



Lector 2
Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.
CC: 0602636987



Lector 3
Ing. Daniela Rodas Vinueza, Mg.
CC: 1722220868

AGRADECIMIENTO

Agradezco sinceramente a mi Tutora de tesis, Sara Armijos, por su orientación, dedicación y apoyo a lo largo de este proceso de investigación. Sus conocimientos y sus consejos fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo. Agradezco a mis padres quienes son mi complemento fundamental, pues sin ellos no hubiese llegado tan lejos.

Alisson Melissa Cóndor Guanoluis

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de investigación a mis padres, quienes son los mayores merecedores de cada logro que obtenga. Le dedico además con mucho amor, mi esfuerzo diario durante todos los años de aprendizaje a mi familia que siempre han estado confiando apoyándome en todo este proceso universitario.

Alisson Melissa Córdor Guanoluisa

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

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

AUTORA: Cónдор Guanoluisa Alisson Melissa

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tuvo como finalidad determinar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Pichincha, se empleó una metodología de investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo para la recopilación de datos y el análisis de las encuestas que se obtuvieron mediante la aplicación de las mismas. Para el cumplimiento del primer objetivo, se llevó a cabo una revisión bibliográfica, principalmente en la página del Ministerio de Turismo (MINTUR), con el objetivo de seleccionar 10 atractivos de naturaleza, para los cuales las características que se consideraron a evaluar para la selección fue el nivel de jerarquía II y III así como las menciones de autores hacía dichos atractivos. Para caracterizar el perfil del turista se aplicó las 385 encuestas, los cuales representan que el 46% son personas ecuatorianos, con un rango de edad de 40 a 49 años, el 29 % reside en el Distrito Metropolitano de Quito, el 61% pertenecen al género masculino, la situación laboral del 43 % son empleados públicos, al 46 % de turistas prefiere viajar con amigos, gastan un aproximado total de 1 a 100 dólares el 26 % de turistas, el motivo de viaje el 73% prefiere visitar un lugar por relajación. En relación al segundo objetivo, se diseñó el boletín informativo empleando el método descriptivo, el cual ayudó a recopilar y agrupar información mediante los resultados obtenidos previamente en el objetivo uno, para el diseño del boletín se tomó en cuenta una cierta estructura, la cual fue, la portada, contraportada, descripción, tabulación y el apartado para mencionar a los autores del boletín, para la creación de este se usó como instrumento la aplicación de Adobe InDesign, el cual permitió crear formatos complejos. Como resultado se logró hacer la recopilación y agrupación del análisis de los datos estadísticos para el perfil del turista de naturaleza.

Palabras clave: Perfil, turista, metodología, datos, naturaleza.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

TÍTULO: “PROFILE OF THE NATURE TOURIST VISITING THE PROVINCE OF PICHINCHA.”

AUTHOR: Córdor Guanoluisa Alisson Melissa

ABSTRACT

The research aims to determine the profile of nature tourists visiting the province of Pichincha, using a descriptive research methodology with a quantitative approach for data collection and analysis of the surveys through their application. For the first objective, a bibliographic review was developed mainly on the Ministry of Tourism (MINTUR) website, with the objective of selecting 10 nature attractions, for which the characteristics considered for evaluation were the hierarchy level II and III as well as the authors' mentions of these attractions. To characterize the profile of the tourists, 385 surveys were applied, which represent that 46% are Ecuadorians, with an age range of 40 to 49 years, 29% reside in the Metropolitan District of Quito, 61% are male, 39% are female, the marital status of 60% are single people, the employment status of 43% are public employees, 46% of tourists prefer to travel with friends, 26% of tourists spend an approximate total of 1 to 100 dollars, the reason for travel 73% prefer to visit a place for relaxation. Regarding the second objective, the informative bulletin was designed using the descriptive method, which helped to compile and group information through the results obtained. For the design of the bulletin, a particular structure was taken into consideration, including the front cover, back cover, description, tabulation, and the section to mentions the authors of the bulletin. As a result, it was possible to compile and group the statistical data analysis for the nature tourist profile.

Keywords: Profile, tourist, methodology, data, nature.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
1. Información general.....	1
2. Justificación del Proyecto.....	2
3. Beneficiarios del proyecto de investigación.....	4
3.1 Beneficiarios directos	4
3.2 Beneficiarios indirectos	4
4. Problema de la investigación.....	6
5. Objetivos.....	8
5.1 Objetivo General.....	8
5.2 Objetivos Específicos	8
6. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.....	9
7. Fundamentación científica técnica.....	10
7.1 Marco legal	10
7.1.1 Constitución de la República del Ecuador:	10
7.2 Ley del turismo	10
7.2.1 Generalidades.....	10
8.2 Bases Teóricas de la Investigación	12
8.2.1 Definición de Turismo	12
8.2.2. Tipologías del turismo	12
8.2.3 Algunos tipos de turismo cultural	15
8.4 Demanda Turística.....	17
8.5 Esta demanda turística se puede clasificar de la siguiente manera:.....	18
8.5.1. La demanda efectiva	18
8.5.2. La demanda no efectiva	18
8.5.3 No demanda turística	18
8.6 Características de las corrientes turísticas.....	19

8.7 Perfil del Turista.....	19
8.7.1 Características demográficas.....	20
8.7.2 Edad del Turista	20
8.7.3 Género del Turista.....	21
8.8 Calidad de un destino turístico.....	21
8.8.1 Características de las corrientes turísticas.....	21
8.8.2 El turista y sus preferencias de viaje	22
8.9 Jerarquización de atractivos	22
9. Validación de la pregunta científica o hipótesis.....	23
10. Metodología de la investigación.....	24
11.1 Descripción del área de estudio	24
11.1.2 División Política y Administrativa.....	25
11.1.3 Límites	25
11.1.4 Cantones.....	25
11.2 Demografía	26
11.3 Economía	27
11.3.5 Ecosistemas.....	27
11.3.6 Áreas Protegidas	28
11.4 Objetivo 1	29
11.4.1 Actividad 1.....	29
1. Río Mindo-Tramo Mindo.....	32
2. Cascada Mindo Nambillo.....	33
3. Laguna Mediana (Huarmicocha).....	34
4. Cascada Cóndor Machay	34
5. Cuevas de arcoíris	36
6. Cascada las Gemelas.....	36
7. Vertiente los Saucos.....	36
8. Cascada nido de Curiquingue.....	36
9. Cascada velo de Novia.....	36
10. Cascada Kimsa.....	37
11.4.2 Actividad 2.....	38
11.4.3 Actividad 3.....	40
11.4.4 Actividad 4.....	41
11.4.5 Actividad 5.....	41
11.5 Objetivo 2	42
11.5.1 Actividad 1.....	42

11.5.2 Actividad 2.....	42
12 Análisis y discusión de resultados	43
12.1 Tabulaciones	44
12.1.1 Variable demográfica.....	44
12.1.2 Variable socioeconómica	50
12.1.3 Variable de motivación	57
12.1.4 Variable de Preferencia.....	63
12.2 Perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Pichincha.	67
12.2.1 Resumen del Perfil.....	68
12.3 Resultados del boletín informativo	69
12.3.1 Partes de un Boletín Informativo	69
12.3.2 Portada	69
12.3.3 Contraportada.....	70
11.3.4 Información de la provincia	70
11.3.5 Las tabulaciones.....	71
11.3.6 Sección de referencias.....	72
11.3.7 Tipografía.....	72
13. Impactos	73
13.1 Impactos Técnicos	73
13.2 Impactos sociales	74
13.4 Impactos económicos.....	74
14 Presupuesto.....	75
15 Conclusiones y Recomendaciones.....	76
Recomendaciones	78
16 Referencias	79
17 Apéndices	87
Apéndice 1. Hoja de vida del Equipo de trabajo	87
Apéndice 2. Datos personales del autor del proyecto de investigación.....	89
Apéndice 3. Ejemplo de la variable de investigación que se trató de tomar en cuenta.	90
Apéndice 4. Cuestionario del perfil del turista de Naturaleza	91
Apéndice 5. (Salidas de campo, evidencia)	93
Apéndice 6. (Boletín informativo).....	96
Apéndice 7. Aval del traductor	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios directos	4
Tabla 2. Beneficiarios Indirectos	5
Tabla 3. Sistematización de tareas.....	9
Tabla 4. Clasificación del turismo por su forma	13
Tabla 5. Características del turismo de esparcimiento y descanso.....	14
Tabla 6. Clasificación de las actividades.....	16
Tabla 7. Elementos que caracterizan a las corrientes turísticas.....	22
Tabla 8. Descripción de Jerarquías para los atractivos turísticos.....	23
Tabla 9. Cabeceras Cantonales de la Provincia de Pichincha	26
Tabla 10. Población por cantones.....	26
Tabla 11. SNAP áreas protegidas	28
Tabla 12. Atractivos de naturaleza	30
Tabla 13. Salidas de Campo	41
Tabla 14. Resumen del perfil del turista.....	68
Tabla 15. Presupuesto.....	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación de la provincia de Pichincha	25
Figura 2. Mapa referencial de la provincia de Pichincha	31
Figura 3. Río Mindo	32
Figura 4. Cascada Mindo Nambillo.....	33
Figura 5. Laguna Huarmicocha	34
Figura 6. Cascada Cóndor Machay.....	34
Figura 7. Cascada Velo de Novia	36
Figura 8. Cascada Kimsa	37
Figura 9. Portada del boletín	69
Figura 10. Contraportada.....	70
Figura 11. Descripción	71
Figura 12. Tabulaciones	71
Figura 13. Contactos y autores del boletín	72

1. Información general.

Título: “Perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Pichincha”

Lugar de ejecución: Provincia de Cotopaxi

Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad Académica: Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera que Auspicia: Licenciatura en turismo

Proyecto Vinculado: Perfil de la demanda turística

Nombre de equipo de trabajo

Tutor: Ing. Sara Alejandra Armijos Ango

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

Número telefónico: 0992734236

Estudiante- Investigador: Alisson Melissa Cóndor Guanoluisa

Correo electrónico institucional: alisson.condor9555@utc.edu.ec

Número telefónico: 0998135262

Área de conocimiento: Servicios

Línea de investigación: Análisis del turismo

2. Justificación del Proyecto

La investigación titulada “El perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Pichincha”, tiene como objetivo principal comprender las características socioeconómicas, demográficas, motivacionales y de preferencias de los turistas que eligen visitar un destino turístico, en modo que se puedan ofrecer productos y servicios personalizados que cumplan con sus necesidades y expectativas (Jaitia, 2017).

Es relevante señalar que, tras lo sucedido del COVID-19, se ha observado un cambio en el comportamiento de los turistas debido a la pandemia, ya que sus preferencias, expectativas, lugares a visitar cambiaron, en respuesta a esta nueva realidad, la industria turística tuvo que adaptarse para satisfacer las nuevas pautas de comportamiento de los visitantes. (Roda y Sassano, 2020). Considerando el entorno post-Covid, muestra que los turistas han experimentado muchos cambios significativos, ya que este ha llevado a que la gente prefiera un mayor enfoque en relación con la salud, el bienestar y la búsqueda de actividades al aire libre, conocer cómo estos factores inciden en el comportamiento del turista de naturaleza permitirá a los destinos a adaptarse y ofrecer experiencias que se ajusten a las necesidades actuales.

Leite (2017), menciona que “el perfil del turista permitirá diversificar la oferta para satisfacer las demandas cambiantes del mercado turístico” (p.93). Quiere decir que al momento de realizar el proyecto de investigación resultará de gran utilidad para aquellos prestadores de servicios turísticos ya que les permitirá identificar nuevas perspectivas y oportunidades de negocios. Esto a su vez, contribuirá a mejorar la rentabilidad y competitividad del sector mediante el aprovechamiento de los recursos naturales.

Además, este proyecto de investigación contribuirá al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha (GAD), ya que podrá utilizar los resultados de investigación para comprender mejor las preferencias y necesidades de los turistas. Ya que,

basándose en esta información, podrán desarrollar programas y planes destinados a potenciar la oferta turística y atraer un mayor número de visitantes.

La viabilidad de este estudio radica en comprender la preferencia y motivaciones de los turistas, lo cual permitirá un mejor conocimiento de los factores que guían a la elección para los destinos turísticos naturales. De igual manera los datos recopilados en el estudio de investigación serán de gran utilidad para los estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, ya que este estudio brindará información actualizada que permitirá a los estudiantes comparar datos en un futuro o incluso crear productos turísticos dentro de la provincia.

3. Beneficiarios del proyecto de investigación

3.1 Beneficiarios directos

Se han considerado como beneficiarios directos el GAD provincial de Pichincha, debido a que mediante el estudio se proporcionará datos detallados y específicos sobre el comportamiento y motivaciones de los turistas, esta información hará que el GAD tome decisiones claras al momento de realizar una planificaciones y diseños de estrategias turísticas, en donde podrán adaptar la oferta de servicios según las demandas reales de los visitantes. Como un segundo beneficiario, se encuentran los prestadores de servicios turísticos, ya que ellos van a poder tomar y analizar los datos para crear y adaptar la oferta turística de una manera más afectiva

Tabla 1. Beneficiarios directos

Beneficiarios del GAD provincial que son del turismo	8
Prestadores de servicios turísticos	
-Agencias de viajes -Agencias mayoristas -Agencias operadoras -Hospedaje -Alimentos y bebidas	6,773

Nota Tomado del Registro Nacional de turismo (MINTUR, 2011)

Elaborado por: Alisson Córdor

3.2 Beneficiarios indirectos

Como primer beneficiario indirectos, se consideró a los habitantes de la provincia de Pichincha, debido a que a medida que el turismo se desarrolle traerá consigo más turistas, en donde se prevé generar las oportunidades de empleo en los diversos sectores, como transporte, hotelería, guías turísticos y actividades recreativas, lo cual ofrece diversas opciones laborales para los habitantes que se encuentran dentro de la provincia y así potencialmente reducir las tasas de desempleo.

Además, los turistas nacionales, mediante este estudio, podrán disfrutar de una estadía más enriquecedora, satisfactoria y auténtica dentro de la provincia, al momento de adaptar la oferta turística a las necesidades de aquellos turistas.

Los turistas extranjeros, se beneficiarán indirectamente, ya que, al entender sus motivaciones y necesidades específicas, se puede crear producto turístico que vaya de acuerdo a los datos recopilados mediante el estudio de investigación.

Tabla 2. Beneficiarios Indirectos

Habitantes de la provincia de Pichincha	2'576,287
Turistas nacionales	235,00
Turistas extranjeros	25,000

Nota Datos estadísticos de Turismo-Quito en cifras 2022)

Elaborado por: Alisson Córdor

4. Problema de la investigación

La pandemia mundial por COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la industria turística, con restricciones de viaje, cierres de fronteras y cancelaciones de reservas que han afectado a turistas de todo el mundo (Mooney & Zefarra, 2020). Es necesario comprender cómo las decisiones de viaje y los comportamientos de los turistas han evolucionado en esta crisis y cómo se han adaptado a la nueva realidad.

Según la Organización Mundial del turismo OMT, (2020) proporcionó cifras que señalan que la llegada de turistas internacionales disminuyó en un 74% en todo el mundo durante el año 2020 a causa del COVID-19, lo que resultó en una pérdida estimada de ingresos por turistas de aproximadamente 1,3 billones de dólares. La situación en 2021 y 2022 ha experimentado una leve mejoría, pero la industria turística a nivel mundial aún requiere una continua investigación y actualización en lo referente al perfil del turista, incluyendo todas sus tipologías, con el fin de comprender las nuevas demandas y tendencias del mercado. (García Reinoso, 2021)

El perfil del turista en Ecuador es una cuestión importante para el desarrollo del turismo en el país. Ecuador cuenta con un potencial turístico notable, gracias a su diversidad geográfica, cultural y natural; no obstante, incrementar este potencial demanda el estudio de ciertas características y necesidades específicas de los diversos tipos de turistas que lo visitan (Velásquez et al., 2022). Cabe mencionar que se han realizado algunos estudios para identificar el perfil de los turistas que visitan Ecuador, tanto antes como durante la pandemia, resulta impredecible actualizar dichos estudios de forma periódica para mantenerse al tanto de las tendencias y cambios en el mercado turístico.

Los últimos estudios realizados en la provincia de Pichincha sobre el perfil del turista radican en la falta de información y comprensión de ciertas características que definen al turista. A pesar de la variada oferta natural y cultural de lugar, existe una carencia de datos detallados

que permitan identificar de manera integral quienes son estos turistas de naturaleza, que motivaciones los impulsan a visitar la provincia, como se comportan durante su estadía y qué expectativa tiene en cuanto a sus experiencias y servicios que ofrecieron aquellos lugares.

Tomando en cuenta que, la crisis generada por la pandemia del COVID-19 afectó considerablemente la industria turística de la provincia. Ante esta situación, fue importante llevar a cabo más investigaciones y análisis que permitan identificar el perfil como tal y así abordar cualquier problemática que pudiera surgir, garantizando así un enfoque de turismo de naturaleza sostenible y responsable. (Reinoso et al., 2020)

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

5. Objetivos

5.1 Objetivo General

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

5.2 Objetivos Específicos

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

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

A continuación, se visualizará todas las actividades que se realizó a lo largo del semestre para el estudio del perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Pichincha conforme a los objetivos planteados.

Tabla 3. Sistematización de tareas

Objetivo	Actividades	Resultado esperado	Metodología			
			Tipo de investigación	Métodos	Técnicas	Instrumento
<p>Objetivo 1</p> <p>Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta para conocer el perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Pichincha.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de atractivos naturales con Jerarquía I, II, III y los más visitados. 2. Cálculo del tamaño muestral para determinar el total de encuestas. 3. Revisión del modelo de encuesta, para la aplicación de la misma. 4. Salida de campo a los atractivos, para la aplicación de las encuestas. 5. Tabulación y descripción de los resultados. 	-Obtención de la base de datos mediante la aplicación de la encuesta.	Cuantitativa	Descriptiva	-Revisión Bibliográfica -Encuestas	-Artículos científicos. -Fichas de Mintur. -Cuestionario
<p>Objetivo 2.</p> <p>Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Pichincha.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño del boletín digital a través de Adobe Indesign y Canva. 2. Diseño mediante la creación del contenido, imágenes, información de las tabulaciones, estilos, espaciados. 	Diseño del boletín informativo.	Documental	Descriptiva	Análisis de contenido. Diseño gráfico	-Adobe InDesign -Canva

7. Fundamentación científica técnica.

7.1 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.

7.1.1 Constitución de la República del Ecuador:

Derechos de la naturaleza

Art. 74.- “Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Capítulo noveno” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, art. 74).

Régimen de competencias

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

El registro de personas, nacionalización de extranjeros y control migratorio” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, art.261).

7.2 Ley del turismo

7.2.1 Generalidades

Según en el art. 1.- dice que la presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (Ley de Turismo, 2014)

De acuerdo en el art. 4.- menciona que la política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: (Ley de Turismo, 2014)

Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

Dicha ley establece en el 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: (Ley de Turismo, 2014)

Alojamiento; servicio de alimentos y bebidas; transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

Según la ley de turismo menciona que en el art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los

extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país. (Ley de Turismo, 2014)

8.2 Bases Teóricas de la Investigación

8.2.1 Definición de Turismo

Para (Walter Hunziker, 2014), el término "turismo" hace referencia a un conjunto de fenómenos y relaciones que dan como resultado la reubicación de personas y su permanencia ya sea temporal fuera de su hogar, siempre y cuando no estén motivadas hacia una actividad lucrativa. Dando a entender que el turismo se define como una reubicación temporal a corto plazo.

Para finalizar con esta definición la Organización mundial del Turismo (OMT, 2008) sitúa este concepto como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se localizan fuera de su lugar habitual ya sea por motivos de negocios, personales, denominando así a estas personas como visitantes en donde el turismo tiene que ver con sus diversas actividades las cuales implican un gasto turístico.

8.2.2. Tipologías del turismo

Esta actividad se puede clasificar de acuerdo a ciertos componentes, según (Ibáñez y Rodríguez, 2017) menciona que la tipología del turismo es un componente temporal o espacial, incluso al propósito del viaje ya que cada tema turístico engloba un espacio amplio de actividades.

De acuerdo al autor para tener en cuenta este estudio de tipologías del turismo se debe de tener en cuenta la terminología es decir que el turismo ha evolucionado a un gran nivel

mundial ya que se va observando día a día los lugares turísticos los cuales ofrecen una gama de actividades en espacios ya sea naturales, culturales entre otros.

Tabla 4. Clasificación del turismo por su forma

Ámbito Geográfico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Doméstico 2. Nacional 3. Internacional 4. Intrarregional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Es aquel que se lleva a cabo dentro de tu misma zona. 2. Se lleva a cabo dentro del país 3. Un país diferente al que vives. 4. Turismo en donde hay puntos establecidos que se conectan entre sí para viajar.
Por su organización	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turismo Organizado 2. Turismo no Organizado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vacaciones masivas en donde te motivan a ir en ciertos tiempos. 2. No cuenta con una estructura detrás de su realización.
Por su duración	<ol style="list-style-type: none"> 1. Excursionistas 2. Turistas (estancia corta, mediana y larga) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los que viajan de hasta 24 horas o menos. 2. Los que viaja más de 24 horas, pueden llegar a pernoctar.
Edad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niños 2. Adolescentes 3. Adultos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cierta tipo de público para poder realizar las actividades.
Medio de transporte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terrestre 2. Aéreo 3. Acuático 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transporte el cual se va a utilizar para el desplazamiento.
Volumen de ingresos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Social 2. Masivo 3. Selectivo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Da un alcance a la posibilidad de realizar turismo de una manera económica 2. Mejor rentabilidad para el turismo. 3. Depende del nivel económico para poder realizar este tipo de turismo.

Escalas de viajes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Directo 2. Itinerario 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llega a un solo destino 2. Hace visita a varios lugares, puede llegar a pernoctar en los lugares de visita.
Otras formas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Individual 2. Grupal 3. Familiar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turismo en donde depende la cantidad con la cual vayan a viajar o realizar alguna actividad turística.

Fuente: (UNID, 2020)

Definición de la clasificación por tipo de turismo.

8.2.2.1 Turismo de descanso y esparcimiento

De acuerdo con (Ibáñez y Villalobos, 2017) el turismo de descanso y esparcimiento es conocido como el turismo de sol y playa en donde su principal atractivo son los grandes destinos turísticos. Los turistas que practican este tipo turismo por lo general son los que más presentan hábitos consumistas y demandan ciertos servicios domesticados debido al desarrollo de grandes instalaciones de esparcimiento y alojamiento.

Como menciona la organización mundial del turismo (OMT, 2005), las actividades que mayormente lo caracteriza son las visitas a grandes destinos o las playas, regularmente grandes ciudades.

Generalmente esto se debe a que los espacios con un clima cálido, mar, suelo arenoso causa una tranquilidad a quienes visitan este entorno, por ende, la mayoría disfruta de los lugares costeros.

Tabla 5. Características del turismo de esparcimiento y descanso

Características
Permite a las personas disfrutar, relajarse y descansar.
El turista tendrá beneficios por el simple hecho de ser turista extranjero.

Elaborado por: Alisson Córdor

8.2.2.2 Turismo cultural

Es aquello que está motivado por conocer nuevas experiencias en donde día a día se comprenderá distintas culturas, tradiciones, costumbres, arquitectura, festividades las cuales caracterizan a los pueblos o nacionalidades los cuales hacen que se refleje la identidad del destino al que van a visitar (Nina Inca, 2014). De acuerdo a esta autora se puede mencionar que el turismo cultural es una actividad la cual representa varios fundamentos.

Dentro de este tema la (OMT, 2022), menciona que el turismo cultural es una actividad turística la cual comprende tener una motivación y la cual puedan los turistas consumir sus producto tangibles e intangibles a la misma vez, ya que abarca varias características espirituales, emocionales, las cuales con su estilo crea tradiciones y creencias. Cabe recalcar que la definición de la OMT es muy amplia y abarca varios conceptos dentro de uno solo.

8.2.3 Algunos tipos de turismo cultural

Tipos de turismo cultural (definiciones)

8.2.3.1 Turismo Literario

Este turismo cultural consiste en visitar aquellos lugares en donde se hayan visible, los museos, cafeterías o algunos lugares que hayan tenido relación con obras, autores de la literatura (Díaz y García, 2011). Hace referencia a que para realizar este tipo de turismo solo se necesita requerir una novela, libro, tener una mente abierta es decir que no debe importar los lugares sino que lo importante deberá ser lo que ha pasado.

8.2.3.2 Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico según los autores Kivela & Crotts (2006) mencionan que:

La gastronomía es una actividad interdisciplinaria que tiene raíces en la cultura, los autores afirman que no solo este tipo de turismo de gastronomía consiste en el arte de cocinar sino más bien que es la cultura culinaria de cada país que se visita.

Dentro de este existen características las cuales son

- Es una fuente de ingresos económicos.
- Para los turistas es algo muy nuevo, se podría decir que les gusta vivir nuevas experiencias.
- Es un elemento fundamental para entender la cultura.

8.2.3.3 Turismo de aventura

El turismo de aventura son los “viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas y deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza” (Beltrán Galindo & Bravo, Turismo de Aventura: Reflexiones sobre su desarrollo y potencial en Colombia, 2008, pág. 104). Quiere decir que las personas al estar expuestas a este tipo de “viajes” tiene la necesidad de experimentar sensaciones llenas de emociones con el propósito de estar relajado o solo para hacerlo como deporte.

Si bien no mencionan el turismo de aventura es la práctica de diferentes tipos de dinámicas, como Hall (2015) menciona “la búsqueda del riesgo, autodescubrimiento, autorrealización, contacto con la naturaleza y contacto social”. Dando a entender que el turismo es una actividad muy practicada por turistas aficionados los cuales estas “actividades” puedan satisfacer las necesidades de quienes lo hacen.

Las actividades se pueden clasificar según el entorno físico en donde se desarrolla.

Tabla 6. Clasificación de las actividades

Aire	Agua	Tierra
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vuelo de ala delta ▪ Aviación ▪ Paracaidismo ▪ Vuelo de parapente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rafting ▪ Kayak ▪ Pesca ▪ Deportes náuticos (surfing, sunboard) ▪ Buceo con tanque ▪ Balsaje 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escalada en roca ▪ Rappel ▪ Cabalgata ▪ Alta montaña ▪ Trekking ▪ Ciclismo

Nota: Datos tomados de (Beltrán Galindo & Bravo, Turismo de aventura: reflexiones sobre su desarrollo y potencialidad en Colombia, 2008)

8.2.3.4 Turismo natural

El turismo de naturaleza está relacionado directamente con el desarrollo y el turismo sostenible, y prácticamente está referido a los hábitats naturales y a su biodiversidad, donde adquieren gran relevancia los parques naturales, las reservas protegidas, el ecoturismo, el medio rural, el agroturismo y el involucramiento de la población perteneciente al área determinada de implantación turística. (Escuela Universitaria Mediterránea, 2017)

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

Según lo mencionado por el autor este tipo de turismo es una actividad que se le asocia a la sostenibilidad de ciertos lugares, en donde el propósito de este será desarrollar actividades que sean responsables mediante algunos impactos positivos ya que este solo crea actividades recreativas en contacto con la naturaleza, comunidades que están en sus alrededores.

8.4 Demanda Turística

Se define a todos los consumidores o posibles consumidores de los servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades al momento de viajar ya sean turistas, visitantes, netamente independiente de las motivaciones que los anime a realizar al momento de planificar la visita. (Socatelli, 2013, pág. 1).

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. (Boullón, 2006). De acuerdo al autor se

puede decir que la demanda turística son conjuntos de bienes y servicios los cuales ciertos turistas están dispuestos a pagar.

8.5 Esta demanda turística se puede clasificar de la siguiente manera:

8.5.1. La demanda efectiva

En su obra “La teoría del empleo, el interés y el dinero” define la demanda efectiva como una cantidad total de bienes y servicios que son adquiridos o ya sea comprados en un mercado, durante un cierto periodo determinado, a un nivel dado de precios (Maynard, 2013). Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, que considera la penetración de los viajes turísticos en una población determinada. (Villasante, 2016). En resumen, quiere decir que es la cantidad de bienes y servicios que se compran en un mercado particular.

8.5.2. La demanda no efectiva

Es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquéllos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, entre otros); y la demanda diferida, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, entre otros.). (Villasante, 2016)

8.5.3 No demanda turística

“Caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar” (Villasante, 2016).es decir que según el autor es aquella persona que le gustaría hacer el viaje, pero no tendrá la disponibilidad para esto, ya sea por tiempo o dinero.

8.6 Características de las corrientes turísticas

Las corrientes turísticas son mucho más que el movimiento de grandes grupos de personas de un lugar a otro con fines turísticos; son fenómenos complejos que han sido abordados por diversos autores desde diferentes perspectivas.

Según (Ortuño, 2014) menciona que “El desplazamiento da origen a las corrientes turísticas, integradas por cantidades variables de personas, que se mueven de unos países a otros atraídas por su fama, por su interés, por los múltiples motivos que incitan a viajar o desplazarse.”

Estas “corrientes turísticas” vienen a desarrollar lo que sería el mercado de servicios y se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Personas: Quienes viajen individualmente o grupalmente en forma masiva.
- Tiempo: Que cuenten con tiempo libre para viajar.
- Ingresos: Que tengan los ingresos (dinero sobrante) para poder costear sus viajes.
- Medio: Que cuenten con medios de (transportes) para desplazarse.
- Motivación: Que tengan una razón que les provoque desplazarse (Gurria, 1997, pág. 86).

8.7 Perfil del Turista

El perfil del turista se refiere a las características comunes o a los patrones de comportamiento que tienen los turistas al momento de visitar un destino determinado. Según los autores Pat & Calderón (2012) afirman que el perfil turístico alude a la caracterización de un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y

necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos.
(pag.12)

Con base a estos autores el perfil del turista, las empresas y destinos turísticos pueden adaptar sus servicios y productos para entender mejor las necesidades de los visitantes y lograr una mayor satisfacción del cliente, además la elaboración del perfil del turista es importante para la planificación y el desarrollo de estrategias de Marketing y promoción turística (González & Conde, 2011). Se refiere a que hay temas los cuales definir ya que se han clasificado en lo siguiente:

Composición del grupo

Motivación del viaje

Nivel de satisfacción

Comportamiento del turista

8.7.1 Características demográficas

Dentro de las características demográficas se enmarca el estudio de las características físicas del turista como edad, género y características sociales como el estado civil. (Andrade, 2016, pág. 41)

Se puede detallar que las características demográficas estudian el perfil del turista como la nacionalidad, ciudad de residencia, edad, género, su estado civil y su situación laboral.

8.7.2 Edad del Turista

Es importante poder identificar el perfil del turista que visita una localidad, esto se puede analizar gracias a los tipos de segmentación que existe, siendo importante conocer el factor demográfico con ello su edad debido al tipo de turismo y actividades que prefieren realizar. (Manosalvas, Manosalvas , & Gamboa, 2020)

8.7.3 Género del Turista

Dentro del estudio de las características demográficas, el género es una variable de segmentación distintiva, esto debido a que, entre hombres y mujeres existen preferencias e inclinación por cierto tipo de productos. (Maseda & Soret, 2017)

8.8 Calidad de un destino turístico

La calidad de un destino turístico va en relación con el nivel de satisfacción de los turistas o clientes, está relacionado con la prestación de servicios turísticos, la infraestructura y la experiencia que se ofrece hacia aquellos viajeros, regularmente determinada por su característica relación con el precio. (Herrera et al., 2021)

Cabe mencionar que para un lugar sea considerado como un destino de calidad se debe considerar diferentes factores, como la satisfacción de los visitantes, la infraestructura y los servicios turísticos disponibles, el método considerable para medir o evaluar la calidad de un destino turístico es el análisis de los problemas y oportunidades en relación con la satisfacción y la calidad, mientras que algunos destacan la importancia de la gestión para la mejora de experiencia de los visitantes. (Madrazo et al., 2009)

8.8.1 Características de las corrientes turísticas

Las corrientes turísticas hacen referencia a ciertos patrones y flujos de viajeros que se desplazan de un lado a otro con fines turísticos. Estas corrientes pueden ser tanto nacionales como de personas extranjeras y se encuentra influenciada por una variedad de factores, como las preferencias que tienen los turistas, eventos culturales, accesibilidad y las condiciones económicas. (Haro, 2013)

Tabla 7. Elementos que caracterizan a las corrientes turísticas

Núcleo emisor	Es de donde la corriente turística inicia (se trata de los países mas desarrollados económicamente)
Núcleo receptor	Es el cual recibe afluencia de personas (corrientes turísticas) se mantiene en continuo desarrollo e incluye diferentes actividades.
Duración del viaje	Mientras más permanezca el turista en el destino, más ingresos económicos genera el lugar.
Distancia	El núcleo emisor y el receptor son los beneficiarios de las grandes corrientes turísticas.
Medio de transporte	El que estudia este tipo de corrientes, tiene la idea de la tipología del viajero. Los destinos más accesibles de igual manera son los más beneficiados.
Motivación	Existen varias teorías sobre lo que le motiva al turista a viajar: -escape -autodescubrimiento. -Relajación -desafío -aventura -prestigio -aventura -prestigio

Nota. Información tomada del repositorio denominado “El marketing y su incidencia en la corriente turística en la parroquia Río Negro (2013)

8.8.2 El turista y sus preferencias de viaje

Necesidades del turista

Quiere decir que se debe satisfacer las necesidades que requiera el visitante durante su estadía en un destino turístico para que pueda disfrutar la experiencia turística, las cuales pueden incluir ciertas necesidades básicas como alojamiento y alimentación, de igual manera necesidades como de entretenimiento, transporte y seguridad, entre otras. (Goma, 2017)

8.9 Jerarquización de atractivos

La jerarquización para lo que son los atractivos turísticos sirve para identificar, y ordenar los diferentes atractivos turísticos de un destino, de manera que se le pueda dar una relevancia a cada uno de ellos, básicamente esto ayuda a lo que sería la oferta turística y a desarrollar nuevos atractivos de manera sostenible de acuerdo a las necesidades y preferencias de los visitantes.

Las jerarquías corresponden a la revisión de la metodología para inventarios de atractivos turísticos (MINTUR, 2004) de acuerdo a los criterios dados por la OEA.

A continuación, se detalló en la tabla las jerarquías con su respectiva descripción.

Tabla 8. Descripción de Jerarquías para los atractivos turísticos.

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

Nota. Elaborado por la Dirección de Planificación de Destinos Turísticos; MINTUR, 2020

9. Validación de la pregunta científica o hipótesis.

Para el desarrollo del proyecto de investigación se ha determinado la siguiente pregunta.

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

El turista de naturaleza que elige visitar la provincia de Pichincha es aquel que busca vivencias enriquecedoras en entornos naturales. Su interés se centra en explorar la biodiversidad y conectarse con la naturaleza. Este tipo de viajero es conocido por su capacidad de adaptar sus preferencias y gustos según el entorno que lo rodea. En este contexto, se ha llevado a cabo un estudio de investigación para analizar este perfil en particular. Los resultados obtenidos revelan que la mayoría de los turistas que eligen esta provincia son de nacionalidad ecuatoriana. Además, se observa que son en su mayoría residentes locales de género masculino, con edades comprendidas entre los 40 y 49 años. Estos visitantes suelen optar por viajes que promuevan la relajación y el disfrute de los atractivos naturales. Las actividades de senderismo son

particularmente populares entre ellos. En términos de alojamiento, las cabañas son su elección preferida cuando deciden hospedarse. En cuanto a la gastronomía, muestran un interés en probar la comida típica del lugar que visitan. Además, es relevante destacar que la mayoría de estos turistas opta por utilizar su vehículo personal para trasladarse.

10. Metodología de la investigación

El presente proyecto de investigación corresponde al nivel descriptivo con un enfoque cuantitativo el cual se emplearon datos estadísticos para la recopilación y análisis de los datos obtenidos a través de la aplicación de las encuestas en los atractivos de naturaleza que se encuentran ubicados dentro de la provincia de Pichincha, además de ello, mediante el enfoque descriptivo, se realizó la agrupación de datos numéricos para tabularlos, logrando así tener una sistematización de la información en el trabajo realizado.

Dentro del segundo objetivo se empleó el método descriptivo, mediante el cual se consiguió presentar de manera más detallada las gráficas estadísticas, consiguiendo así, especificar las características del perfil del turista de naturaleza, dicho esto, se realizó el diseño del boletín informativo mediante la aplicación de herramientas como Adobe InDesign y canva.

11. Descripción del área de estudio

Este proyecto de investigación tiene como objetivo determinar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Pichincha, a determinados lugares turísticos y así encuestar a las 385 personas. La provincia de Pichincha se encuentra ubicada en la región central o también llamada Sierra, es una de las 24 provincias de la República de Ecuador, tiene como capital la ciudad de Quito, la provincia tiene una superficie de alrededor de 9,692 km² y es conocida por tener una amplia variedad de biodiversidad., paisajes, montañas, valles que la convierte en un destino turístico popular para visitantes locales y extranjeros. (PDOT, 2019-2023)

11.2. División Política y Administrativa

País: República del Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Pichincha

Extensión: Es de 9,612 km²

Población: 2'576,287

Temperatura: va desde los 8° a 24° C

Figura 1. Ubicación de la provincia de Pichincha



Fuente: SIG-GADPP 2019

Elaboración: Equipo Técnico multidisciplinario GADPP Fuente Mapa base de la provincia de Pichincha, tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2019-2023)

11.3. Límites

Al norte: Provincias de Imbabura y Esmeraldas .

Al sur: Provincia de Cotopaxi.

Al este: Provincias de Sucumbíos y Napo.

Al oeste: Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

11.4 Cantones

La provincia cuenta con 8 cantones, cada uno cuenta con su correspondiente cabecera cantonal, esta distribución se encuentra plasmada de manera clara en el cuadro que se presenta a continuación.

Tabla 9. Cabeceras Cantonales de la Provincia de Pichincha

Cantones	Cabeceras Cantonales
Cayambe	Cayambe
Mejia	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

Elaborado por: (Prefectura de Pichincha , 2017)

11.5 Demografía

La provincia de Pichincha cuenta con 2'587.542 habitantes según el censo del año 2010, registrado en el Plan de Ordenamiento Territorial De La Provincia de Pichincha 2019-2023, de acuerdo a la información obtenida se puede visualizar en la siguiente tabla que el cantón que posee más habitantes es el Distrito Metropolitano de Quito con una cifra considerable de 2'239.191.

Tabla 10. Población por cantones

Cantón	Censo 2010	%
D.M.Quito	2'239.191	86,54
Rumiñahui	85.852	3,32
Cayambe	97.050	3,75
Mejía	81.335	3,14
Pedro Moncayo	33.172	1,28
San Miguel de los Bancos	17.573	0,68
Puerto Quito	20.445	0,79
Pedro Vicente Maldonado	12.924	0,50

Pichincha

2'587.542

100

Fuente: Inec 2010 y Proyecciones de población 2020

Elaborado por: El equipo técnico multidisciplinario GADPP

11.6 Economía

La economía de la provincia se basa en los servicios Financieros y Comerciales, ya que dentro del lugar, se alberga varias instituciones financieras como bancos y empresas, seguida por el turismo, dado que la provincia cuenta con muchos atractivos naturales y actividades que van de la mano con el ecoturismo, Posteriormente, están las personas que se dedican al sector de la industria manufacturera, lo cual significa que dentro de este se hace la producción de alimentos, productos textiles y químicos. En la producción agrícola, los cultivos principales son la cebada, trigo, papas, maíz, café, caña de azúcar. Por último, se encuentra la ganadería, esta es una de las actividades principales de los sectores rurales de la provincia, donde la mayoría se dedica a la crianza de ganado porcino, vacuno, ovino y caprino.

11.7 Ecosistemas

La provincia cuenta con varios tipos de ecosistemas, los cuales son:

- Bosques húmedos
- Bosques secos
- Bosques andinos
- Lagos
- Valles
- Ríos y arroyos
- Páramos

11.8 Áreas Protegidas

La provincia alberga 7 lugares protegidos que forman parte del sistema de áreas protegidas de Ecuador, cabe mencionar que las cinco primeras comparten territorio con provincias vecinas, mientras que los dos últimos se ubican dentro de su propio territorio.

Tabla 11. SNAP áreas protegidas

Área protegida	Provincia	Año de creación	Extensión	Rango Altitudinal
Parque Nacional Cayambe Coca	Imbabura, Napo, Pichincha, Sucumbíos	1970 como Reserva Ecológica, en el 2010 como Parque Nacional	404103 hectáreas	600-5790 m
Parque Nacional Cotopaxi	Cotopaxi, Napo, Pichincha	1975	33393 hectáreas	3400-5897 m
Reserva Ecológica Antisana	Napo, Pichincha	1993	120,000 hectáreas	1400-5758 m
Reserva Ecológica los Ilinizas	Cotopaxi, Los Ríos, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas	1996	500 hectáreas	2800-4210 m
Área Nacional de Recreación el Boliche	Cotopaxi, Pichincha	1979	392 hectáreas	3484-3726 m
Reserva Geobotánica Pululahua	Pichincha	1966 como Parque Nacional, en 1978 como Reserva Geobotánica	3383 hectáreas	1800-3356 m

El Refugio de vida Silvestre Pasochoa	Pichincha	1986	500 hectáreas	2800-4210 m
---	-----------	------	---------------	-------------

Fuente Cuadro elaborado por Alisson Córdor, basándose en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador.

11.9 Objetivo 1

Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta para conocer el perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Pichincha.

Para el cumplimiento del siguiente objetivo se realizaron las siguientes actividades:

11.9.1 Actividad 1

Identificación de atractivos naturales con Jerarquía I, II, III y los más visitados.

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

Para la selección de estos diez atractivos, se tomó en cuenta el nivel de jerarquía II y III, la elección de estos atractivos se fundamentó en la descripción de cada uno, donde se destaca su capacidad para cautivar a los turistas y sus características que lo vuelven particularmente llamativo, este análisis permitió identificar a aquellos destinos que poseen una singularidad y potencial para motivar a los viajeros.

Además de eso, como otro criterio, se desarrolló un papel fundamental en la elección, la cual fue hacer la mención de diversos autores hacia algunos atractivos. Por lo tanto, en el siguiente punto se hace mención de los atractivos de naturaleza seleccionados, donde se detalla

la información necesaria para comprender las razones detrás de su elección, asimismo se detalla una breve descripción sobre su ubicación y las actividades disponibles, acompañada con su respectiva foto del lugar.

11.9.2 Atractivos turísticos de naturaleza que existe en la Provincia de Pichincha

Se puede visualizar que solo hay 13 atractivos registrados por el Ministerio de Turismo, los cuales son pertenecientes a cantones como; San Miguel de los Bancos, Rumiñahui y Pedro Moncayo, de los cuales se realizó una selección de 10 para la aplicación de la encuesta.

Tabla 12. Atractivos de naturaleza

No	Provincia	Cantón	Categoría	Tipo	Subtipo	Nombre	Jerarquía
1	Pichincha	Pedro Moncayo	Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna	Laguna Chiriacu	II
2	Pichincha	Pedro Moncayo	Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna	Laguna Mediana (Huarmicocha)	III
3	Pichincha	Rumiñahui	Atractivos Naturales	Bosques	Paramo	Bosque Cedrillo	II
4	Pichincha	Rumiñahui	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	Cascada Cóndor Machay	II
5	Pichincha	Rumiñahui	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	Cascada Kimsa	II
6	Pichincha	Rumiñahui	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	Cascada las Gemelas	II
7	Pichincha	Rumiñahui	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	Cascada nido de Curiquingue	II
8	Pichincha	Rumiñahui	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	Cascada Sueño de Novia	II
9	Pichincha	Rumiñahui	Atractivos Naturales	Fenómenos osteológicos	Cueva o caverna	Cuevas de arcoíris	II
10	Pichincha	Rumiñahui	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	Vertiente los Saucos	II

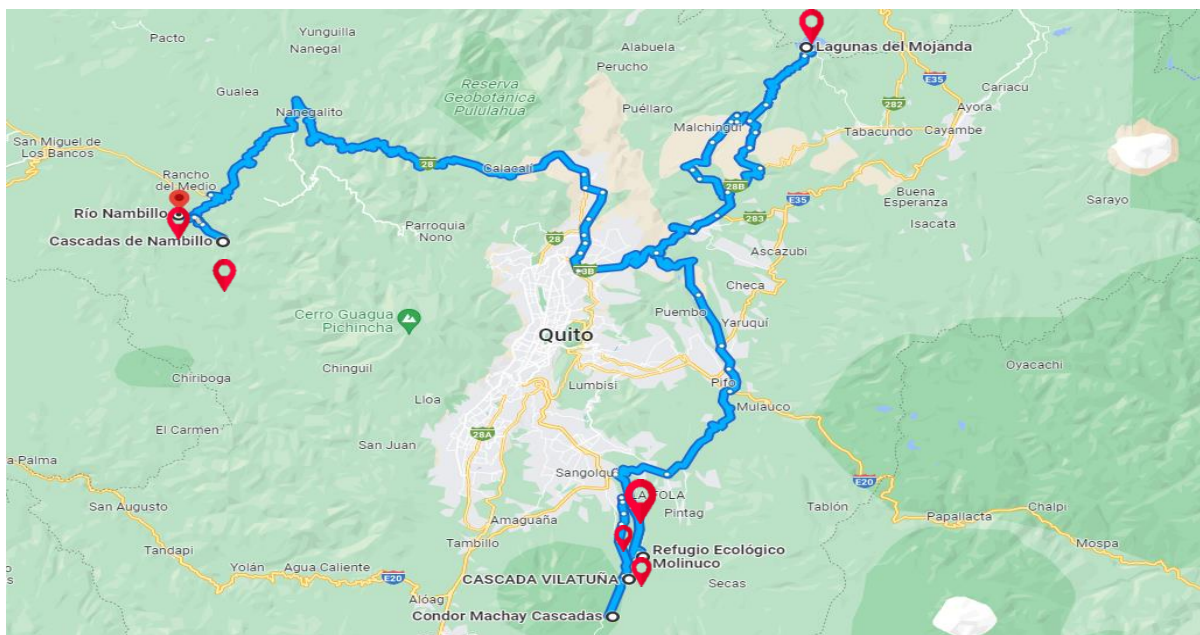
11	Pichincha	San Miguel de los Bancos	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	Cascada Míndo Nambillo	III
12	Pichincha	San Miguel de los Bancos	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	Cascada Reina	II
13	Pichincha	San Miguel de los Bancos	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	Rio Míndo-Tramo Míndo	II

Nota. Tabla de la actualización de los atractivos de naturaleza de la Provincia de Pichincha (2018)

11.9.3 Descripción de los atractivos

Mediante las salidas de campo y la aplicación de la encuesta, se obtuvo un mapeo detallado e información de cada atractivo, el producto de esta labor se presentará a continuación, ofreciendo así una visión clara y completa.

Figura 2. Mapa referencial de la provincia de Pichincha



Nota Ubicación de los atractivos de naturaleza en la provincia de Pichincha, mapeo realizado en Google Maps

11.9.4 Motivo de la selección del atractivo.

1. Río Mindo-Tramo Mindo

Figura 3. Río Mindo

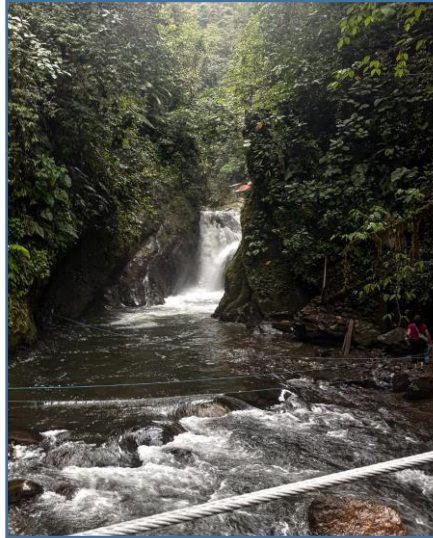


Se encuentra en el cantón San Miguel de los Bancos, nace de las estribaciones occidentales de los Andes y es un afluente del río Blanco, atraviesa el bosque protector Mindo Nambillo y tiene un ancho promedio de 16 cm y una profundidad que varía según la temperatura. (PDOT, 2015-2025)

Se seleccionó el río Mindo Nambillo debido a su jerarquía de nivel II, cabe mencionar que este atractivo está relacionado con la belleza natural, la tranquilidad y las oportunidades de recreación, de igual manera es un sitio muy preferido debido al entorno natural pintoresco que tiene, con su exuberante vegetación, en sí este lugar causa una experiencia visualmente impactante, cabe mencionar que en el lugar se puede realizar actividades al aire libre.

2. Cascada Mindo Nambillo

Figura 4. Cascada Mindo Nambillo



Se encuentra ubicada en el cantón San Miguel de los Bancos, la cascada cuenta con una altura aproximada de 15 metros, para su acceso se ingresa por el barrio Nambillo, vía a las cascadas.

Se seleccionó la cascada Mindo Nambillo debido a jerarquía de nivel III, este lugar ofrece la oportunidad de disfrutar de la naturaleza. Además, la caminata hasta el ingreso de la cascada, es una experiencia única, ya que se puede disfrutar del bosque y la fauna local. De igual manera gracias a la diversidad bioclimática, este sitio es muy apetecido por turistas tanto nacionales como extranjeros para desarrollar varias actividades como lo es de senderismo, avistamiento de aves, muy importante mencionar que dentro de este lugar se realiza el conteo mundial de aves cada diciembre. (Villalba, 2015)

3. Laguna Mediana (Huarmicocha)

Figura 5. Laguna Huarmicocha



Esta laguna se encuentra dentro del complejo lacustre Mojanda, se encuentra ubicada al sur del lago Caricocha a unos 3km, tiene una forma circular rodeada de áreas cubiertas de paja.

Se seleccionó la laguna mediana Huarmicocha debido a su jerarquía de nivel III, se encuentra dentro de las lagunas de Mojanda, es uno de los lugares que reciben muchos turistas al día, más los fines de semana. Según lo menciona Smit (2018), la laguna de Mojanda ofrece un “espectáculo visual muy impresionante con aguas tranquilas y montañas que rodean todo el lugar, hace que sea un paisaje inolvidable”.

4. Cascada Cóndor Machay

Figura 6. Cascada Cóndor Machay



Se encuentra ubicado en la Parroquia de Rumipamba a 17 km al suroeste de Sangolquí, los moradores mencionan que se le atribuyó este nombre debido a que por esa zona las aves andinas se refugiaban cerca de la cascada de 80 metros de altura, al pie del río Pita.

La elección de la cascada Cóndor Machay se basa en su categorización como jerarquía II, este atractivo se localiza en Rumipamba, específicamente en el sector Vallecito, este majestuoso recurso natural destaca por su majestuosa caída de agua cristalina desde una significativa altura, la interacción tanto visual como auditiva con el flujo del agua logra crear un espectáculo que cautiva los sentidos de los visitantes que ingresan a diario a este maravilloso lugar.

Dentro del atractivo, se puede recorrer diversos entornos naturales que fueron incluidos en la jerarquía para el MINTUR, estos espacios lograron ofrecer a los visitantes la oportunidad de establecer una conexión genuina con la naturaleza y disfrutar de la diversidad de paisajes que rodean la cascada.

La selección de estos atractivos se basa en su potencial para brindar experiencias que enriquecen y que abarcan toda esa conexión con la naturaleza, La cascada y los atractivos que se encuentran dentro ofrecen una oportunidad única para los visitantes que desean experimentar la belleza natural y explorar la variedad de entornos que refuerzan su categorización dentro de su jerarquía turística.

Atractivos que se encuentran dentro de la cascada Cóndor Machay:

- 5. Cuevas de arcoíris**
- 6. Cascada las Gemelas**
- 7. Vertiente los Saucos**
- 8. Cascada nido de Curiquingue**
- 9. Cascada velo de Novia**

Figura 7. Cascada Velo de Novia



Se seleccionó la cascada Sueño de Novia debido a su jerarquía de II, se encuentra ubicada en Rumipamba, sector el vallecito, dentro de los senderos Vilatuña el lugar cuenta con cierta afluencia de turistas para recorrer el sendero.

La decisión de visitar este lugar se basa en una serie de razones respaldadas por expertos en el ecoturismo y turismo de naturaleza, García y Pérez (2028), mencionan que estos senderos contribuyen a un turismo sostenible al proporcionar oportunidades para el aprendizaje sobre la conservación del medio ambiente y la importancia de la preservación de estos espacios naturales. En conjunto, la exploración de los senderos de Vilatuña y la maravillosa cascada "Sueño de Novia" promete una experiencia enriquecedora respaldada por la belleza escénica, la educación ambiental y la conexión auténtica con la naturaleza.

10. Cascada Kimsa

Figura 8. Cascada Kimsa



Se encuentra ubicada dentro de los senderos Vilatuña, para el ingreso de la cascada se deberá pasar diferentes puentes colgantes de madera, escalar, pasar por diferentes ríos, el tiempo de llegada es aproximadamente de 20 minutos, el nombre de la cascada refleja la delicadeza y pureza de sus aguas.

La cascada cuenta con una jerarquía de II, ubicada en el cantón Rumiñahui, es muy visitada los fines de semana, cuenta con turistas nacionales como extranjeros. Cabe mencionar que este es un lugar llamativo el cual ofrece la oportunidad de disfrutar de la naturaleza y relajarse en un ambiente tranquilo.

11.9.5 Actividad 2

Cálculo del tamaño muestral para determinar el total de encuestas.

Se utilizó la fórmula para poblaciones infinitas, ya que mediante esta realizó estimaciones precisas sobre la población más grande mediante el estudio de diferentes muestras representativas.

La fórmula aplicada es para población infinita porque actualmente no se conocen los turistas que visitan los cantones y tampoco hay una base de datos previa que indique el total de turistas que llegaron al lugar.

Se aplicó la siguiente fórmula para calcularla muestra para el estudio.

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

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

Elaborado por. Alisson Córdor

Parámetros a considerar.

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

Datos empleados en la aplicación de la fórmula

Para determinar el total de encuestas con las cuales se trabaja con un nivel de confiabilidad del 95% con un rango de error del 5% teniendo en cuenta que la probabilidad de ocurrencia en un evento y la no ocurrencia del mismo el cual tendrá un porcentaje del 50%

Datos:

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

Elaborado por: Alisson Córdor

Aplicación:

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

La investigación realizada no tiene un marco muestral o bases de datos sobre la población, por tal motivo, se procedió a trabajar con este tipo de muestreo no probabilístico.

Con base a los datos que se obtuvo tras el cálculo de muestra, se procedió a la aplicación del instrumento de recolección de datos en los atractivos seleccionados de la provincia de Pichincha, tomando en cuenta que el encuestado debía ser mayor de edad para tener mejores resultados.

11.9.6 Actividad 3

Revisión del modelo de encuesta, para la aplicación de la misma.

Para este punto se realizó una búsqueda de información acerca de cuestionarios anteriormente realizados por investigadores o autores que mencionan otras variables de caracterización para establecer el perfil como tal, como respuesta se halló una encuesta que se basó en analizar ciertos comportamientos de los residentes que visitan la ciudad de Quito. Además, se visualiza que se dividen en cuatro secciones, las cuales son; los datos demográficos, motivaciones, organización y finalmente satisfacción de la visita al lugar. Por otro lado, se encontró una investigación acerca del “Análisis del perfil y satisfacción del visitante de las cascadas del cantón Rumiñahui Provincia de Pichincha”, la cual está dividida en tres secciones, perfil del visitante, grado de satisfacción y comportamiento ambiental. (Apéndice 89).

Para la investigación se utilizó el instrumento proporcionado por la carrera de turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, la cual fue adquirida de una tesis titulada “Estudio del perfil de la demanda turística del cantón Pujilí provincia de Cotopaxi” se tomó en cuenta debido que este cuestionario se centró en las 4 variables. Las cuales son; demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferenciales, las cuales muestran una cierta similitud con las anteriores investigaciones que se realizaron previamente. (Apéndice 90, 91)

En este mismo punto se puede mencionar que aquel instrumento fue dirigido también para las personas extranjeras, en donde el investigador tuvo que interactuar de una manera súper clara.

11.9.7 Actividad 4

Salida de campo a los atractivos seleccionados, para la aplicación de las encuestas.

Para esta actividad se efectuaron cinco salidas de campo, las cuales, el propósito fue encuestar a las 385 personas que ayudaron a poder determinar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Pichincha, en algunos atractivos se elaboró más encuestas debido a la cantidad de turistas que llegan al lugar, para la recolección de las muestras válidas se desarrolló el siguiente cronograma.

Tabla 13. Salidas de Campo

Número de encuestas	Atractivos turísticos	Fecha de Visita
55	Cascada Mindo Nambillo	26/06/2023
23	Río Mindo	26/06/2023
67	Cascada Cóndor Machay	11/07/2023
12	Cuevas de arcoíris	11/07/2023
29	Cascada Gemelas	11/07/2023
24	Vertiente los Saucos	11/07/2023
15	Cascada Nido de Curiquingue	11/07/2023
27	Cascada Sueño de Novia	12/07/2023
53	Cascada Kimsa (Molinuco)	08/07/2023
80	Lagunas de Mojanda	09/07/2023

Nota Cronograma de las salidas de campo elaborada por Alisson Cóndor.

11.9.8 Actividad 5

Tabulación e interpretación de los datos.

La tabulación de datos sobre el perfil del turista de naturaleza, implicó realizar una organización sistemática de la información recolectada mediante las encuestas y los estudios pertinentes, esta recopilación abarcó preferencias de destinos, patrones de gasto, entre otros. Al

interpretar estos datos se pudo identificar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Pichincha.

11.10 Objetivo 2

Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Pichincha.

Para el diseño del boletín se realizaron las siguientes actividades.

11.10.1 Actividad 1

Diseñar un boletín digital turístico a través de Adobe InDesign y Canva.

El diseño del boletín se lo realizó a base de las herramientas como Adobe InDesign que permitieron crear diseños complejos y personalizados, los cuales proporcionaron una amplia gama de plantillas y elementos visuales, para tener una distribución ordenada sobre el contenido y los gráficos ya que la combinación de estos dos proporcionó un enfoque útil para desarrollar el boletín y así este pueda captar la atención del público en general.

11.10.2 Actividad 2

Diseño de tipografía, contenido, imágenes, estilo y espaciado.

Para llevar a cabo esta actividad, se estableció una estructura para el boletín, que resulta fundamental con el fin de asegurar una organización y coherencia adecuadas de la información presentada. Esto posibilitó que el contenido fluya de manera más lógica y accesible para los lectores. Dicha estructura abarcó varios elementos esenciales, comenzando con una introducción que establece el tema central. De igual manera, se dispusieron secciones que abordan aspectos como las variables demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferenciales. Estos elementos permitieron definir de manera integral el perfil del turista de naturaleza que elige visitar la provincia de Pichincha.

12 Análisis y discusión de resultados

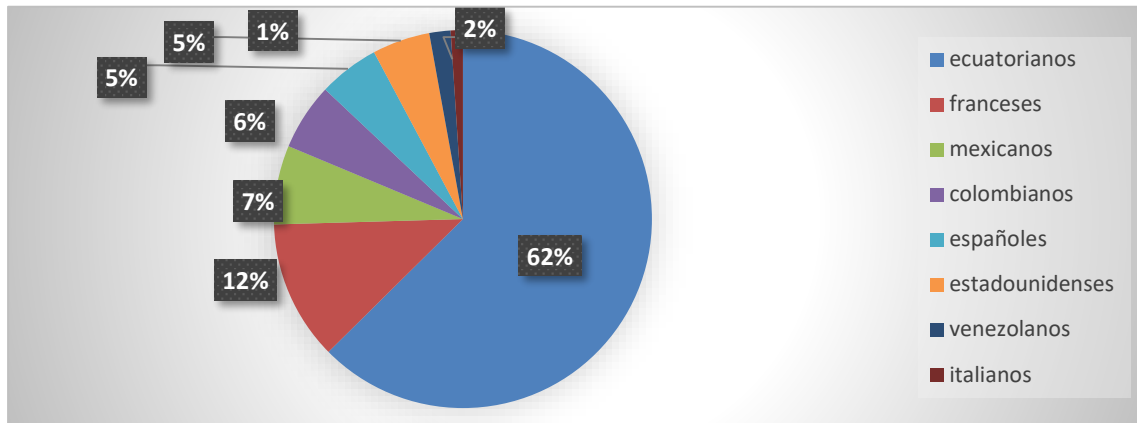
Una vez realizadas las salidas de campo, para la aplicación de las 385 encuestas, se ha llegado como resultado del objetivo 1, la obtención de la base de datos mediante la aplicación de la técnica de encuestas a las diferentes personas que se encontraban en los atractivos turísticos seleccionados de la provincia de Pichincha, estableciendo gráficos estadísticos con porcentajes, los cuales permitieron evaluar de mejor manera los resultados.

En el presente apartado se realizó la interpretación de los datos obtenidos de las cuatro variables de caracterización, con el fin de dar respuesta al objetivo plasmado.

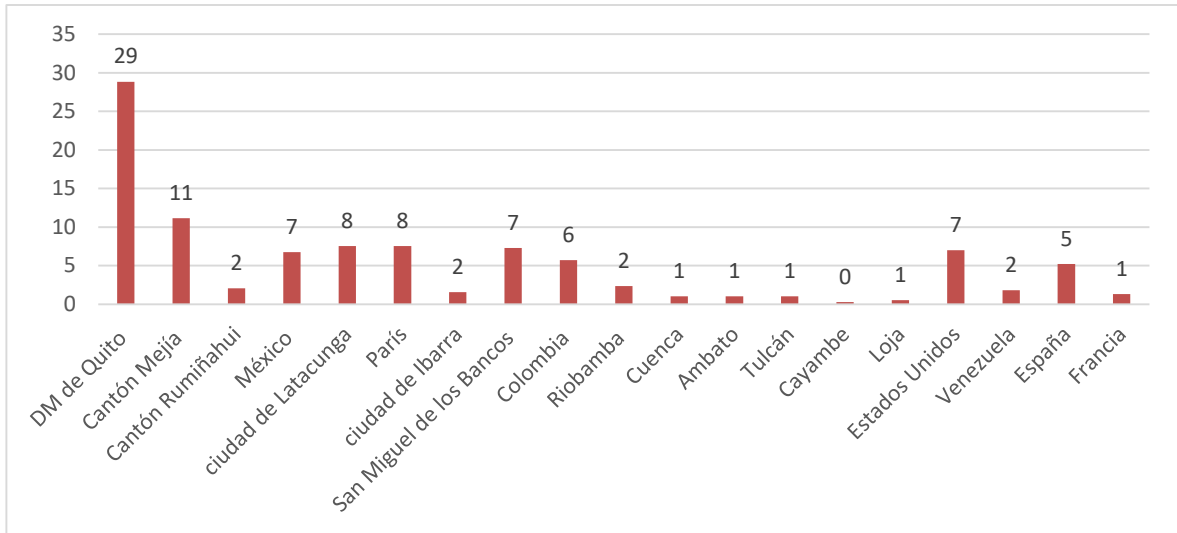
12.1 Tabulaciones

12.1.1 Variable demográfica

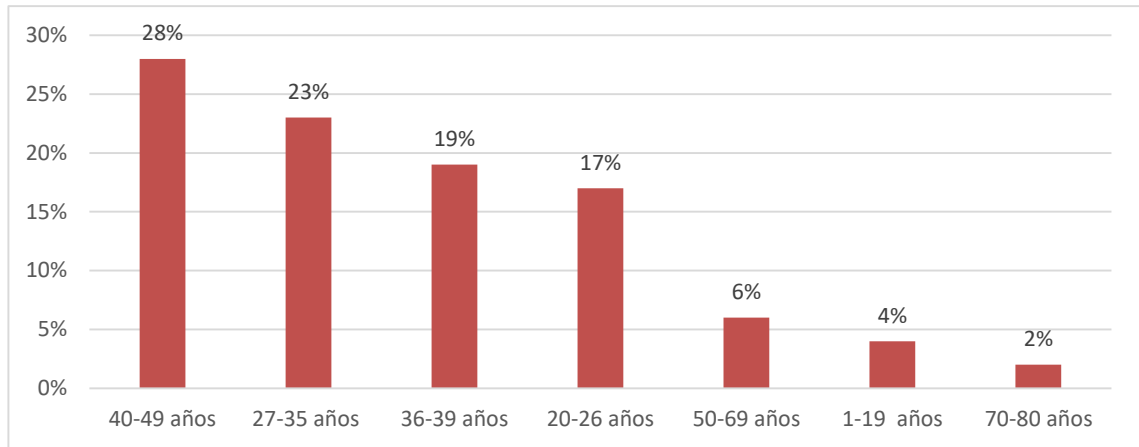
Figura 12: Nacionalidad



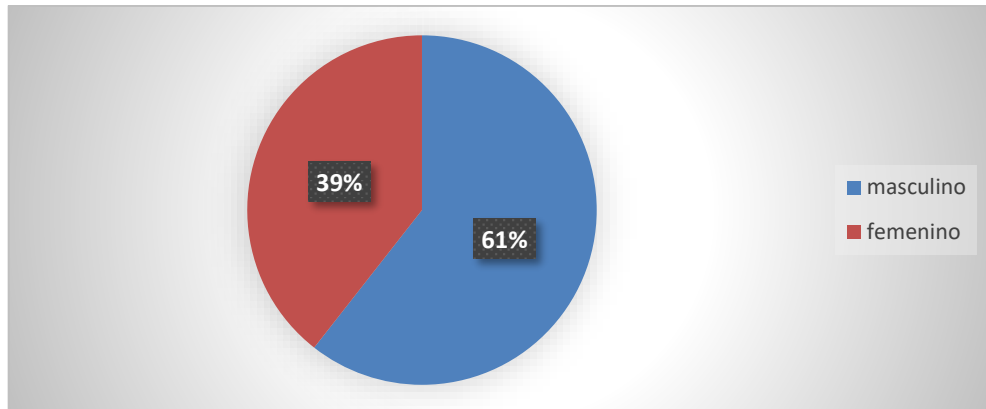
Según los datos recopilados después de aplicar las 385 encuestas dirigidas a los turistas se puede observar que hay diferentes nacionalidades. El primer puesto, con un 62%, corresponde a la nacionalidad ecuatoriana, esto indica que los turistas nacionales tienen preferencia por explorar la variada gama de atractivos naturales presentes en la provincia, en segundo lugar, se aprecia. Con un 12%, a los turistas franceses, debido a que Ecuador es conocido por ser uno de los países con mayor biodiversidad, lo que resulta ser atractivo para los visitantes extranjeros. Los turistas mexicanos ocupan el tercer puesto con un 7%, mientras que la menor afluencia de turistas, corresponde al 1%, proviene de Italia, puede ser que no lleguen lo suficiente debido a los costos y la duración que tiene el viaje.

Figura 13: Ciudad de Residencia

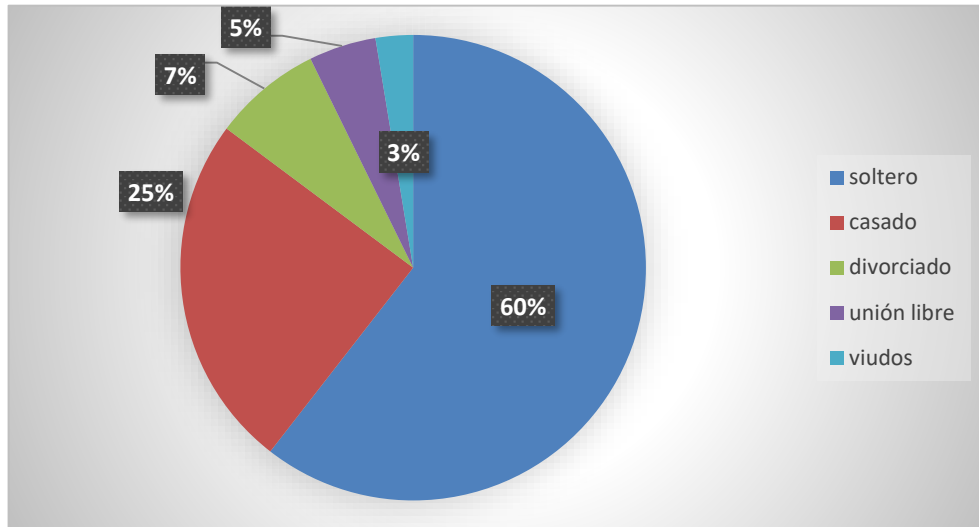
El 29% de los encuestados, revela que la mayor afluencia de turistas elige visitar la provincia de Pichincha, esto proviene de turistas que residen dentro del propio Distrito Metropolitano de Quito, estas son personas que optan por disfrutar y explorar de los atractivos que se encuentran casi cernos. En una proporción del 11%, encontramos a aquellos turistas que su residencia se encuentra en el cantón Mejía, por lo general, estos visitantes tienden a emprender excursiones con el fin de sumergirse en diversos atractivos, con el objetivo de aprovechar las ofertas turísticas y recreativas que quizá no se encuentren disponibles en su lugar de origen. Un hallazgo interesante es que hay dos grupos, tanto de origen nacional como extranjero, que comparten un 8% de la muestra, estos grupos se encuentran representados por la ciudad de Latacunga y la ciudad de París, ya que estos dos grupos encuentran a la provincia como un destino atractivo para su exploración y disfrute. Por otro lado, se encuentran diferentes grupos con el 1%, los cuales engloban a las ciudades como Cuenca, Ambato, Tulcán y Loja, junto con la nación de Francia, como los lugares de origen menos comunes para los turistas que elijan visitar esta provincia. Estos destinos, aunque sean menos frecuentes, se atribuyen a la diversidad de visitantes que Pichincha recibe.

Figura 14: Edades

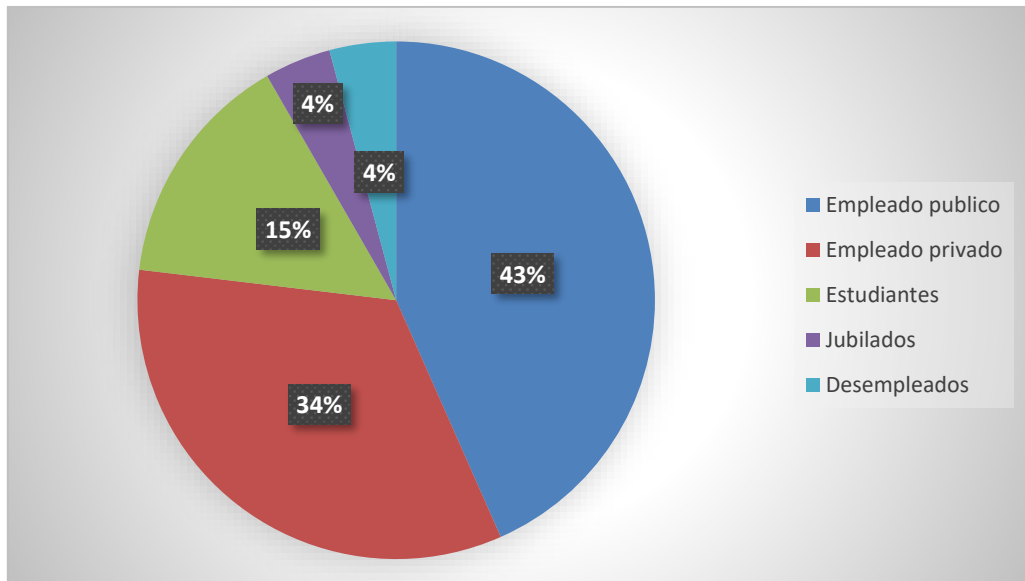
De acuerdo a las encuestas aplicadas, se evidencia que, el mayor porcentaje corresponde al 28% de personas de edades comprendidas entre los 40 y los 49 años, estos turistas son quienes demuestran una mayor disposición a visitar los diversos atractivos turísticos, este fenómeno puede ser atribuido a diversos factores, en primer lugar, se ha observado que suelen contar con ingresos propios, motivó el cual les brinda la capacidad financiera para emprender viajes y explorar nuevos destinos, estas condiciones resultan especialmente propicias para coordinar y disfrutar de experiencias turísticas en su plenitud, cabe mencionar que diversos estudios han resaltado que las personas pertenecientes a este grupo tiende a experimentar una conexión más profunda con la naturaleza, Este lazo con lo natural se fortalece a medida que el tiempo avanza, generando una apreciación más aguda por los entornos naturales. A continuación, dos grupos destacan con un 23% y un 19% de la muestra, este segmento comprende a personas cuyas edades oscilan entre los 27 hasta los 39 años, por lo general aquellos turistas perciben una constante búsqueda de experiencias y momentos de disfrute, por último, pero menos importante, el grupo minoritario que representa el 2% de la muestra, se compone de personas ya adultas mayores, cuyas edades van entre los 70 y 80 años, este grupo aunque con un menor porcentaje también participa en la exploración de atractivos turísticos.

Figura 15: Género

Se aprecia que la diferencia entre porcentajes es muy notoria entre ambos géneros ya que, entre los dos resalta el género masculino ostenta un notable 61%, en particular, este género domina en términos de preferencias, destacándose como el grupo más inclinado a aventurarse en la busca de varios atractivos que la provincia tiene para ofrecer, este porcentaje superior sugiere una mayor propensión entre los hombres a involucrarse en actividades de turismo y salidas recreativas, a diferencia del género femenino con un 39%, en contraposición, este presentó un porcentaje más bajo, pero menos significativo, en donde aquel grupo de mujeres tomara la decisión fundamental al momento de visitar los atractivos y participar de actividades que proporcione el mismo, su contribución demuestra que tanto hombres como mujeres son partícipes activos en la búsqueda de experiencias y el disfrute los destinos turísticos que se encuentran al alcance.

Figura 16: Estado civil

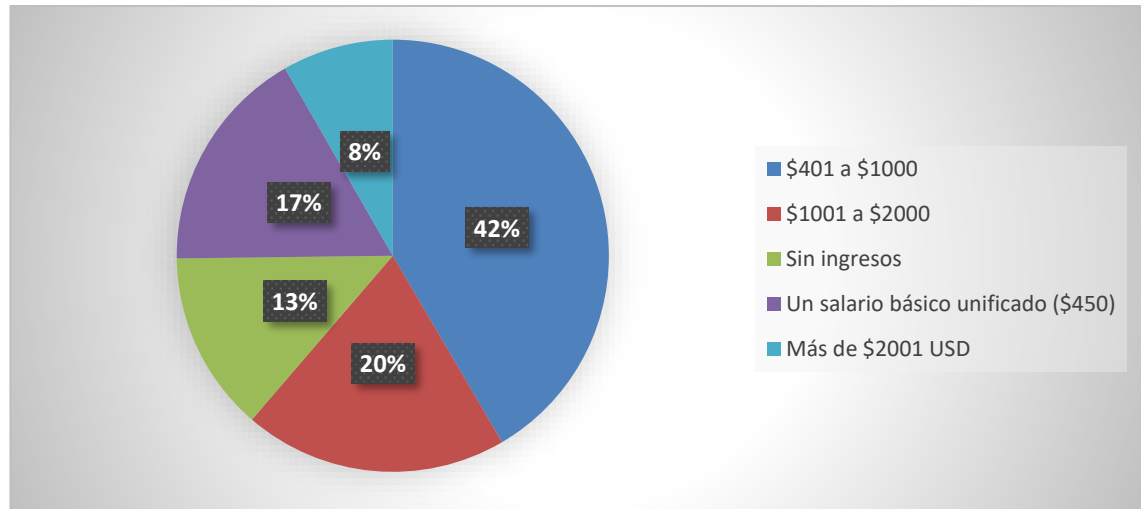
Se puede evidenciar que en primer lugar, con el 60% de los encuestados pertenece al grupo de los solteros, esto se debe a que a estas personas adoptan un estilo de vida característico en el cual no tiene la responsabilidad de cuidar a alguien más y así pueden disfrutar de una mayor disponibilidad de tiempo libre. Como segundo lugar, el 25% de los encuestados corresponde al grupo de personas casadas, en este caso, les suele gustar a estas personas mantener una relación de pareja y compartir momentos inolvidables en conjunto, el grupo de personas divorciadas representa el 7% de los encuestados, lo que sugiere que un segmento significativo de la muestra ha pasado por experiencias matrimoniales previas que culminaron en divorcio, luego con el 5% de turistas que reportaron encontrarse en una unión libre, una elección que refleja un enfoque en relaciones menos formales en comparación con el matrimonio, para finalizar, se identificó un grupo minoritarios que representa el 3% de la muestra; las personas viudas., este segmenté menos numeroso, merece mención debido a su condición única y a las posibles motivaciones que los lleven a viajar y a explorar.

Figura 17: Situación laboral

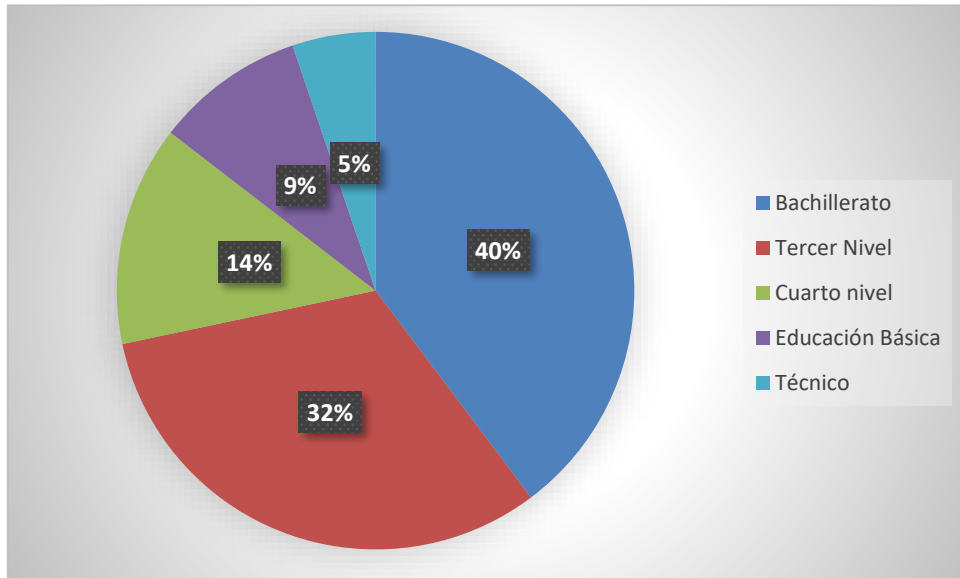
Se distingue que, de las personas encuestadas, el 43% corresponde a los empleados públicos, es probable que desempeñen sus funciones en diversas áreas del gobierno y administraciones, luego se encuentra el grupo de los empleados privados con un 34%, son personas que se dedican a trabajar en una amplia variedad de industrias y sectores en empresas y organizaciones no gubernamentales, seguidamente, se puede visualizar que el 15% de turistas, mencionaron que aún siguen dependiendo económicamente de sus padres lo cual hace que al momento de viajar no gasten casi nada, finalmente es posible conocer que el 4%, se divide en dos grupos; jubilados y desempleados, este segmento de población también contribuye a la muestra, con personas que están en una etapa de retiro y otras que se encuentran sin empleo actualmente.

12.1.2 Variable socioeconómica

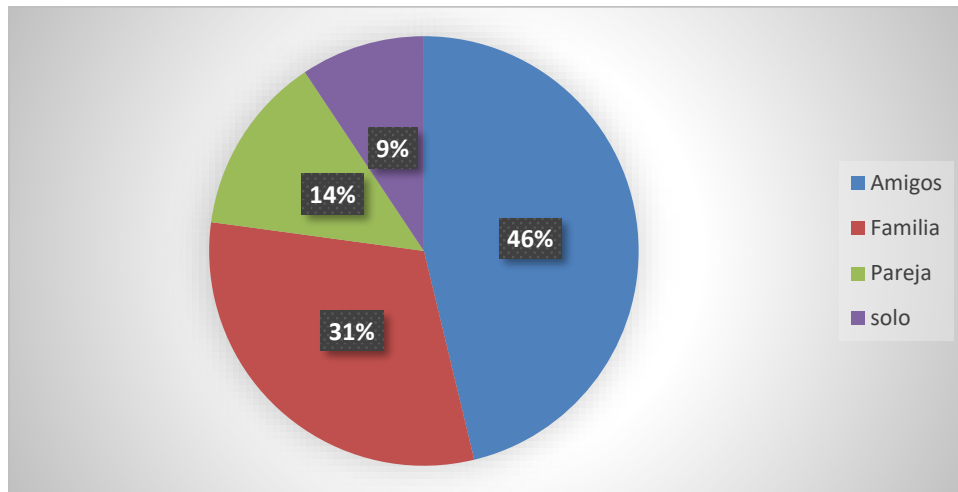
Figura 18: Promedio mensual de ingresos



De acuerdo con los resultados de una encuesta reciente sobre los niveles de ingresos, se reveló una amplia diversidad en las remuneraciones mensuales de los participantes. Los datos muestran que el 42% de los encuestados mencionaron que sus ingresos mensuales se encuentran en el rango de \$401 a \$1000, lo que sugiere una importante proporción de la población con ingresos en este segmento. Asimismo, el 20% de los encuestados se encuentra en un grupo salarial ligeramente superior, ganando entre \$1001 y \$2000 al mes. Este segmento refleja una franja intermedia en términos de ingresos y destaca la presencia de una parte significativa de la población que disfruta de un nivel económico moderado. En contraste, el 17% de las personas encuestadas indicaron contar con un salario básico unificado. Esta categoría podría representar a trabajadores en sectores con acuerdos sindicales o empleados del gobierno que reciben un salario fijo establecido por normativas laborales. Un hallazgo intrigante de la encuesta es que el 8% de los participantes declararon no tener ingresos. Aunque las causas de esta situación podrían variar, es posible que este grupo esté compuesto por estudiantes, amas de casa y otros individuos que no forman parte de la fuerza laboral activa.

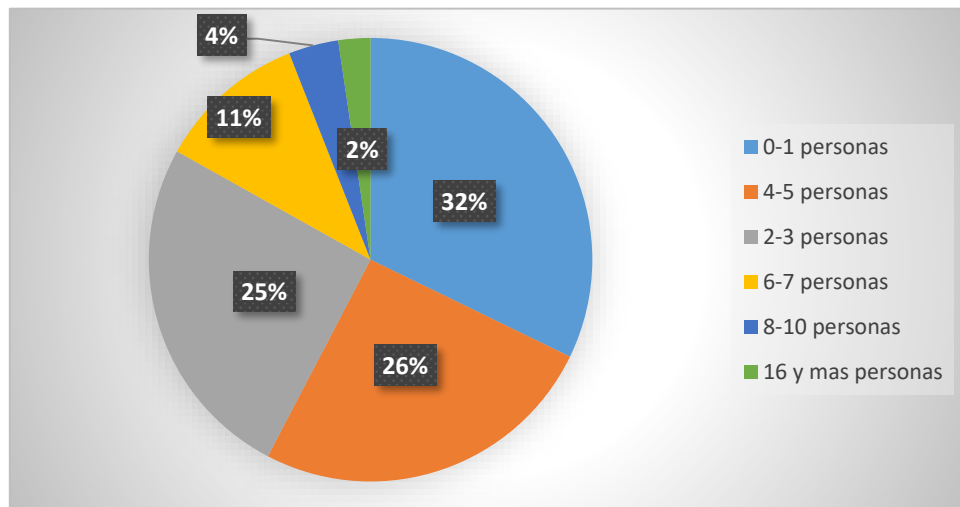
Figura 18. Nivel de estudios

El trabajo de campo dio como resultado que el 40% de los que han visitado los atractivos turísticos de la provincia de Pichincha poseen el título de bachilleres mientras que el 32% son turistas que poseen un título de tercer nivel, también el 14% de turistas poseen un título de cuarto nivel lo que significa que tienen alguna especialización o maestría, el 8% son personas que han culminado solo hasta educación básica, finalmente el nivel más bajo obtenido de la investigación es los que poseen títulos tecnológicos con un 5%.

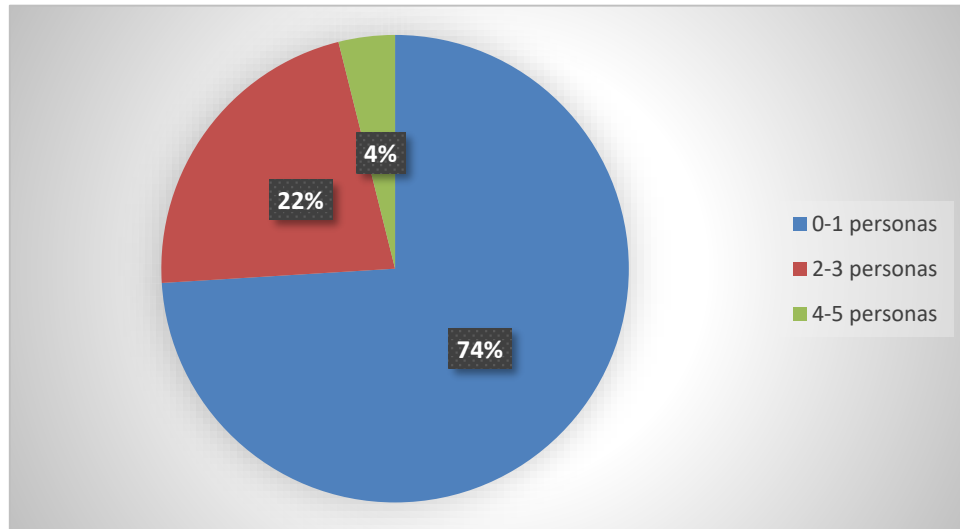
Figura 19: Personas con las cuales viajan

Los resultados que se visualizan en la tabulación de datos ofrece una visión reveladora acerca de las preferencias de los turistas en cuanto a su compañía durante sus visitas, en donde se ve reflejado que el 45% de personas se puede notar que optan por explorar los atractivos turísticos en compañía de amigos, esta elección sugiere un deseo de compartir experiencias y momentos de diversión en un entorno nuevo, por otro lado el 31% de los encuestados elige viajar en familia, esta elección tuvo un impacto adicional ya que genera un aumento a la oferta de aquellos servicios turísticos, debido a la necesidad de satisfacer las preferencias y comodidades de múltiples miembros de la familia, continuando , un 14% que opta por emprender sus viajes en compañía de su pareja, esta elección resalta el aspecto romántico del turismo, donde aquellas parejas buscan fortalecer su relación y crear recuerdo juntos en entornos nuevos, finalmente el grupo más pequeño, representa un 9% de la muestra, prefiere aventurarse en solitario, como análisis se podría mencionar que tienen cierta independencia y la posibilidad de explorar a su propio ritmo, sin restricciones de grupo.

Figura 20: Cuántos mayores de 16 años van.

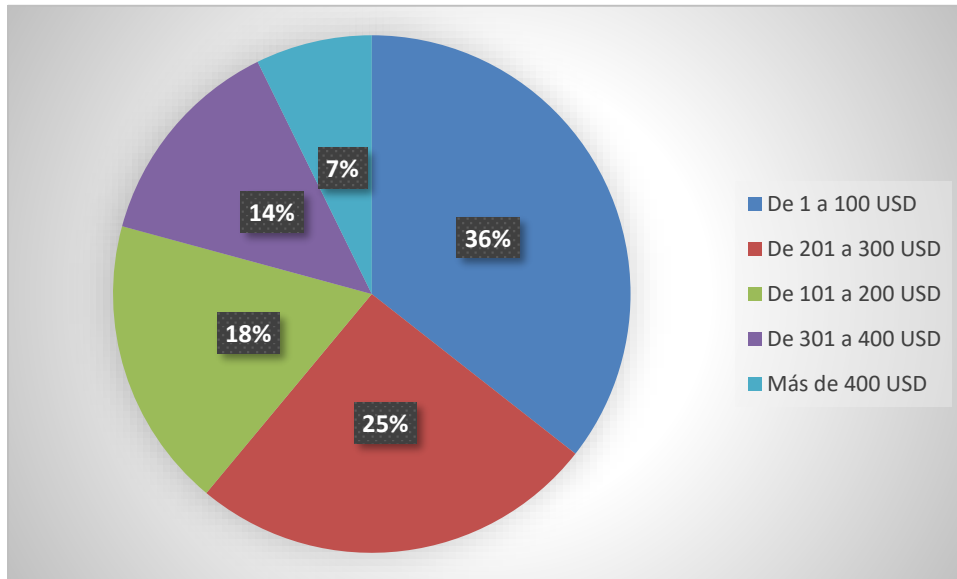


Se puede apreciar que el 32% de los turistas que visitan la provincia, viajan en compañía de máximo 1 persona mayor de 16 años, usualmente este grupo opta por ir acompañado de niños por varias razones, una de ella es crear recuerdos compartidos y experiencias que recuerden los niños a un futuro, mientras que el 26% prefiere viajar con 4 a 5 personas, tal vez consideran que viajar con niños es más divertido o mucho de los casos les gusta compartir tiempo en familia, de forma casi similar se puede observar que el 25% de turistas prefiere estar acompañado de 2 a 3 personas, de los grupos restantes se puede observar que prefieren viajar en grupos mayores de 6 hasta 16 personas, usualmente este grupo llega a ser grupos de estudiantes, o tal vez se encuentran al cuidado de algún centro vacacional o viajando con alguna empresa dedica a llevar solo a jóvenes.

Figura 21: menores de 16 años

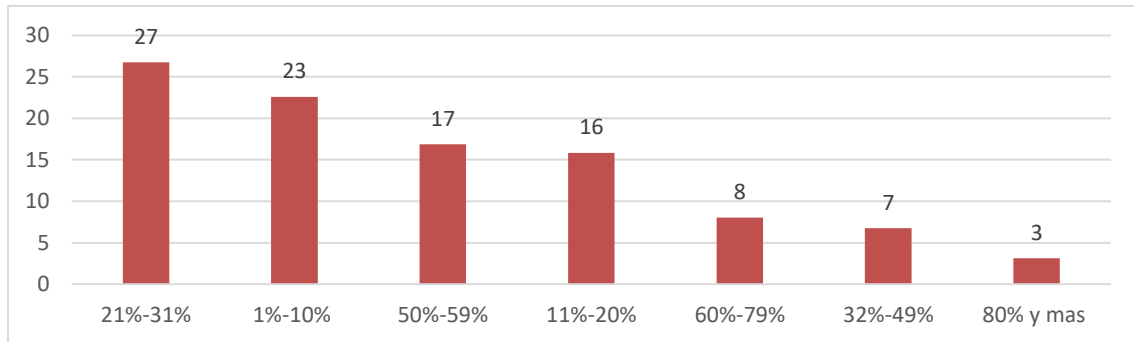
Según los hallazgos, un significativo 74% de los turistas optan por viajar sin la compañía de personas menores de 16 años. Esta tendencia sugiere que la mayoría de los viajeros prefiere experiencias de viaje que brinden un entorno más relajado y enfocado en adultos, permitiéndoles explorar destinos y actividades que pueden no ser tan adecuados para niños pequeños. Por otro lado, un grupo considerable del 22% de los turistas elige viajar en compañía de 2 a 3 menores de 16 años. Este dato resalta la importancia de la planificación familiar en el turismo y sugiere que una proporción significativa de turistas busca destinos y actividades que sean apropiados y atractivos para toda la familia, incluidos los niños. Asimismo, la investigación reveló que un modesto 4% de los turistas prefiere viajar con un máximo de 4 a 5 menores de 16 años. Aunque es el grupo menos predominante en términos de preferencias, aún resalta la presencia de familias numerosas que buscan experiencias de viaje que puedan acomodar a todos los miembros de la familia en una sola aventura.

Figura 22: Cuánto estimo gastar o gastó durante su visita a la Provincia



El 36% del gasto que el turista ha invertido durante su viaje es de 1\$ a 100\$, debido a que muchas de las veces es nula la inversión que se hace al momento de salir, mientras que el 25% invierte de 201 a 300 dólares, ya que frecuentemente estas pueden ser personas extranjeras o personas que quieren darse cierto lujo al momento de salir, el 18% gasta desde los 101 hasta los 200 dólares, por lo general aquí entran las familias numerosas en donde su gasto principal va a ser el de la alimentación y al final se encuentran dos grupos de personas que dan como porcentaje total un 22% en donde refleja que prefieren gastar entre 301 hasta más de 400 dólares al momento de viajar.

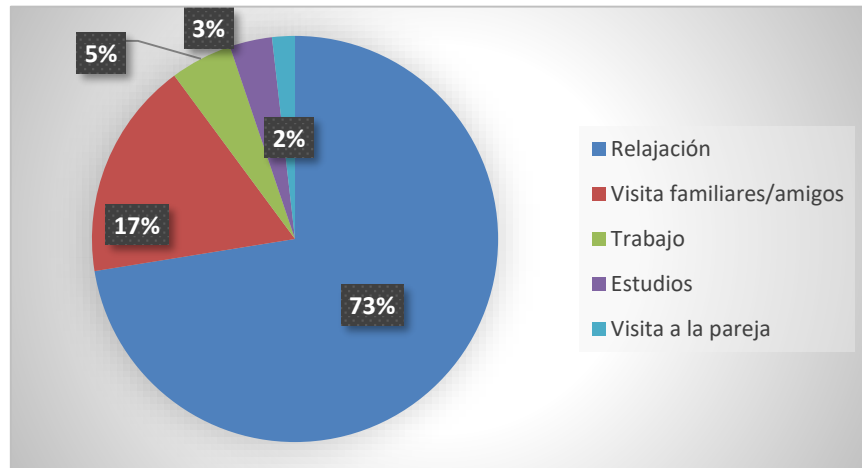
Figura 23: Porcentaje que destino para los servicios y actividades. (hospedaje, alimentación, transporte, entre otros)



Los datos recopilados revelan tendencias notables en cuanto a los porcentajes de inversión y cómo estos reflejan diferentes enfoques y comportamientos de gasto. Entre las conclusiones más destacadas se encuentra que un considerable 27% de los turistas elige destinar un porcentaje de inversión que oscila entre el 21% y el 31%. Este rango sugiere que esta categoría de turistas adopta una actitud más cautelosa en sus gastos durante sus viajes, optando por no invertir una parte sustancial de su dinero en servicios y actividades turísticas. En lugar de ello, podrían centrarse en alternativas de menor costo o simplemente disfrutar de las atracciones más básicas de su destino. Por otro lado, el 23% de las personas encuestadas opta por invertir un modesto 1% a 10% de su presupuesto total en servicios y actividades turísticas. Este grupo podría incluir a individuos como estudiantes o desempleados, cuyos recursos financieros pueden ser más limitados. A pesar de las restricciones económicas, este grupo demuestra que aún es posible disfrutar de experiencias turísticas dentro de un rango de gasto más ajustado. De manera intrigante, un pequeño pero significativo 3% de turistas elige invertir un 80% o más de su presupuesto total en su viaje. Este comportamiento podría estar influenciado por varios factores, como la duración del viaje y la preferencia por sumergirse en todas las actividades y servicios que el destino tiene para ofrecer.

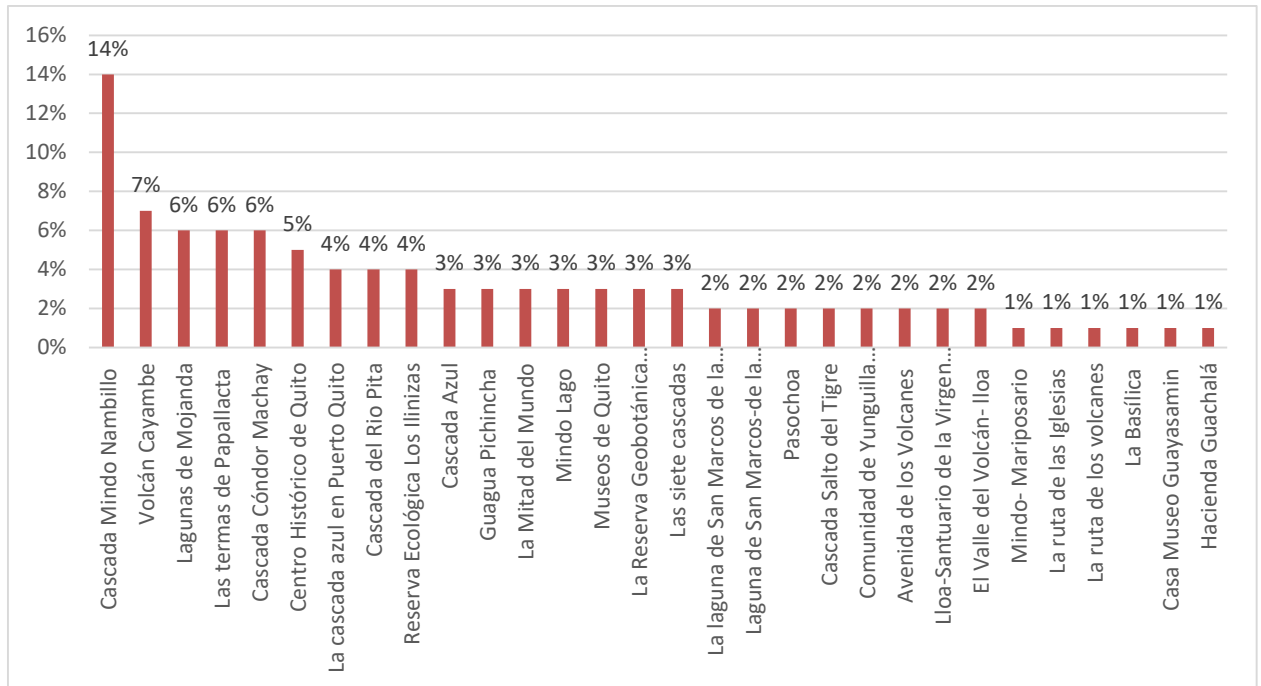
12.1.3 Variable de motivación

Figura 24: Motivo del viaje



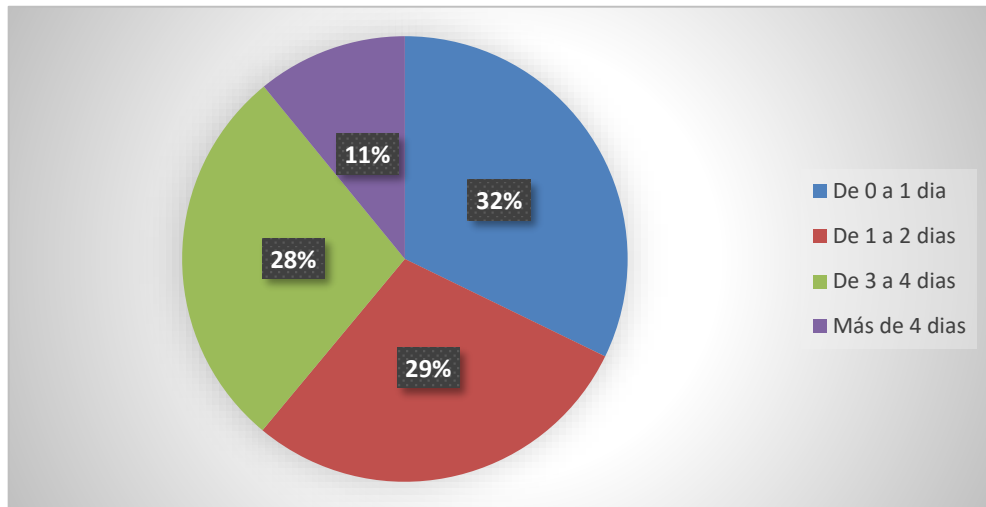
La motivación más importante al momento de realizar un viaje de turismo es sentirse relajado, se puede visualizar que el 73% de turistas optó por aquella respuesta, quiere decir que quieren salir de la rutina, el estrés cotidiano, cambiar de entorno para romper la monotonía y así poder estar en contacto con la naturaleza y vivir nuevas experiencias, luego está el 17% de encuestados que mencionan que muchas de las veces son motivados a viajar por visitar a la familia y amigos, lo cual incentiva a salir y compartir con sus seres queridos, seguido por el grupo de turistas que llega al lugar por trabajo, también hay grupos menores que conforman el 3% de los encuestados y son aquellos que visitan la provincia por estudios, finalizando con el 2% de los cuales se motivan al momento de viajar por la pareja.

Figura 25: Atractivo turístico que más les gusta de la Provincia de Pichincha.



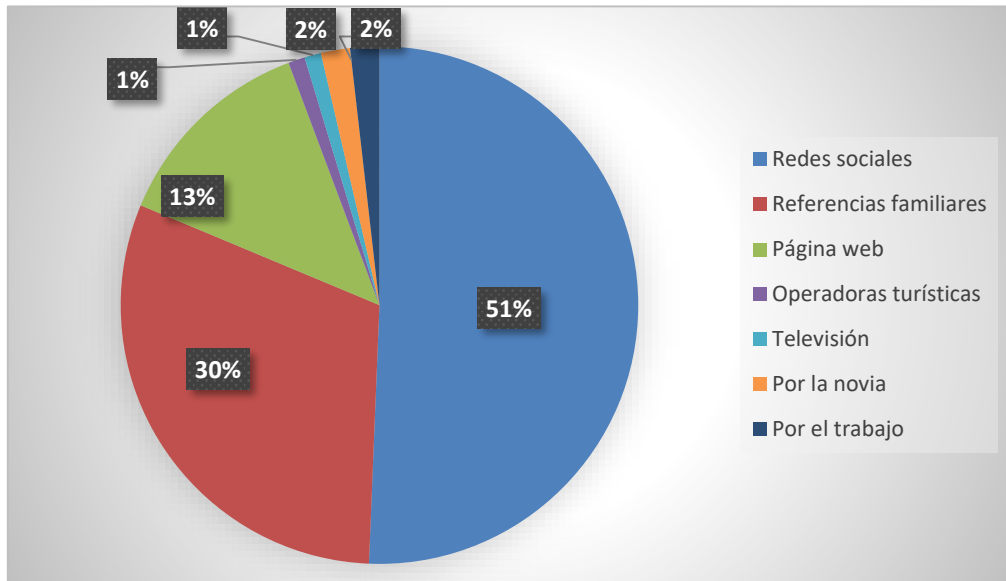
Los atractivos con mayor acogida por el 14% de turistas es la Cascada Mindo Nambillo que se encuentra en la parroquia Mindo en las rutas de las cascadas, la cual en su mayoría es preferida por los extranjeros, seguida por el 7% que prefiere el Volcán Cayambe, los tres grupos con el 6%, muestran lugares llamativos como las Lagunas de Mojanda, las termas de Papallacta y la Cascada Cóndor Machay, ya que estos son lugares para estar en contacto con la naturaleza y poder relajarse, también hay lugares muy llamativos, la mayoría de turistas opta por ir a diferentes atractivos naturales, la respuesta con menos votos se lo lleva la hacienda Guachalá con el 1%.

Figura 26: Qué tiempo estimó para su visita a la Provincia.



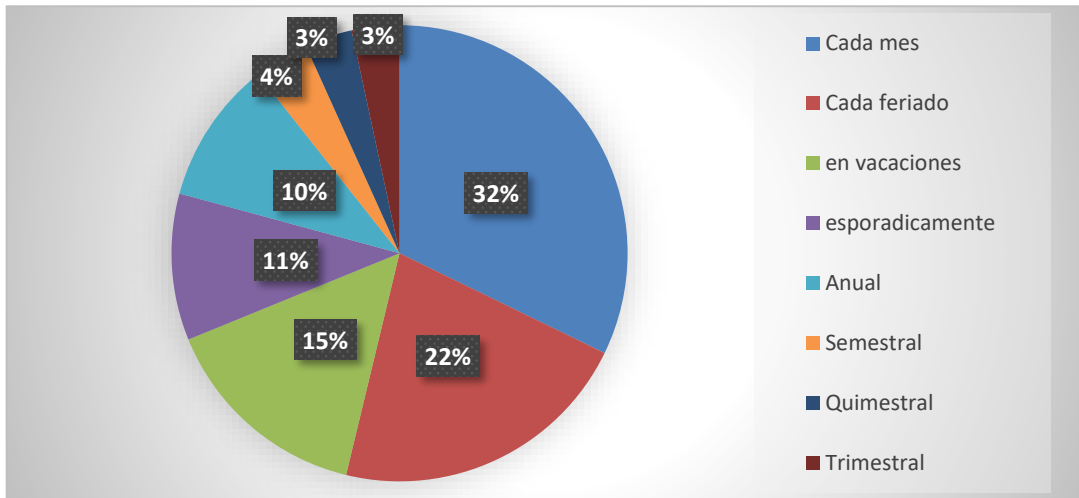
El 32% es el porcentaje mayor el cual muestra que la mayoría de turistas realiza un viaje máximo de 1 día o menos, en su mayoría son turistas con residencia dentro de la provincia y poseen un transporte propio el cual les permite movilizarse de una manera más rápida, seguido está el 29% pertenecientes a turistas que se han quedado hasta 2 días en la provincia, en este caso se refiere a los turistas que visitan atractivos lejanos al lugar de donde viven, además se conoce que el 28% prefiere pasar de 3 a 4 días, por lo general son turistas que tienen familia en la provincia o por motivo de trabajo, estudios, por último con el 11% son aquellos turistas extranjeros que quieren conocer diversos lugares de la provincia de Pichincha.

Figura 27: Medio por el cual se informó sobre los atractivos de la Provincia.



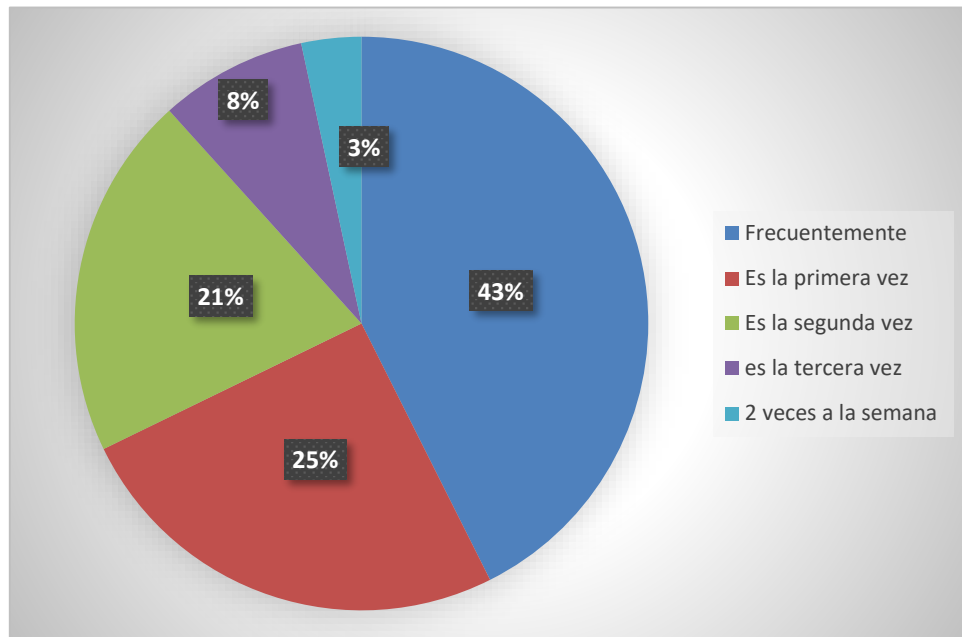
De manera sorprendente, un amplio 51% de los turistas mencionaron que reciben referencias y recomendaciones de atractivos turísticos a través de las redes sociales. Esto pone de relieve cómo las plataformas en línea, como Facebook, Instagram, Twitter y otras, se han convertido en espacios clave para compartir experiencias de viaje, fotos y reseñas. Estas referencias de boca en boca digital permiten a los viajeros acceder a información de fuentes confiables y cercanas, lo que influye considerablemente en sus decisiones de viaje. Además, el 30% de los turistas mencionaron que las referencias familiares son una fuente importante de información. La tradición de compartir historias de viaje y consejos entre familiares sigue siendo una poderosa influencia en la elección de destinos y actividades. Otro 13% de los turistas se informan mediante páginas web, lo que refleja la relevancia continua de los sitios oficiales de turismo, blogs de viajes y otras fuentes en línea especializadas. Estas páginas web pueden ofrecer información detallada sobre destinos, actividades, alojamientos y consejos útiles, lo que permite a los turistas investigar y planificar sus viajes de manera efectiva.

Figura 28: Cada que tiempo realiza actividades turísticas.



El 32% de las personas prefieren realizar actividades turísticas cada mes, debido a que muchas de las veces la gente se encuentra trabajando, estudiando y no hay el tiempo suficiente de poder salir, luego está el 22% de turistas que prefiere salir en feriado como en carnaval, semana Santa, una fecha histórica la cual incluya el feriado entre otros, seguido se encuentra el 15% de turistas que prefiere viajar en vacaciones, algunas personas que no planean el viaje y lo hacen esporádicamente son el 11%, seguidas por las que salen cada año con un 10% y otros resultados con menor porcentaje como las personas que salen cada 3,6,5 meses.

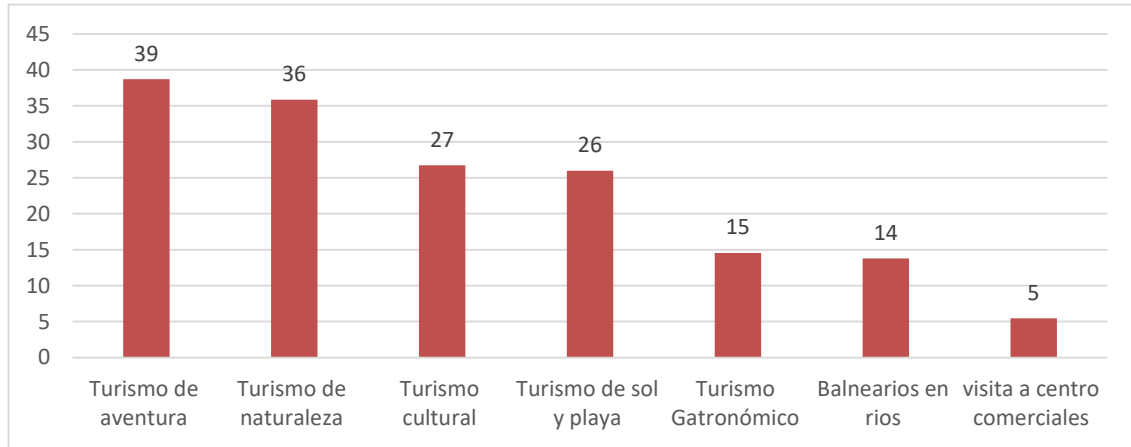
Figura 29: Cuántas veces ha visitado la Provincia.



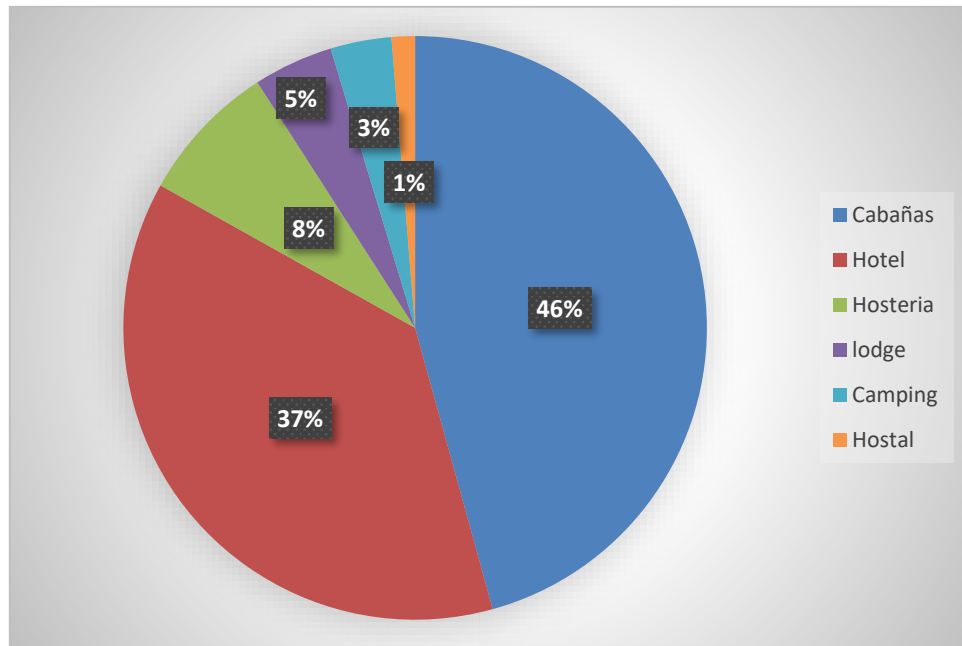
La provincia y sus atractivos reciben frecuentemente a turistas nacionales y locales, se puede mencionar que, el 43% de los encuestados afirmaron esta respuesta, como siguientes porcentajes se muestra el 25% y 21% dando a conocer que han visitado turísticamente la provincia por primera y segunda vez, finalmente el 3% se puede observar que las personas optan por visitar dos veces a la semana la provincia.

12.1.4 Variable de Preferencia

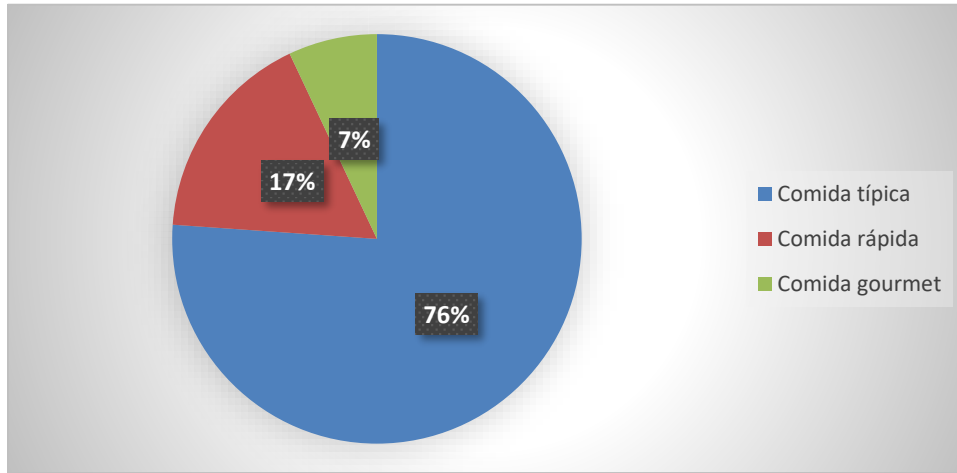
Figura 30: Tipo de turismo favorito



Los porcentajes que más predominan son; el turismo de aventura, elegido por el 38% de turistas que desean salir de la rutina diaria en cada lugar que van, en donde este tipo de turismo les ofrece experiencias emocionantes y desafiantes que atraen a estas personas, por otro lado se encuentra el turismo de naturaleza con un 36%, ya que la mayoría de estos lugares hay diferentes recurso que tal vez en la ciudad ya no se pueda lograr ver y al momento de ir a estos lugares, aquellos turistas pueden sentir el aire fresco, la bella vista que ofrece cada atractivo, el turismo con menos aceptación es el de visita a los centro comerciales con el 5%, usualmente estas personas son consumistas y no les interesa mucho el tema de explorar nuevos lugares.

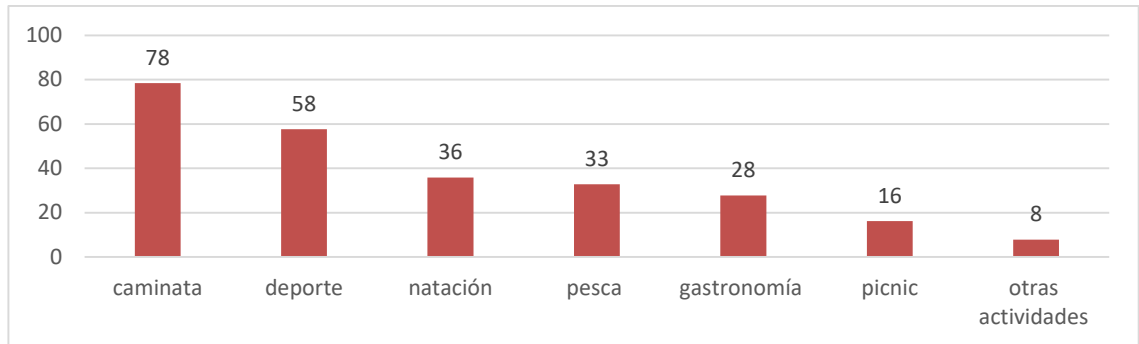
Figura 31: Tipo de hospedaje favorito

De los datos obtenidos el 46% de turistas prefieren hospedarse en cabañas ya que ofrecen una mayor privacidad y una mejor experiencia única debido a que la mayoría de cabañas se encuentra rodeado en un espacio natural y amplio en donde los turistas puedan disfrutar de las vistas y de menos ruido, luego con un 37% de turistas mencionaron que prefieren ir a los hoteles, ya que la mayoría de estos les ofrece los servicios completos que ellos buscan. El grupo de las personas que prefiere ir a hostales es una cantidad muy pequeña del 1%, este grupo por lo general prefiere ahorrar su dinero para otras actividades y no solo para el hospedaje.

Figura 32: Tipo de alimentación

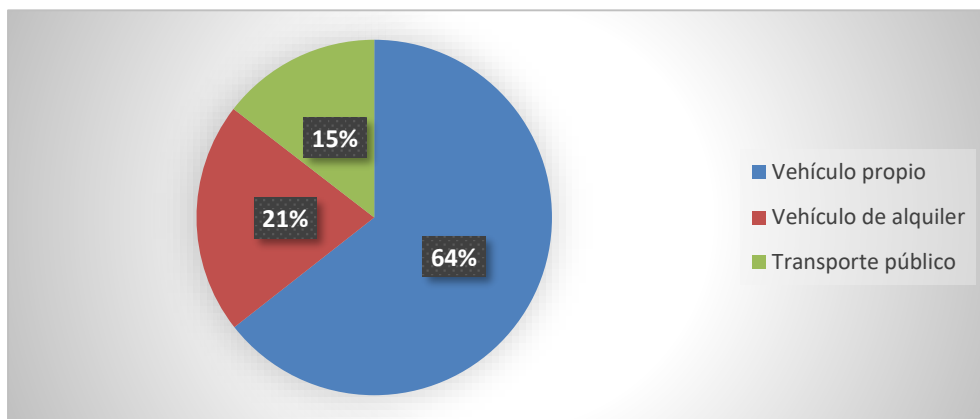
El tipo de gastronomía preferida tanto por los turistas nacionales como extranjeros es la comida típica, lo cual el 76% de turistas lo confirma mediante la encuesta, esto destaca el deseo de los visitantes por experimentar los sabores auténticos y tradicionales del destino, enriqueciendo su experiencia cultural y culinaria durante su estadía, e n segundo lugar, se observa que un 17% de turistas opta por alimentarse con comida rápida, debido a que prefieren maximizar su tiempo de exploración y actividades turísticas, finalmente el 7% restante de la población de encuestados prefiere consumir comida gourmet, este grupo de segmento de turistas solo busca experiencias culinarias más refinadas y sofisticadas, probablemente deseando deleitarse con platos exquisitos y creativos.

Figura 33: Actividades turísticas que más realizan al momento de hacer turismo.



De los datos obtenidos se puede visualizar que el 78 % de los turistas prefiere realizar caminatas, ya que esta puede estar influenciada por una combinación de factores que brindan beneficios físicos, emocionales y de conexión con el entorno natural, luego esta los que prefieren realizar actividades de deporte con el 58%, seguido por actividades como natación, pesca, gastronomía, picnic, finalizando con un porcentaje mínimo del 8% que prefieren realizar otras actividades como ir a fiestas culturales, vista de aves, etc.

Figura 34: Tipo de transporte que prefieren al momento de viajar.



El tipo de transporte que prefieren al momento de viajar son vehículos privados con un 64% ya que es más práctico al momento de querer ir a un lugar y sobre todo es más ahorrativo, seguido por un vehículo de alquiler con un 21% y con el 15% los turistas prefieren viajar en transporte público.

Analisis y Discusión de los resultados

12.2 Perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Pichincha.

La provincia de Pichincha es un lugar encantador debido a los diversos atractivos que tiene sus cantones, para definir el perfil del turista de naturaleza se ha resumido los datos obtenidos en las cuatro variables de caracterización (demográficas, socioeconómicas, motivación y preferencia) teniendo así, que los turistas que más visitan la Provincia de Pichincha son hombres con un porcentaje del 61% y mujeres con un porcentaje del 39%, son de nacionalidad ecuatoriana el 62% y el 38% son turistas extranjeros, el promedio de edad es de 40 a 49 años de edad, seguidamente el estado civil con un porcentaje de 60% de personas solteras, la situación laboral de los turistas son empleados públicos con un 43% y el 34% empleados privados.

En las características socioeconómicas se visualizó que el nivel de ingresos del 42% de los turistas va desde los \$401 a \$1000, el nivel de estudios da que el 40% de los turistas son bachilleres, las personas que viajan con amigos es del 46%, según sus gastos invertidos del 36% de los turistas en la visita a la Provincia de Pichincha es de 0 a 100 dólares .

En la variable de motivación se puede visualizar que el motivo de viaje de las personas es de relajación con un porcentaje del 73%, las atracciones turísticas que más les gusta de la Provincia es la cascada Mindo nambillo con un porcentaje de 13,8%, volcán Cayambe con un 6,8%, Lagunas de Mojanda con un 6.5%, las termas de Papallacta con un 6,2% y la cascada Cóndor Machay con un 5,7%, el tiempo que el turista estima para la visita a la Provincia es de 1 día que dio como porcentaje de un 32% de turistas que prefirieron esta opción, los turistas conocen el lugar a través de las redes sociales con un porcentaje del 51%, el 33% de turista prefieren realizar actividades turísticas cada mes o el 20% de turistas prefiere hacerlo cada feriado, las veces que han visitado esta Provincia el 43% menciona que es frecuentemente y el 25% menciona que es la primera vez.

En la variable de preferencia se puede observar que el tipo de turismo que prefieren es el de aventura con un porcentaje del 39% de igual manera el 36% de personas igual prefieren realizar turismo de naturaleza, el tipo de hospedaje que prefieren son cabañas con un porcentaje del 46% y hoteles con un porcentaje del 37%, la alimentación del 76% del turista es de comida típica, las actividades turísticas más realizadas son de caminata con un porcentaje del 78%, deporte con un total del 58% y para el transporte público el 64% de turistas prefiere ir en vehículo propio.

12.2.1 Resumen del Perfil

Tabla 14. Resumen del perfil del turista

PERFIL DEL TURISTA			
Variable demográfica	Variable socioeconómica	Variable de motivación	Variable de preferencia
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 62% de turistas que visitan la provincia son turistas ecuatorianos ➤ La ciudad de residencia que más visita la provincia es el DM de Quito con un 29 ➤ El 28% de turistas se encuentra en el rango de 40 a 49 años ➤ El 61% es género masculino ➤ El estado civil predominante con el 69% son solteros ➤ El 43% de los turistas laboran en instituciones públicas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 42% perciben ingresos mensuales de \$401 a \$1000 ➤ El 40% posee un nivel de Bachillerato ➤ Por lo general el 46% realizan viajes en compañía de amigos ➤ El 36% de turistas invierten en el viaje entre 1 a 100 dólares para actividades de ocio y recreación, alimentación, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 73% viaja por relajación ➤ El 14% prefiere visitar atractivos naturales como la Cascada Mindo Nambillo ➤ El 32% solo va por menos de un día ➤ El 52% utiliza las redes sociales como fuente para conseguir información de los atractivos ➤ El 32% visita cada mes algunos atractivos de la provincia, pues la mayoría de turistas viven dentro del territorio ecuatoriano 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 39% de turismo favorito que prefieren las personas es de aventura ➤ El 46% opta por hospedarse en cabañas ➤ El 76% prefiere consumir comida típica ➤ Al momento de realizar actividades turísticas el 78% opta por realizar caminatas ➤ El 64% decide viajar en vehículo propio

12.3 Resultados del boletín informativo

La creación del boletín informativo sobre el perfil del turista de naturaleza resultó crucial debido a su capacidad para proporcionar una comprensión profunda de las preferencias, comportamientos y necesidades de este tipo de turistas, para definir el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Pichincha.

Mediante la recopilación y agrupación del análisis de los datos estadísticos, se logró hacer el diseño del boletín informativo, el cual contó de una estructura que se detalla a continuación:

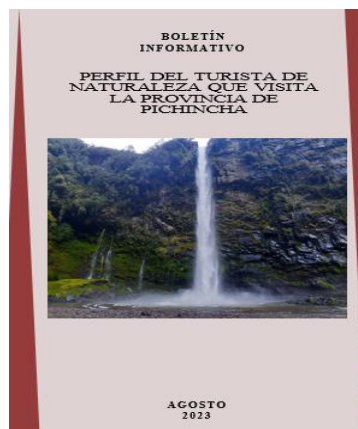
12.3.1 Partes de un Boletín Informativo

las partes de un boletín informativo pueden variar dependiendo del diseño y la intención del mismo , pero generalmente se consideraron las siguientes:

12.3.2 Portada

Al ser un boletín informativo relacionado con el perfil del turista, se ha seleccionado la imagen más relevante de los atractivos seleccionados dentro de la provincia de Pichincha, pues, en comparación con los demás atractivos esta cuenta con una mayor afluencia de turista nacional como extranjero, de igual manera deberá llamar la atención de los lectores y debe contar con información clave.

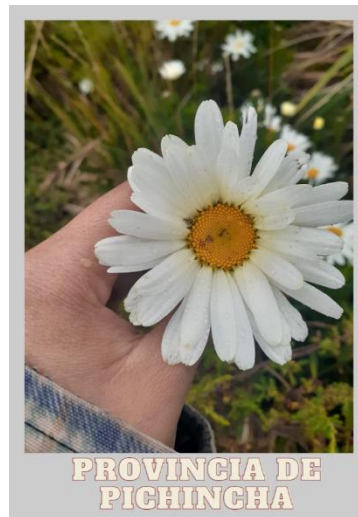
Figura 9.Portada del boletín



12.3.3 Contraportada

La contraportada de un boletín informativo se encuentra ubicada en la parte posterior del mismo. Es el espacio que suele utilizarse para presentar un contenido adicional, anuncios importantes, imágenes llamativas u otros elementos que capten la atención del lector. A menudo, la contraportada se considera un espacio valioso para proporcionar información relevante de manera atractiva. En un boletín informativo, la contraportada puede utilizarse para destacar eventos próximos, mensajes de la dirección. La elección del contenido para la contraportada dependerá del propósito y a quién será entregado este boletín.

Figura 10. Contraportada



11.3.4 Información de la provincia

La información importante de la provincia en un boletín se refiere a los acontecimientos y temas relevantes. Esto podría incluir una variedad de temas, como noticias políticas, mapas del lugar, novedades económicas, descripción de la provincia, entre otros. Este apartado será muy útil para empezar a dar una introducción a lo que es el perfil del turista de naturaleza.

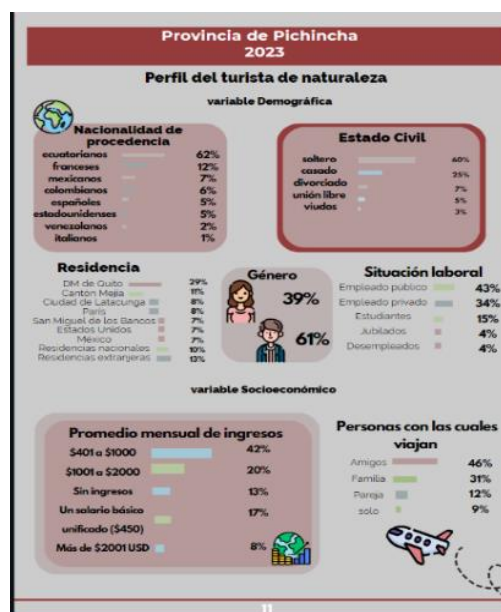
Figura 11. Descripción



11.3.5 Las tabulaciones

Las tabulaciones son importantes dentro del boletín informativo porque permiten dar una organización y presentar información de manera clara y estructurada. Al utilizar tabulaciones, facilitan la separación y comparación de datos, lo que mejora la legibilidad y comprensión del contenido del boletín y así que se podrá abordar diversos temas y detalles en donde se comparan las cifras más relevantes.

Figura 12. Tabulaciones



11.3.6 Sección de referencias

Las páginas preliminares, como la portada y el final como contactos, autores, son fundamentales en un boletín informativo porque establecen la primera impresión y guían la navegación del lector.

Figura 13. Contactos y autores del boletín



11.3.7 Tipografía

Tipo de letra: Montserrat Light, Trocchi, Helveticish, League Spartan, Glacial indifference

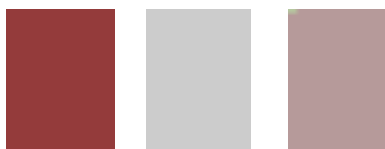
Tamaño para titulación principal: 42,1

Tamaño para subtítulos: 12

Tamaño de texto: 12

Tamaño para preguntas: 9,5

Gama de colores



Concha de vino: El color vino se asocia con la elegancia y la satisfacción, así se podrá transmitir confiabilidad y que sea llamativo.

Plomo: Se lo considera como un tono neutro, se lo utiliza en diseños gráficos, ropa a la moda, decoración de interiores y sobre todo significa sofisticación.

Palo de rosa: Va acorde con la calma y relajación, permitiendo que los lectores puedan visualizar gustosamente el boletín.

11.3.8 Características de Impresión

Papel: Papel satinado o brillante

Tamaño: Formato estándar A4, mide aproximadamente 21 cm de ancho por 29; 7 cm de alto.

Orientación: Vertical

13. Impactos

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

13.1 Impactos Técnicos

La creación del boletín informativo tiene un impacto técnico sumamente significativo en múltiples componentes, ya que esta herramienta desempeña un papel crucial en la difusión de la información relativa al perfil del turista de naturaleza. Los resultados obtenidos de las encuestas se integran en el boletín, permitiendo la construcción de este perfil basado en las variables de caracterización. Esto resulta especialmente relevante para los prestadores de servicios turísticos, ya que las personas involucradas en este ámbito podrán tomar decisiones informadas en relación a la creación de productos y servicios.

13.2 Impactos sociales

La creación de un boletín informativo genera un impacto social significativo al fomentar la difusión de conocimiento y promover la participación activa de la comunidad. A través de la información proporcionada en el boletín, se establece un canal de comunicación que permite a las personas estar al tanto de eventos, noticias y desarrollos relevantes en su entorno. Esto fortalece el sentido de comunidad al mantener a los individuos informados y conectados, al tiempo que les brinda la oportunidad de compartir perspectivas y conocimientos. Además, el boletín puede contribuir a la educación y la concienciación sobre temas importantes, fomentando la discusión y la colaboración en asuntos locales.

13.4 Impactos económicos

Dentro de este, se generó un impacto económico, debido a que el boletín, con la información recopilada y agrupada, servirá como una herramienta para los prestadores de servicios, ya que ellos se encargaran de crear productos y servicios, con el fin de diversificar el territorio e incrementar la economía de los lugares.

14 Presupuesto

Dentro del presupuesto se podrá evidenciar el total de gastos durante la elaboración del proyecto de investigación, esta información se podrá evidenciar mediante una tabla que contempla los recursos utilizados, ya sea la descripción, cantidades y los valores unitarios respectivos.

Tabla 15. Presupuesto

Recursos	Descripción	Cantidad	Valor
			Unitario
Equipo de computación	-Impresora	1	350
	-Laptop	1	0
		-3 Resmas de	\$15
	-Hojas	Papel	0,40 ctvs.
	-Esferos	1	0,80 ctvs.
	-Carpeta	1	1,10 ctvs.
Suministros	-Cuaderno	1	
	Color	1	0,15 ctvs.
Impresiones	B/N	1	0,10 ctvs.
	Alimentación	1	\$45
Salida de campo	Transporte	1	\$250
	Actividades	1	\$10
Otros recursos	Internet	1	\$20
		Total	\$692.55

15 Conclusiones y Recomendaciones

Para el cumplimiento del primer objetivo, se llevó a cabo la revisión bibliográfica en el Ministerio de Turismo, en donde como resultado se encontró que la provincia de Pichincha cuenta con 13 atractivos registrados, los cuales se tomó en consideración solo 10 debido la jerarquía II y III, esta elección refleja la singularidad para motivar a los turistas a viajar, posteriormente se determinó el tamaño de muestra, donde se logró aplicar las 385 encuestas. Se realizó la revisión del modelo de la encuesta sacada proyecto de investigación llamado “Estudio de la demanda turística del cantón Pujilí provincia de Cotopaxi”, debido a que esta herramienta de la encuesta contó con las cuatro variables de caracterización y sus respectivas preguntas que los caracterizan, después se procedió a realizar la interpretación de datos para tener una sistematización y definir el perfil del turista de naturaleza, como resultado de este análisis muestra que las características demográficas de los turistas visitantes de Pichincha tiene las siguientes características, son turistas de nacionalidad ecuatoriana, residentes de las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito, poseen un rango de edad considerado adulto que va desde los 40 a 49 años siendo en su mayoría personas solteras de género masculino que laboran en instituciones públicas. En cuanto a las características socioeconómicas se puede deducir que los turistas perciben un salario de 401 a 1000 dólares mensuales, los viajes son con amigos, en los cuales la mayoría no constan personas menores de 16 años ya que ellos viajan con personas más jóvenes que pasen la edad de 16 años, al momento de viajar los turistas invierten un máximo de 100 dólares, invirtiendo la mitad de gasto en transporte, las dos cuartas partes en alimentación y actividades que tenga cada recurso. En las características de motivación los resultados obtenidos mostraron que la principal motivación de los viajes es por relajación, motivo por el cual prefieren los atractivos naturales, el tiempo de estadía en el atractivo es de máximo un día. Por último, están las características de preferencia, mismas que son elegidas

por los turistas: consumir gastronomía tradicional, hospedarse en cabañas, realizar caminata dentro de espacios naturales y movilizarse en transporte propio.

La creación del boletín informativo sobre el perfil del turista de naturaleza, representó un recurso valioso para comprender las preferencias, comportamientos y necesidades de los visitantes en la provincia logró recopilar y presentar información de manera efectiva en donde los datos cuantitativos brindaron una visión integral de este tipo de turismo, el boletín no solo sirvió como herramienta de información para las autoridades, comunidad locales y empresas turísticas, sino que también promoverá la toma de decisiones informadas, para generar así más estrategias y experiencias turísticas.

Recomendaciones

1. Se recomienda a la autoridad competente Mintur, llevar a cabo un seguimiento y realizar una actualización de datos constantes asociados al Certificado de Registro de Turismo para mantener actualizada la información y garantizar la calidad de los servicios turísticos. Además, se podría contribuir a potenciar la competitividad de las empresas turísticas y así garantizar el cumplimiento de los requisitos y regulaciones establecidas por aquellas autoridades pertinentes.

2 Para el perfil del turista se recomienda llevar a cabo investigaciones periódicas y actualizadas. Esta necesidad surge debido a que, al buscar información relativa al tema, nos encontramos con una carencia de documentos que reflejen la situación más reciente. Además, al contar con datos actualizados, se logra una visión más precisa y representativa de quiénes son estos viajeros, qué los motiva y qué expectativas tienen.

16 Referencias

- Andrade, T. (2016). perfil del turista que visita la ciudad de cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad patrimonio d ela humanidad. (*tesis,ingenieria en turismo*). Universidad de Cuenca, cuenca. obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26148/1/proyecto%20de%20inves%20tigaci%C3%B3n.pdf>
- Ballesteros, G. (Diciembre de 2014). El turismo de naturaleza en espacios naturales el caso del parque de Salinas y Arenales de San Pedro de Pintar. *cuadernos de turismo*(34), 1-21. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39831596002.pdf>
- Beltrán Galindo, L. C., & Bravo, A. (2008). Turismo de Aventura: Reflexiones sobre su desarrollo y potencial en colombia. *Redalyc*, 103-112.
- Beltrán Galindo, L. C., & Bravo, A. (2008). TURISMO DE AVENTURA: REFLEXIONES SOBRE SU DESARROLLO Y POTENCIALIDAD EN COLOMBIA. En T. y. sociedad. Bogotá: Turismo y Sociedad, vol. 9.
- Boullón, R. (2006). Planificación del espacio turístico. *Trillas Turismo*(158), 1-250. Obtenido de <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturisticorobertoc.boullon.pdf>
- Calduch. (2012). Métodos y Técnicas de Investigación en Relaciones Internacionales- Curso de. *Google Académico*, 1-10.
- Carvache Franco, W. T. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña-Ecuador. En *Cuadernos de Turismo* (págs. 113-129).

- CEPAL. (8 de Marzo de 2023). *Biblioguías- Biblioteca de la CEPAL*. Obtenido de Comisión económica para América Latina y el Caribe : <https://biblioguias.cepal.org/c.php?g=1041476&p=7573808#:~:text=Presentaci%C3%B3n,comunidades%20locales%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.>
- Cox, C. (21 de Junio de 2021). Ecuador forges a COVID-era tourism plan with vaccine, testing requirements. *Travel Weekly*.
- Diana Salazar, M. G. (2018). Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y. *Ciencia Digital*, 50-61.
- ENTORNO TURÍSTICO. (10 de Febrero de 2017). Obtenido de ¿QUÉ ES UNA CORRIENTE TURISTICA? : <https://www.entornoturistico.com/que-son-las-corrientes-turisticas/>
- Escuela Universitaria Mediterranea. (12 de Septiembre de 2017). Obtenido de Turismo natural : <https://mediterrani.com/turismo-natural-que-es/>
- Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Scielo*, 102-122.
- Garcia-Altes, M. (2005). *The development of health tourism services*.
- Goma, J. J. (13 de Noviembre de 2017). *Hotelsur* . Obtenido de Ultima hora turismo : [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/020370_seguridad-en-el-sector-turistico.html#:~:text=Necesidad%20de%20relajaci%C3%B3n%20\(descanso%20Factividad,personal%20cultural%20hist%C3%B3rico%E2%80%A6\)](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/020370_seguridad-en-el-sector-turistico.html#:~:text=Necesidad%20de%20relajaci%C3%B3n%20(descanso%20Factividad,personal%20cultural%20hist%C3%B3rico%E2%80%A6))
- González, A., & Conde, E. (2011). Procedimientos para medir la demanda turística de un destino . *Revista de investigación del turismo y desarrollo*, 1-10.
- Guano, J. A. (2017). el perfil del visitante de la parroquia huambaló cantón pelileo provincia de tunguragua y su relevancia en el desarrollo de la actividad turística. *Ambato*.

- Gurria, M. (1997). Corrientes Turísticas. *Introduccion al Turismo*(158), 1-134. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>
- HALL, C. M. (1992). Special interest tourim. *ACS DISTANCE EDUCATION*.
- Herrera Cárdenas, P. L. (28 de Julio de 2021). *El turismo: la gestión de la calidad y sus costos*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612021000200009#:~:text=La%20calidad%20de%20un%20destino,es%20vital%20en%20el%20turismo.
- HOTELMIZE. (s.f.). Obtenido de QUÉ ES UNA CORRIENTE TURISTICA? 6 CARACTERÍSTICAS:<https://www.hotelmize.com/es/blog/que-es-una-corriente-turistica-6-caracteristicas/>
- Ibáñez, R. (Diciembre de 2017). *Agua*. Obtenido de <https://agua.org.mx/wp-content/uploads/2017/12/Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf>
- Instituto de Gestión Cultural y Artística. (26 de Enero de 2022). Obtenido de <https://igeca.net/blog/439-turismo-cultural-que-es>
- J., N. (Diciembre de 2014). *Diseño de una guía de turismo cultural para el fortalecimiento de las actividades turísticas del cantón Guano*. Obtenido de (Tesis, ingeniería en dirección y administración de empresas turísticas y hoteleras): <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2039/1/TURTYH009-2014.pdf>
- Jaitia, J. A. (2017). *EL PERFIL DEL VISITANTE DE LA PARROQUIA HUAMBALÓ CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU RELEVANCIA EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA*. Ambato.

- Keynes, J. M. (2003). *La Teoría General del Empleo, el Interés y el Dinero*. México : Fondo de cultura económica .
- La Organización Mundial del Turismo (OMT). (s.f.). *El turismo un fenómeno económico y social* .
- Leite, F. C. (2017). La diversificación de la oferta turística como alternativa para minimizar la estacionalidad; El caso de los eventos en Blaneário Camboriú . Santa Catarina: Cuadernos de Turismo.
- López, N. &. (2016). "*Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*."
- M. Robleda, E. P. (2017). *Metodología propuesta para identificar el perfil y grado de satisfacción del turista en los principales destinos de Yucatán*. Yucatán.
- Manosalvas, L., Manosalvas , C., & Gamboa, M. (2020). Evaluación de los Estilos de Vida y Valores de los Turistas que visitan la Amazonía Ecuatorina. *INNOVA Research Journal*, 5(3), 1-17. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/download/1364/1742/>
- Marta Magadán Díaz, J. R. (2011). *Turismo Literario*. Oviedo: Septem Edition.
- Martín Roda, E. &. (2020). El turismo procedente de Argentina en Uruguay: un análisis comportamental cuantitativo. Madrid: Cuadernos de Turismo.
- Maseda, A., & Soret, I. (2017). Propuesta de modelo teórico para el análisis del impacto de los factores culturales y de personalidad en la demanda de servicios turísticos. *ESIC*, 48(2), 1-19. Obtenido de Universidad de Cuenca: https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/171030_161014_E.pdf
- Maynard, J. K. (2013). *La Teoría General del Empleo, el Interés y el Dinero*. Fondo de Cultura Económica.

- Ministerio del Turismo de Ecuador . (2021). *Pandemia del COVID-19*. Quito.
- Ministerios de Turismo. (2021). *Impacto COVID-19. Gobierno de Ecuador*. Quito.
- MINTUR. (2022). *Ministerio de Turismo*.
- Mooney, H., & Zefarra, M. A. (2020). *COVID-19: shocksin precedentes sobre el turismo en América Latina y el Caribe*.
- Nina, J. (s.f de Diciembre de 2014). *Diseño de una guía de turismo cultural para el fortalecimiento de las actividades turísticas Cantón Guano*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2039/1/TURTYH009-2014.pdf>
- OMT. (6 de Julio de 2005). *Naciones Unidas* . Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2005/07/1059731>
- OMT. (2008). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OMT. (26 de Enero de 2022). *Instituto de Gestión Cultural y Artística*. Obtenido de <https://igeca.net/blog/439-turismo-cultural-que-es>
- Ortuño, M. (2014). *Introducción al estudio del turismo de 1980*. Madrid: VIVELIBRO.
- Osorio. (2011). "El visitante del Parque Nacional nevado de Toluca, Mexico. Analisis del comportamiento en un area natural protegida". En *Investigaciones Geograficas* (págs. 76: 55-70.).
- PDOT. (2019-2023). *Prefectura de Pichincha Bicentenario* . Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial : https://www.pichincha.gob.ec/images/2023/pdf/rendicion_cuentas_2022/PDOT%202019-2023_2.pdf

- Prefectura de Pichincha . (30 de Agosto de 2017). Obtenido de Gestión de la comunicación :
<https://www.pichincha.gob.ec/pichincha/datos-de-la-provincia/95-informacion-general>
- Raymond, C., & Richards, G. (2016). *Creative Tourism*. Obtenido de
<https://www.creativetourismnetwork.org/about/?lang=es>
- Reinoso, N. G. (2021). *Segmentación por motivaciones y valoración del turismo interior en el destino Manta, Manabí, Ecuador* . Manabí.
- Reinoso, N. G., Moreira, D. G., & Ichazo, Y. Q. (2020). Segmentación de la demanda turística colombiana que visitan la Zona de Planificación 1 más la provincia de Pichincha en Ecuador. *Scielo*, 136-152.
- Reinoso, N. G., Moreno, D. G., & Ichazo, Y. Q. (25 de Diciembre de 2020). *RIAT*. Obtenido de Scielo: <https://www.scielo.cl/pdf/riat/v16n2/0718-235X-riat-16-02-136.pdf>
- Reyna Ibáñez, I. R. (2017). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo* . Obtenido de <https://agua.org.mx/wp-content/uploads/2017/12/Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf>
- Rigol Madrazo, L. M., Campdesuñer, R. P., & Noda Hernández, M. E. (2009). Modelo y procedimiento para la gestión de la demanda turística. *Scielo*, 1-12.
- Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2010). *Metodología de la investigación (5ta edición)* . Chile: Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122.

- Socatelli, M. a. (2013). En *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenible*. Costa Rica: InterMark Consultores en turismo.
- Travelport. (22 de Marzo de 2022). *Qué tipo de experiencia quieren los pasajeros*. Obtenido de Travelport: <https://www.travelport.com/press-release/si-tienes-una-maleta-viajaras-un-nuevo-estudio-de-travelport-destaca-el-entusiasmo-por-viajar-en-2022>
- Trusted Site. (2015). *Calculo del tamaño muestral*. Obtenido de <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Turismo en cifras . (Septiembre de 2018). *Perfiles de Turismo Internacional 2017*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>
- UNESCO. (2016). *EL TURISMO CULTURAL Y CREATIVO*. Obtenido de <https://www.unesco.org/es/articles/el-turismo-cultural-y-creativo-hoy#:~:text=El%20turismo%20creativo%20permite%20generar,productivas%20de%20las%20industrias%20culturales>.
- UNID. (2020). *Clasificación básica del turismo*. Lima.
- Velásquez, E. M., Olivo, P. V., & Evelyn Espinosa Mera, A. S. (2022). El nuevo perfil del viajero de la zona 2 (Pichincha, Napo y Orellana) como consecuencia de Covid-19. *ECOCIENCIA*, 1-29.
- Villalba, P. G. (2015). Elaboración de una Guía Turística de la Parroquia de Mindo, perteneciente al Cantón San Miguel de los Bancos Provincia de Pichincha. 1-137.

Villasante, W. (24 de Noviembre de 2016). Turismo. *Asesores en Turismo Perú*. Obtenido de Asesoramientoturismoperu:

<https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

Walter Hunziker, K. K. (1942). *Fundamentos de la Teoría General del Turismo*. Oviedo 2018.

17 Apéndices

Apéndice 1. Hoja de vida del Equipo de trabajo

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI INFORMATIVOS DE LA DOCENTE	
<u>DATOS PERSONALES</u>	
APELLIDOS: Armijos Ango NOMBRES: Sara Alejandra	
ESTADO CIVIL: Soltera CEDULA DE CIUDADANÍA: 1803993995 NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 0 LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: 31/10/1987 DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Pasaje Velastegui y Av. Manuelita Sáenz TELÉFONO CONVENCIONAL: 032587277 TELÉFONO CELULAR: 0992734236 EMAIL INSTITUCIONAL: sara.armijos3995@utc.edu.ec TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A# DE CARNET CONADIS: N/A	
ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS	

NIVEL	TÍTULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	DEL REGISTRO CONESUP O SENESC YT
TERCER	Ingeniera en Administración y Dirección de Empresas Turísticas y Hoteleras	2011-08-25	1042-11-1082092
CUARTO	Master Universitario en Dirección y Planificación del Turismo	2017-02-07	724195638

PUBLICACIONES RECIENTES

Autor/ Coautor de artículo indexado	Nombre del Artículo	Nombre de la revista	Lugar (País-ciudad)	Fecha de la publicación
Coautor	Marketing Digital: el futuro del comercio y de la percepción humana	Revista Científica Dominio de las Ciencias	Ecuador	Octubre diciembre 2021
Coautor	Transición digital del Turismo, una revisión literaria del mercado actual	Revista Científica Dominio de las Ciencias	Ecuador	Octubre-diciembre 2021
Autor	Aprendiendo a emprender,	Revista Científica	Ecuador	3 de agosto del 2021

	recopilación desde la academia. Principios y fundamentos del emprendimiento y la innovación	Dominio de las Ciencias		
--	---	-------------------------	--	--

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


ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:

Servicios: 81 Servicios personales-

PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC: Abril – agosto 2019

FIRMA

Apéndice 2. Datos personales del autor del proyecto de investigación

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI DATOS INFORMATIVOS DE LA ESTUDIANTE	
<u>DATOS PERSONALES</u>	
APELLIDOS: Cóndor Guanoluisa NOMBRES: Alisson Melissa	
ESTADO CIVIL: Soltera CEDULA DE CIUDADANÍA: 1754489555 NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 0 LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: Machachi 03 de abril del 2001 DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Pichincha/ Amaguaña TELÉFONO CELULAR: 0998135262 EMAIL INSTITUCIONAL: alisson.condor9555@utc.edu.ec TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A # DE CARNET CONADIS: N/A	
ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS	

NIVEL	INSTITUCIONAL
PRIMARIA	Escuela Jacinto Jijón y Camaño
SECUNDARIA	Unidad Educativa Uyumbicho
TERCER NIVEL	Universidad Técnica de Cotopaxi

CERTIFICADOS

CERTIFICADO: Primer congreso internacional Multidisciplinario de vinculación con la sociedad “Experiencias, Resultados e Impactos de los proyectos de la vinculación de las IES”.

CERTIFICADO: Por jornadas de inducción de la vinculación con la sociedad y responsabilidad social.

CERTIFICADO: Vinculación (Prácticas pre profesionales/servicio).

FIRMA

Apéndice 3. Ejemplo de la variable de investigación que se trató de tomar en cuenta.

- Genero
- Edad 13
- Estado civil
- Nivel de estudios terminados
- Ocupación
- De los sitios mencionados a continuación, en los últimos 6 meses ¿cuál de estos ha visitado regularmente?
 - ¿Cuál es el Motivo de su visita?
 - ¿Cómo se enteró del sitio?
 - ¿En qué medio de transporte llegó a este sitio?
 - ¿Con quién frecuentemente viaja?
 - ¿Cuánto gasto en su visita? Para determinar el nivel de satisfacción del visitante se empleó las siguientes variables.
 - ¿Qué tan satisfecho está Ud. con la experiencia en este sitio?
 - Califique del 1 al 5 Sí regresaría o NO a este destino
 - Califique del 1 al 5 si recomendaría visitar este destino
 - ¿Qué es lo que más le gusto del destino?
 - ¿Que no le gustó del destino?
 - ¿Qué le gustaría que hubiera en el destino turístico visitado? En cuanto al comportamiento ambiental del visitante se empleó variables como:
 - ¿Cómo observo el comportamiento ambiental de las personas en el sitio?
 - ¿Cree Ud. que la conducta humana (comportamiento) afecta al medio ambiente?
 - ¿Considera que la preocupación de la sociedad con respecto al cuidado ambiental es:
 - ¿Cuál de las siguientes conductas se identifica Ud. en relación al cuidado del ambiente:
 - Seleccione una de las medidas que deberían ser aplicadas en el lugar turístico con respecto al cuidado ambiental de las personas:

Apéndice 4. Cuestionario del perfil del turista de Naturaleza

Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales
Licenciatura en Turismo

Estimado (a) Participante:

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

Encuesta N°: _____

Atractivo Turístico: _____

DEMOGRÁFICA

- | | |
|--|---|
| <p>1. ¿Nacionalidad?
_____</p> <p>2. ¿Residencia?
_____</p> <p>3. ¿Edad?
_____</p> <p>4. ¿Género?</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 publico <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) Un Salario básico unificado (\$450) <input type="checkbox"/></p> <p>c) \$451 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 mayores de 16 años le acompañan?
_____</p> <p>11. ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?
_____</p> <p>12. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia?</p> <p>a) De 0 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> |
|---|--|

MOTIVACIÓN

14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

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

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

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

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

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

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

18. ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

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

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

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

PREFERENCIAS

20. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?

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

21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?

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

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

22. ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?

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

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

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

¡Muchas gracias, por su valiosa colabora

- a) Ambientes lacustres
- b) Áreas protegidas.

**Apéndice 5. (Salidas de campo,
evidencia)**

Cascada Gemela



Cascada Cóndor Machay



Cascada Kimsa



Cascada Mindo Nambillo



Casaca Mindo Nambillo




Laguna Media Huarmicocha



Apéndice 6. (Boletín informativo)

BOLETÍN INFORMATIVO



PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA

AGOSTO 2023

Provincia de Pichincha 2023

Por qué es importante conocer al turista?

Conocer el perfil del turista permite adaptar ofertas, mejorar experiencias y planificar estratégicamente, optimizando recursos y promoviendo destinos de manera relevante y atractiva.

Pichincha

La provincia de Pichincha se encuentra ubicada en la región central o también llamada Sierra, es una de las 24 provincias de la República de Ecuador, tiene como capital la ciudad de Quito, la provincia tiene una superficie de alrededor de 9.692 km² y es conocida por tener una amplia variedad de biodiversidad, paisajes, montañas, valles que la convierte en un destino turístico popular para visitantes locales y extranjeros.



En la búsqueda del turista de naturaleza




UTC Carrera de Turismo

01

Provincia de Pichincha 2023

Perfil del turista de naturaleza

Variable Demográfica

Nacionalidad de procedencia

ecuatorianos	62%
franceses	12%
mexicanos	7%
colombianos	6%
españoles	5%
estadounidenses	5%
venezolanos	2%
italianos	1%

Estado Civil

soltero	60%
casado	25%
divorciado	7%
unión libre	5%
viudos	3%

Residencia

DM de Quito	29%
Cantón Mejía	11%
Ciudad de Latacunga	8%
París	8%
San Miguel de los Bancos	7%
Estados Unidos	7%
México	7%
Residencias nacionales	10%
Residencias extranjeras	13%

Situación laboral

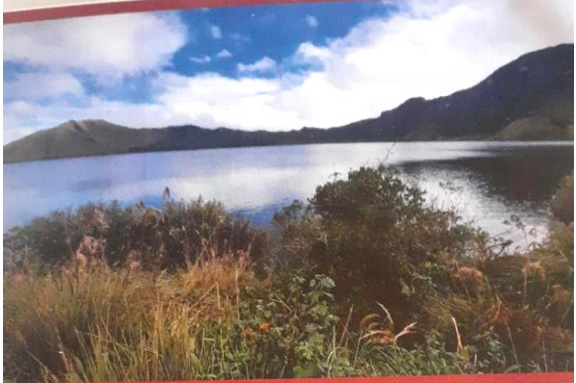


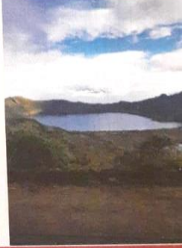
Empleado público	43%
Empleado privado	34%
Estudiantes	15%
Jubilados	4%
Desempleados	4%

Género

Hombres	61%
Mujeres	39%

Edades de las personas encuestadas

Rango de Edad	28%
40-49 años	23%
27-35 años	19%
36-39 años	17%
20-26 años	6%
50-69 años	2%
70-80 años	2%

litos
diante investigador:
son Córdor
ografía:
son Córdor

M alisson.condor9555@utc.e
I alitho13_c
T 0998135262

Apéndice 7. Aval del traductor



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE
COTOPAXI



CENTRO
DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

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

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: “**PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA**” presentado por: **Cóndor Guanoluisa Alisson Melissa**, egresado de la Carrera de: **Turismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, 30 de Agosto del 2023

Atentamente,

TANIA
ELIZABETH
ALVEAR
JIMENEZ

Firmado
digitalmente por
TANIA ELIZABETH
ALVEAR JIMENEZ
Fecha: 2023.08.30
11:48:04 -05'00'



CENTRO
DE IDIOMAS

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