



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

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

### **CARRERA DE ECOTURISMO**

#### **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

---

**ESTUDIO DEL PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN PUJILÍ  
PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2021.**

---

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

**Autor:**

Analuisa Puco Fatima Elizabeth

**Tutor:**

Abarca Zaquinaula Manuel Antonio Lcdo. Mgs.

LATACUNGA – ECUADOR

**Agosto 2021**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

**Fatima Elizabeth Analuisa Puco**, con cédula de ciudadanía No. **0503898629** declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “Estudio del Perfil de la Demanda Turística del Cantón Pujilí Provincia de Cotopaxi, año 2021.”, siendo el Licenciado Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 2 de agosto de 2021

Fatima Elizabeth Analuisa Puco  
Estudiante  
CC: 0503898629

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

## CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **ANALUISA PUCO FATIMA ELIZABETH**, identificada con cédula de ciudadanía **0503898629**, de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, el Ing. Ph.D. Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez Barrio El Ejido Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.** - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Licenciatura en Ecoturismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**Estudio del perfil de la demanda turística del cantón Pujilí provincia de Cotopaxi, año 2021.**” la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad según las características que a continuación se detallan:

### **Historial académico**

Inicio de carrera: Abril 2016 – Agosto 2016.

Finalización de carrera: Abril 2021 - agosto 2021

Aprobación en Consejo Directivo: 20 de mayo del 2021

Tutor. - Lcdo. Mg. Abarca Zaquinaula Manuel Antonio.

Tema: Estudio del Perfil de la Demanda Turística del Cantón Pujilí Provincia de Cotopaxi, año 2021.

**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 las cláusulas cuartas, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 2 días del mes de agosto del 2021.

Fatima Elizabeth Analuisa Puco  
**LA CEDANTE**

In. Ph.D. Cristian Tinajero Jiménez  
**LA CESIONARIA**

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

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

**“PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2021”**, de Analuisa Puco Fatima Elizabeth, de la carrera de Ecoturismo, 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, 2 de agosto del 2021

Lcdo. Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula

**DOCENTE TUTOR**

CC: 1103989669

## **AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de tribunal de lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Analuisa Puco Fatima Elizabeth, con el título del Proyecto de Investigación: “PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2021”, 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, 2 de agosto del 2021

Lector 1 (Presidente)  
Ing. M.Sc. Matius Rodolfo Mendoza  
CC: 1710448521

Lector 2  
Ing. Mgs. Freddy Álvarez Lema  
CC: 1712930328

Lector 3  
Ing. Mg. Milton Sampedro Arrieta  
CC: 0602636987

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primeramente a Dios por darme el conocimiento, paciencia y sabiduría para poder continuar con mis estudios y superar los obstáculos a lo largo de toda mi vida. Agradezco también a mis padres que siempre han estado cuando los he necesitado y me apoyaron en todo este largo proceso y cumplir lo anhelado. También a la universidad técnica de Cotopaxi por darme la oportunidad de estudiar y ser profesional y seguir cumpliendo muchos logros. A mi tutor de tesis al Ing. Manuel Abarca, por la ayuda a la culminación de la investigación por brindar su paciencia y valiosa guía en el asesoramiento a la realización de la misma. Por ultimo agradezco a todas las personas que me impulsaron a seguir adelante pese a las situaciones que se presenta en la vida y animar para culminar la tesis. ¡Gracias a todos!

**Fatima Analuisa**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo investigativo lo dedico a Dios por haberme dado toda la vida y permitirme haber llegado a este momento importante en mi vida profesional, A mi angelito en el cielo Cristian Rocha, por siempre haberme dicho que no me rinda y que siga triunfando en la vida, a mis queridos padres, Carmen y Juan que son el pilar fundamental y por haberme apoyado en los buenos y malos momentos de mi vida estudiantil, a mis hermanos/as Freddy, Sandra, Fernanda, Stalyn que siempre han estado junto a mi brindándome su apoyo incondicional, sin ustedes nada de esto hubiera sido posible .

**Fatima Analuisa**



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

**TÍTULO: “ESTUDIO DEL PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2021”.**

**AUTOR: Analuisa Puco Fatima Elizabeth**

**RESUMEN**

El propósito del proyecto de investigación fue contribuir con información importante sobre la demanda turística para la reactivación del turismo del cantón Pujilí, de la provincia de Cotopaxi y del Ecuador. Para el cumplimiento de la metodología se diseñó un estudio descriptivo usando el método deductivo y con un enfoque cuantitativo, realizando la técnica de la encuesta para ello se elaboró el cuadro de sistematización de variables clasificándose en cuatro categorías demográficas, socioeconómicas, motivación y preferencias, una vez aprobado se procedió a la validación del instrumento que fue el cuestionario, aplicando a 385 excursionistas que visitaron los atractivos turísticos según el manual de inventarios de atractivos y generación de espacios turísticos, por lo tanto una vez recolectado los datos se realizó la respectiva tabulación a través de la estadística descriptiva y estadística inferencial, llegando a concluir que el mayor porcentaje que visitan el cantón es del 97 % que son de nacionalidad ecuatoriana y el 3 % de nacionalidad extranjera, posteriormente, en el género se pudo visibilizar un porcentaje alto con el 53 % que son hombres por el cual tomarían la iniciativa de viajar y el 74 % mujeres, las personas que visitan el cantón sobre todo son principalmente de la provincia de Pichincha con un porcentaje del 34 % son viajeros que impulsan a generar ingresos económicos en el cantón, además también se obtuvo los resultados de sus gastos diarios el 86 % gastan de 1 a 100 dólares siendo así su visita de menos tiempo y finalmente logró estimar el perfil de la demanda turística del cantón.

**Palabras clave:** PDYT, Demanda turística, perfil, Estimar, Reactivación, desarrollo turístico.

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

**THEME: "STUDY OF THE PROFILE OF THE TOURIST DEMAND OF PUJILÍ CANTON,  
COTOPAXI PROVINCE, YEAR 2021"**

**AUTHOR:** Analuisa Pucó Fatima Elizabeth

**ABSTRACT**

The purpose of this research project was to contribute with important information about the tourism demand in order to reactivate the tourism in Pujilí canton of Cotopaxi province and Ecuador. For the fulfillment of the methodology, a descriptive study was designed using the deductive method and with a quantitative approach, using the survey technique, for which a table of systematization of variables was elaborated, classifying them into four categories: demographic, socioeconomic, motivation and preferences,

Once approved, it was proceeded to validate the collecting information tool which was the questionnaire applied to 385 hikers who have been visited several spots in Pujilí, according to the manual of inventories of attractions and generation of tourist spaces, therefore, once the data was collected, the respective tabulation was made through descriptive and inferential statistics. Concluding that, the highest percentage of visitors who travels to the canton is 97% who are of Ecuadorian nationality and 3% of foreign nationality, subsequently, In the gender it was possible to see a high percentage of men (53%) who would take the initiative to travel and 74% of women, the people who visit the canton are mainly from Pichincha province with a percentage of 34% are travelers who drive and increase the economic income in the canton, in addition, the results of their daily expenses were obtained, the 86% spend between 1 to 100 dollars, thus their visit lasts less time and finally, it was possible to estimate the profile of the tourist demand of the canton.

**Keywords:** PDYT, Tourism demand, profile, Estimate, Reactivation, tourism development.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR .....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	xi
1. Información general.....	1
2. Justificación del proyecto.....	2
3. Beneficiarios del proyecto de investigación .....	2
3.1 Directos: .....	2
3.2 Indirectos .....	3
4. El problema de investigación. ....	3
5. Objetivos: .....	4
5.1 General .....	4
5.2 Específicos.....	4
6. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados. ....	5
7. Fundamentación científico técnica .....	7
7.1.1 Constitución de la República del Ecuador: .....	7
7.2 Ley de turismo .....	7
7.2.1. Generalidades .....	7
7.3 Reglamentos .....	9
7.4 Bases Teóricas de la Investigación .....	11
7.4.1. Definición de turismo.....	11

7.4.2. Tipologías del turismo.....	11
7.4.3. Turismo de sol y playa .....	12
7.4.4 Turismo Natural .....	12
7.4.5 Turismo de Aventura.....	13
7.4.6 Agroturismo .....	13
7.4.7 Ecoturismo .....	14
7.4.8 Turismo cultural .....	14
7.4.9 Turismo gastronómico.....	15
7.4.10 Tendencias del turismo.....	15
7.4.11 El turismo nacional .....	16
7.4.12 Turismo sostenible .....	16
7.4.13 Turismo de negocios .....	17
7.4.14 Turismo masivo .....	17
7.5 Demanda Turística .....	18
7.6 Tipología de la demanda turística.....	18
7.6.1 Visitantes .....	18
7.6.2 Turistas .....	19
7.7 Clasificación de la demanda turística .....	19
7.8 Características de las corrientes turísticas.....	19
7.9 Perfil del Turista .....	20
7.9.1 El Turista Tradicional.....	20
7.9.2 El Turista Social.....	21
7.9.3 El Turista Colaborativo .....	21
7.10 Tipología de turista. ....	21
7.11 Características pictográficas.....	22
7.11.1 Personalidad.....	23
7.11.2 Actitud .....	23
7.11.3 Estilo de vida .....	23
7.12 Características socioeconómicas .....	23

7.12.1	Nivel de gasto.....	24
7.12.2	Nivel de Educación .....	24
7.13	Características demográficas.....	24
7.14	Edad del Turista.....	24
7.15	Género del Turista.....	24
8.	Validación de las preguntas científicas o hipótesis. ....	25
9.	Metodología.....	25
9.1	Cuadro de operacionalización de variables de estudio. ....	25
9.2	Descripción del área de estudio. ....	28
9.2.1	Límites: .....	28
9.2.2	Clima .....	29
9.2.3	Temperatura .....	29
9.2.4	Objetivo uno .....	29
9.2.5	Actividad uno.....	29
9.2.6	Actividad dos .....	30
9.2.4	Actividad tres.....	30
9.2.5	Actividad cuatro.....	30
9.3	Objetivo dos.....	31
9.3.1	Actividad uno.....	31
9.3.2	Actividad dos .....	31
9.4	Objetivo tres.....	33
9.4.1	Actividad uno.....	33
9.4.2	Actividad dos .....	33
9.4.3	Actividad tres .....	34
10	Análisis y discusión de los resultados.....	34
10.1	Variable demográfica .....	34
10.2	Variable socioeconómica .....	38
10.3	Variable de motivación .....	43
10.4	Variable de preferencias.....	46

10.5	Variable de interés.....	48
10.6	Turistas Locales.....	49
10.7	Turista Nacional o Provincial.....	50
10.8	Turistas Internacionales.....	51
11	Impactos.....	52
11.1	Impactos económicos.....	52
11.2	Impactos sociales.....	52
11.3	Impactos ambientales.....	53
12	Presupuesto.....	54
13	Conclusión.....	55
1.4	Recomendaciones.....	56
15	Referencias.....	57
16	Apéndices.....	60
16.1	Apéndice 1.- Aval de traducción de Idiomas.....	60
16.2	Apéndice 2. Hoja de vida del equipo de investigadores.....	61
16.3	Apéndice 3. Currículo vitae del autor.....	62
16.4	Hoja de vida lector 1.....	63
16.5	Hoja de vida lector 2.....	64
16.6	Hoja de vida lector 3.....	65
16.7	Apéndice 4. Modelo de Encuesta.....	66

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios Directos e indirectos.....	3
Tabla 2. Sistematización de tareas.....	5
Tabla 3. Formas del turismo por el lado de la demanda.....	18
Tabla 4. Perfil de la demanda Turística .....	25
Tabla 5. Cronograma de actividades salida de campo .....	32
Tabla 6. Estimación de los excursionistas de la demanda turística real del Cantón Pujilí. ....	50
Tabla 7. Estimación de los turistas nacionales de la demanda turística real del cantón Pujilí. ....	50
Tabla 8. Turistas internacionales .....	51
Tabla 9. Presupuesto para la elaboración del proyecto. ....	54

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. División parroquial del cantón Pujilí.....	28
Figura 2. ¿Nacionalidad?.....	34
Figura 3. ¿Ciudad de residencia?.....	35
Figura 4. ¿Edades?.....	36
Figura 5. ¿Género?.....	36
Figura 6. ¿Estado civil?.....	37
Figura 7. ¿Situación laboral?.....	37
Figura 8. ¿Promedio mensual de ingresos?.....	38
Figura 9. ¿Nivel de estudios?.....	38
Figura 10. ¿Con quién viaja?.....	39
Figura 11. ¿Cuántos mayores de 16 años?.....	39
Figura 12. ¿Cuántos menores de 16 años?.....	40
Figura 13. ¿Cuánto estimo gastar o gastó durante su visita al cantón?.....	40
Figura 14. ¿Alojamiento?.....	41
Figura 15. ¿Alimentación?.....	41
Figura 16. ¿Transporte?.....	42
Figura 17. ¿Otros?.....	42
Figura 18. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?.....	43
Figura 19. ¿Qué atracción turística le gusta más dentro de la provincia y el cantón?.....	43
Figura 20. ¿Que tiempo estimó para su visita al cantón?.....	44
Figura 21. ¿A través de qué medios se informó sobre los atractivos turísticos del cantón?.....	44
Figura 22. ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?.....	45
Figura 23. ¿Cuántas veces ha visitado el cantón?.....	45
Figura 24. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?.....	46
Figura 25. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?.....	46
Figura 26. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?.....	47
Figura 27. ¿Seleccione la actividad turística que más le guste hacer cuando hace turismo?.....	47
Figura 28. ¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar de turismo?.....	48



## **1. Información general**

### **1.1 Título**

Estudio del perfil de la demanda turística del cantón Pujilí Provincia de Cotopaxi, año 2021.

### **1.2 Lugar de ejecución.**

Cantón: Pujilí

Provincia: Cotopaxi

Zona: 3

### **1.3 Institución:**

Universidad Técnica de Cotopaxi.

### **1.4 Facultad Académica:**

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales.

### **1.5 Carrera que auspicia:**

Licenciatura en Ecoturismo.

### **1.6 Proyecto vinculado:**

Perfil de la demanda turística

### **1.7 Nombres de equipo de investigadores:**

Tutor: Lic. Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula

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

Número telefónico: 0991975168

Estudiante - Investigador: Fatima Elizabeth Analuisa Puco

Correo electrónico institucional: fatima.analuisa8629@utc.edu.ec

Número telefónico: 0992829017

### **1.8 Área de Conocimiento**

Servicios

### **1.9 Línea de investigación:**

Planificación y gestión del servicio sostenible.

1.10 Sub línea de investigación de la carrera:

Análisis del turismo.

## **2. Justificación del proyecto**

Es imperante desarrollar el presente proyecto de investigación para proporcionar información importante sobre la demanda turística y contribuir a la reactivación turística del cantón Pujilí, con esto se podrá mejorar y dinamizar la economía del cantón y paliar los principales problemas como; el desempleo, pobreza, desnutrición, entre otros.

Por estas razones es importante obtener datos de la presente investigación con el objetivo de generar nuevas fuentes de ingreso mediante la fomentación del desarrollo turístico, ya que el turismo es uno de los sectores que contribuye al crecimiento económico del país, su incremento o disminución se ve ligado a los diversos cambios en los gustos y preferencias, así como a la diversidad de oferta turística del territorio, condiciones que inciden directamente o indirectamente en su sostenibilidad.

Dadas estas particularidades es de vital importancia tomar las medidas necesarias para planificar y monitorear la actividad turística en procura de solventar las necesidades del territorio y alcanzar su sustentabilidad para reactivar el turismo local cantonal y provincial, ya que posee riqueza de recursos naturales y culturales haciendo al cantón uno de los más atractivos de la Provincia de Cotopaxi, ya que es muy importante promover la investigación científica dentro de los proyectos del perfil turísticos con el fin de asegurar el éxito económico del inversionista y el territorio favoreciendo al Cantón Pujilí.

De acorde al estudio el GAD del cantón Pujilí perteneciente a la provincia de Cotopaxi obtendrá el estudio necesario en el favorecimiento en prever servicios turísticos para satisfacer las necesidades específicas de los turistas. Siendo este un estudio de importancia el cual permitiría identificar algunos aspectos que pueden llegar a incidir en su desarrollo como destino turístico de recursos naturales y culturales con estrategias para alcanzar el buen vivir.

## **3. Beneficiarios del proyecto de investigación**

### **3.1 Directos:**

Habitantes del cantón Pujilí, 69055 habitantes (INEC, 2010) ya que el proyecto pretende el aprovechamiento de recursos por parte de la comunidad generando beneficios en base a la pirámide de la sostenibilidad.

Proveedores de servicios vinculados a la actividad turística son aproximadamente 1032 plazas

turísticas en el cantón Pujilí según (MINTUR, Boletín de Estadísticas Turísticas, 2015), y las cooperativas de transporte que prestan sus servicios a nivel urbano y parroquial, vendedores de artesanías, productores de alimentos y la localidad donde se ejecute sitios estratégicos de actividades turísticas.

### 3.2 Indirectos

GAD, MINTUR, mediante la actualización del inventario de atractivos y la generación de fichas de nuevos atractivos identificados conjuntamente con los turistas nacionales, extranjeros y los estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi quienes obtendrá información de primera mano contribuyendo al desarrollo del cantón y fortaleciendo la capacidad investigadora de los estudiantes.

**Tabla 1.** *Beneficiarios Directos e indirectos*

<b>Beneficiarios Directos</b>
Cantón Pujilí: 69.055
Investigador: 1
<b>Beneficiarios Indirectos</b>
Masculino: 32.736
Femenino: 36.319
Total: 60.728
Estudiantes de la F-CAREN: 2440

**Fuente adaptado de:** (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2014)

## 4. El problema de investigación.

A nivel mundial el turismo se ha visibilizado una reducción promedio del 73 % en relación de las actividades turísticas a raíz de la pandemia, por lo tanto, a nivel del Ecuador ha generado impactos negativos dados por los cierres de varios centros turísticos como agencia de viajes, operadoras turísticas, parques nacionales, servicios de restauración alojamiento y transporte afectando directamente a los empresarios y servidores turísticos que percibían ingresos económicos de esta actividad y la provincia de Cotopaxi no es la excepción. Por esta razón urge reactivar paulatinamente la actividad turística, pese a que el problema persista y deje traumas psicológicos en la demanda turística.

Ante esta problemática es necesario contestar la pregunta de investigación: ¿Cuál es el perfil del turista que visita el cantón Pujilí, en tiempos de pandemia? para según esta información iniciar procesos mancomunados de reactivación turística y económica del cantón.

Considerándose necesaria la llegada de turistas nacionales y extranjeros llegan también cambios para la población residente, estudiar el perfil demográfico y comportamiento del turista es también estudiar los impactos generados y condicionados por estos cambios de la dinámica actual de los destinos.

El desarrollo económico del cantón Pujilí depende básicamente de las actividades económicas de la producción agrícola, artesanal y turística en menor escala, que no hacen referencia como una infraestructura de apoyo por sus ineficientes sistemas de crédito, comercialización y promoción debido a la pandemia ha provocado un declive en todos los sectores y uno de ellos es el turismo, ya que se incrementó la pobreza reduciendo notablemente los ingresos económicos de las familias el cual no permite realizar actividades turísticas, que implica gastos adicionales en, alojamiento, alimentación, transporte.

En el cantón Pujilí se ha incrementado el desempleo de los grupos de familiares o individuales que se desenvuelven en su entorno, la pobreza pasaría del 5,7% al 10,9% en un escenario grave para el cantón. Mientras que la pobreza extrema pasaría de 7,6% a 11,6%. Mayor desempleo y pobreza que se traducen en una serie de problemáticas económicas y sociales, entre las que se encuentran el hambre y la inseguridad es por ellos que los pobladores de Pujilí realizarían actividades de emprendimiento turístico sintiéndose motivados con el apoyo de toda la comunidad para mejorar su situación económica.

## **5. Objetivos:**

### **5.1 General**

Estimar el perfil de la demanda turística, mediante la caracterización de los turistas que visitan el cantón Pujilí, para contribuir al desarrollo turístico de la provincia de Cotopaxi.

### **5.2 Específicos**

- Diseñar el estudio descriptivo para el levantamiento de información de los turistas que visitan el cantón Pujilí.
- Aplicar una encuesta a una muestra representativa, para la caracterización de la

demanda turística del cantón Pujilí.

- Definir el perfil de la demanda turística, contribuyendo a la reactivación turística.

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

A continuación, se visualizará las actividades que se realizará en el estudio del perfil de la demanda del turista a lo largo del proyecto en el cantón Pujilí conforme a los objetivos planeados.

**Tabla 2.** *Sistematización de tareas*

Objetivo	Actividades	Resultado obtenido	Medios de verificación
Diseñar el estudio descriptivo para el levantamiento de información de los turistas que visitan el cantón Pujilí.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolectar información secundaria sobre el cantón Pujilí.</li> <li>• Calcular el tamaño de la muestra.</li> <li>• Seleccionar la técnica de muestreo más adecuada para el estudio.</li> <li>• Diseñar y validar el instrumento de recolección de Datos.</li> </ul>	Diseño del estudio (muestra representativa e instrumento de recolección de datos validado.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnica documental (flash memory, internet, visitas in situ).</li> <li>• Fórmula para el cálculo de la muestra.</li> <li>• Estudio piloto para validar el instrumento de recolección de datos.</li> </ul>
Aplicar una encuesta a una muestra representativa, para la caracterización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar los atractivos más importantes del cantón Pujilí para la</li> </ul>	Base de datos de las muestras válidas.	Técnica de la encuesta (cuestionario).

---

de la demanda turística del cantón Pujilí.	recolección de muestras válidas. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolectar las muestras validas necesarias para estudio.</li> </ul>	Perfil de la demanda turística del cantón Pujili.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estadística descriptiva.</li> <li>• Programa estadístico SPSS.</li> <li>• Estadística inferencial.</li> </ul>
Definir el perfil de la demanda turística, contribuyendo a la reactivación turística.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistematizar los datos obtenidos e ingresar los datos al programa estadístico SPSS.</li> <li>• Caracterizar el perfil de la demanda turística a través de la estadística descriptiva.</li> <li>• Estimar las características del perfil de la demanda turística a través de la estadística inferencial.</li> </ul>	Perfil de la demanda turística del cantón Pujili.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estadística descriptiva.</li> <li>• Programa estadístico SPSS.</li> <li>• Estadística inferencial.</li> </ul>

---

## **7. Fundamentación científico técnica**

### **7.1 Marco legal**

El Ecuador al consolidarse un estado único en formaciones biológicas, físicas y geológicas exige la protección y promoción de todos sus atractivos; por esta razón, la investigación se construye en buscar equilibrio entre los ámbitos económicos, ambientales y socioculturales hacia el turismo.

#### **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. (Const, 2008, art. 74)

Capítulo noveno.

Régimen de competencias

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

1. El registro de personas, nacionalización de extranjeros y control migratorio. (Const, 2008,art.261)

### **7.2 Ley de turismo**

#### **7.2.1. Generalidades**

Según en el art. 1.- 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 afroecuatoriana, 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.- 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 la ley establecida 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)

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

### **7.3 Reglamentos**

Dicha en el reglamento en el art. 14.- Actividades específicas cuyo ejercicio puede ser contratado con la iniciativa privada. - De acuerdo a lo establecido en el artículo 18 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo podrá contratar con la iniciativa privada la prestación de los siguientes servicios técnicos y administrativos:

- a) La determinación de la clasificación y categoría que le corresponde a cada establecimiento;
- b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;
- c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;
- d) Los centros de información turística;
- e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios;
- f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias. (Reglamento de Turismo, 2004)

De acuerdo en el reglamento de turismo en el art. 43.- Definición de las actividades de turismo. - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

#### **a) Alojamiento**

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona

natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

b) Servicio de alimentos y bebidas

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

c) Transportación

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

d) Operación

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

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

e) Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que,

debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

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

Son organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial. (Reglamento de Turismo, 2004)

## **7.4 Bases Teóricas de la Investigación**

### **7.4.1. Definición de turismo**

Según Arroyo (2015) manifiesta que el “turismo encaja perfectamente en el proceso de globalización e internacionalización de la economía al implicar Este fenómeno fundamentalmente movilidad y libertad de movimiento” (pág.10)

El turista es un visitante o excursionista que realiza actividades turísticas en varios sitios pueden desplazarse por varias situaciones hoy en la actualidad viajar está en tendencia por razones de la pandemia y cada turista quiere salir de su zona de confort, así mismo cumpliendo con las normas, reglamentos establecidos en cada Sector, ayudan a generar ingresos a lugares turísticos.

“El turista es parte importante debido a que el desplazamiento de las personas genera el desarrollo del lugar, ya que no solo consumen atracciones si no también generan la economía de un sector por el consumo de diferentes necesidades como es la alimentación o pernoctar en un lugar seguro” (Sandy, 2017, pág. 20)

### **7.4.2. Tipologías del turismo**

De acuerdo con Arroyo (2015) afirma que “Indudablemente el turismo ha venido evolucionando con el transcurso del tiempo adquiriendo así nuevas

características las cuales han dado como resultado a diversas tipologías de turismo entre las que se mencionan en el Glosario básico de la Organización”. (p.12)

Esto nos quiere decir que el turismo se ha evolucionado a nivel mundial ya que cada día se va observando varios lugares turísticos, que nos ofrecen con su naturalidad y sus orígenes culturales.

### **7.4.3. Turismo de sol y playa**

El modelo de desarrollo turístico español ha estado basado fundamentalmente en un producto turístico masivo de sol y playa con escasa oferta complementaria. En los últimos años, el sector turismo parece haber iniciado una estrategia de desarrollo distinta. Nadie duda hoy de que la actividad turística debe ser necesariamente compatible con el medioambiente y con el medio social en el que se inserta, y que cuestiones como calidad, integración en el entorno y conservación medioambiental son las claves de la competitividad (Garcia, 2003).

Según Gómez como se citó en Ortiz y Peralta (2019) afirma que el turismo de sol y playa se define como “aquel que se encuentra en toda la localización costera con amplia geografía, es ahí donde el turista puede disfrutar de una climatología soleada durante el día y actividades de ocio durante la noche con temperatura suave” (Ortiz, 2019, pág. 25).

El turismo de sol y playa es un sitio con más afluencia de turistas debido al cambio climático y por el suelo, el mar, que causa una tranquilidad serena al visitante, y poder disfrutar de un elenco hermoso que se presenta en varios lugares costeros.

### **7.4.4 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.

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 los autores el turismo de naturaleza es una actividad vinculada al desarrollo sostenible de ciertos lugares estratégicos, involucrando a la comunidad receptora al cuidado de la naturaleza, desarrollando así esta actividad responsablemente con impactos positivos.

#### **7.4.5 Turismo de Aventura**

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna es una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno (Lozada, 2018).

El turismo de aventura es una actividad muy practicada por turistas aficionados a estas actividades donde pueden realizar varias actividades con el fin de satisfacer cada necesidad del consumidor ya sea sus emociones, sentimientos no solo en la naturaleza lo realizan en varios ambientes distintos que estén a su lugar de confort con el propósito de generar ingresos económicos en áreas determinados para explorar esta actividad.

En un principio, se aprovechaba la naturaleza para el desarrollo de deportes clásicos como el montañismo, deportes acuáticos ente otros, pero en la década de 1980, se genera un interés por deportes en los que un componente fundamental se encontraba en el riesgo. A esto se puede acotar que la naturaleza es el contenedor donde se desarrollan actividades de riesgo, la tensión que produce la práctica de actividades deportivas permite un disfrute del medio ambiente (Quintana, 2014, pág. 43).

#### **7.4.6 Agroturismo**

El agroturismo como una modalidad del turismo rural, que se caracteriza por la visita a emprendimientos rurales para conocer de actividades agropecuarias, involucrándose directamente en las mismas. Esto puede dar origen un conjunto de actividades asociadas, tales como hacienda-hotel, pesque-pague (pesca y paga), posada, restaurante típico, ventas directas del productor, artesanía, industrialización y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo. (Riveros & Blanco, 2003, pág. 13)

“El agroturismo es la base para el desarrollo y diversidad económica en algunas comunidades agrícolas, en las que se puedan combinar las operaciones productivas tradicionales y la oferta de servicios turísticos como: hospedaje, alimentación y recreación” (Duemet & Yáñez, 2014, pág. 16).

De acuerdo a los autores definidos el agroturismo se le conoce como turismo rural ya que varios turistas realizan estancias a la convivencia del lugar y conocer labores diarias del campo y como desarrollan los campesinos, ya sean en actividades de ganadería, agricultura cosecha de alimentos con el fin de que el turista se sienta como una estancia en casa.

#### **7.4.7 Ecoturismo**

“El ecoturismo genera beneficios socioeconómicos a las regiones visitadas al promover la participación local, alentar a las comunidades locales a convertirse voluntariamente en los actores principales del ecoturismo” (Vanegas, 2006, pág. 20).

El ecoturismo está dedicado a la promoción de lugares con áreas naturales no industrializadas, que cuenten con paisajes y sitios con naturaleza inigualables, pero que tienen que ser preservados para poder disfrutar la vida salvaje, la flora endémica y, en algunos casos zonas arqueológicas de importancia cultural, aunado a etnias de las regiones que han vivido en las mismas, antes del desarrollo tecnológico en el que vivimos en la actualidad. (Rebollo, 2012, pág. 17)

El ecoturismo es una actividad donde el turista viaja a un lugar natural respetando al ambiente además satisface las necesidades de cada visitante también es importante estimular a la población aledaña al recurso natural que reciban beneficios de las actividades a desarrollar así generar ingresos económicos, pero con responsabilidad al cuidado del ambiente.

#### **7.4.8 Turismo cultural**

Es aquella forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino. (Nina, 2014, pág. 25)

El turismo puede encontrar en los atractivos de orden cultural cierta predilección de género. Así, como resultado de ciertos roles sociales femeninos históricos, esta

tipología de turismo poco visible, puede ser representada, incluso como nicho de mercado desde el punto de vista comercial, como un empoderamiento de las mujeres. (Serrano, Zarza, & Serrano, 2013, pág. 18)

El turismo cultural es una actividad que representa costumbres, tradiciones, historia milenaria motivada como sitios importantes, cada pueblo posee distinta cultura enseñando su gastronomía, su idioma, vestimenta ya que es fundamental proteger el patrimonio cultural de cada lugar.

#### **7.4.9 Turismo gastronómico**

Este turismo adquiere cada día más importancia, razón por la cual los países se están preocupando por mejorar la cocina nacional, para lograr establecer una imagen que pueda incentivar a las personas del buen comer. (Navarrete & Muñoz, 2018, pág. 7)

El turismo gastronómico es uno de los principales atractivos turísticos varias personas viajan con el fin de obtener experiencias culinarias ya sea típica tradicional está vinculada a la sostenibilidad de cada sector, se ha convertido en un segmento de mercado en la responsabilidad del consumo de alimentos propios locales contribuyendo a la conservación de varios productos autóctonos y recordar la gastronomía milenaria.

“El cambio del papel económico y social de las zonas rurales ha supuesto una evolución de la tradicional función productora de productos alimenticios a la reestructuración de la productiva, ofreciendo nuevas oportunidades laborales para la población” (Vásquez, Morales , & Pérez, 2013, pág. 9).

#### **7.4.10 Tendencias del turismo**

La importancia de identificar y analizar dichas tendencias radica en que las empresas puedan prever comportamientos tanto de oferta como de demanda y aplicarlos de manera inteligente a su línea de negocio, los beneficios de analizar tendencias van desde un aumento de la eficiencia y reducción de costos, hasta la identificación de brechas en el mercado e innovación en productos. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019, pág. 2)

#### **7.4.11 El turismo nacional**

El turismo nacional se puede definir sencillamente como el que realizan al punto de destino los ciudadanos que tienen la misma nacionalidad de éste, es decir, personas que viven en una ciudad y viajan a otra, independientemente de si ésta pertenece a la misma o a otra entidad federativa (Ibáñez & Cabrera, 2011, pág. 84).

“El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor; a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia como parte de sus viajes turísticos internos o emisores” (Organización Mundial del Turismo, 2010) .

El turismo nacional se refiere a la movilidad del turista dentro del mismo sitio es importante ya que ayuda al desarrollo de ingresos económicos y social ayudando a fortalecer el incremento de empleos dentro de varios ámbitos ya sea en restauración, hotelera y servicios de guianza turísticas.

#### **7.4.12 Turismo sostenible**

El turismo sostenible consolida sus bases en hallar el equilibrio entre la actividad económica realizada por las empresas del sector turístico y el medio ambiente con su biodiversidad, de tal manera, que estos últimos se mantengan intactos en su estado natural y no se vean expuestos a los efectos negativos que puede traer el turismo sino es manejado de una manera adecuada (Lanlangui, Espinoza, & Pérez, 2017, pág. 3).

El reconocimiento de los ejes básicos del desarrollo sostenible, referidos al turismo, genera la necesidad de concebir la sostenibilidad, no como un estado utópico, sino como un proceso de cambio, principalmente cualitativo, que oriente o reoriente al turismo hacia objetivos alcanzables, por lo tanto la sostenibilidad del desarrollo turístico requiere del diseño y aplicación de metodologías integradoras, que incluyan técnicas de gestión ambiental, (Bertoni, 2008, pág. 6).

El turismo sostenible es preservar y conservar el medio ambiente por parte del turista viajero, sin causar impactos negativos y así ayudar al desarrollo local, siempre y cuando al momento de realizar el turismo en cada localidad cuenten con planes de manejo ambiental para el cuidado y beneficios para los futuros ciudadanos.



#### **7.4.13 Turismo de negocios**

“Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias. El término «industria de reuniones, en el contexto del turismo de negocios, reconoce la naturaleza industrial de esas actividades” (Feliu, 2019, pág. 7) .

Cabrero, (2013) redacta que El turismo de negocios comprende uno de los segmentos del turismo, de la mano del turismo vacacional y del turismo corporativo que, en suma, capitalizan el 10% de los empleos a nivel mundial. Los nichos de turismo de negocios son los ya mencionados y que comprenden los congresos, definido como agrupación de personas con fines académicos (pág. 6).

El turismo de negocios es una actividad realizada para personas que se desplazan fuera del lugar de residencia o país con el fin de realizar compras en varias empresas, algunas personas tienen su propio emprendimiento con el propósito de crear empleos en sitios estratégicos de turismo alternativo siendo más importante y ayudando a mejorar la demanda turística de un lugar determinado

#### **7.4.14 Turismo masivo**

El turismo de masas continúa siendo muy importante y tiende a incrementarse como consecuencia de la mayor disponibilidad de tiempo libre y por el aumento de vacaciones cortas. Este turismo en general compra paquetes baratos que incluyen transportación aérea y hospedaje y busca entretenimiento y diversión en las playas (Bringas & Ojeda, 2000, pág. 5).

El turismo masivo se ha vendido compartiendo desde siglos atrás hoy en día los turistas pueden disfrutar de la estadía en cualquier lugar del mundo y estos lugares son aprovechados en tiempos vacacionales y en temporada alta en épocas de verano donde hay una gran cantidad de turistas visitantes que realizan varias actividades como deportes, compras en centros comerciales, actividades en playa, así satisfaciendo cada necesidad y al bienestar del viajero.

## 7.5 Demanda Turística

“La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos” (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)

**Tabla 3.** *Formas del turismo por el lado de la demanda*

El lugar de origen de los turistas y el destino elegido por ellos permite distinguir entre	Turismo doméstico: residentes visitando su propio país.
	Turismo receptivo: no residentes procedentes de un país determinado.
	Turismo emisor: residentes del propio país se dirigen a otros países.
	Turismo interior: doméstico y receptivo
	Turismo nacional: doméstico y emisor.
	Turismo internacional: emisor y receptivo.

**Fuente:** información tomada de asesores en turismo Perú por Villasante (2016).

## 7.6 Tipología de la demanda turística

### 7.6.1 Visitantes

Son persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual por un período inferior a 12 meses por cualquier motivo, excepto ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado, personas refugiadas y migrantes, diplomáticos, trabajadores fronterizos y estacionales, viajeros laborales o aquellos cuyo propósito sea cambiar de residencia o búsqueda de trabajo. Se dividen en turistas y excursionistas. (Aguilar, Rivas, & Gonzáles , 2008)

Los visitantes pueden ser personas que visitan de varios lugares ya sea por cumplir diferentes actividades a cabalidad a un lugar determinado su vista puede ser de muy poco tiempo y su pernoctación sea muy corta.

### **7.6.2 Turistas**

“Turista es toda persona que hace uso del servicio de alojamiento al menos por una noche en el lugar de visita y su duración de viaje no supera el año. Si el visitante no pernocta en el sitio de visita, se le considera excursionista” (Carrera, 2018, pág. 19)

## **7.7 Clasificación de la demanda turística**

### **7.7.1 La demanda efectiva**

Es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales. 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)

### **7.7.2 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)

### **7.7.3 La no demanda**

“Caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar” (Villasante, 2016).

## **7.8 Características de las corrientes turísticas**

Cuando el turismo dejó de ser una actividad elitista para convertirse en una actividad masiva, empezaron a observarse desplazamientos considerables de personas, Estas

corrientes turísticas vienen a constituir el mercado de los servicios, es decir, cuando los clientes llegan al lugar de producción de los bienes y servicios. Las personas o grupos de personas que dan lugar a este flujo, en número significativo y más o menos constante, desde un origen hacia un destino, se clasifica de la siguiente forma.

- a) Personas: Quienes viajen individual o grupalmente en forma masiva.
- b) Tiempo: Que cuenten con el tiempo libre para viajar.
- c) Ingresos: Que tengan los ingresos (dinero sobrante) para poder costear sus viajes.
- d) Medio: Que cuenten con los medios (transportes) para desplazarse.
- e) Motivación: Que tengan una razón que los haga desplazarse. (Gurria, 1997, pág. 86)

Las corrientes turísticas son como el turista lo tome su viaje ya sea en grupos o individualmente de manera cómo debe de sentirse un en el lugar como relajado, paciente, impaciente observando todas las necesidades y como ventaja de poder realizar viajes de desplazamiento en vehículo propio sin ningún inconveniente.

## **7.9 Perfil del Turista**

Según los autores Pat & Calderón (2012) afirman que el perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. (pag.12)

Según (Ramírez, 2015) manifiesta que, por su parte, se tiene en cuenta el entorno al calificar el turismo como la meta final de la relación del hombre con este, “pues en su afán de satisfacer sus necesidades de integración con el universo, el hombre hace uso del perfil y del tiempo libre del turista.”

### **7.9.1 El Turista Tradicional**

Suele ser identificado como el clásico que para hacer sus reservas acude a una agencia de viajes o a las terminales aéreas y no hace uso de las nuevas tecnologías para adquirir servicios y productos turísticos.

Darbellay & Stock (2015) llevan esta relación un poco más lejos al decir que se trata de una relación con el mundo, de acorde a la identificación del turista viajero en entorno de todo el mundo.

### **7.9.2 El Turista Social**

Es un turista que utiliza las nuevas tecnologías y adquiere los servicios como reservas de vuelos y hoteles mediante Internet. Además, comparte sus experiencias a través de fotos de sus viajes por herramientas de mensajería.

Según (Getino, 2013) en la Cuenta Satélite del Turismo mundial se define al turismo como “el desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual”.

Esto nos quiere decir que las personas realizan viajes sin motivo de lucro sino con experimentar experiencias a lo largo de su vida cotidiana.

### **7.9.3 El Turista Colaborativo**

Es un consumidor que además de acudir directamente a los servicios tiene el control de todos los detalles y de la planificación de su viaje a través de plataformas interactivas. Además, toma y ejecuta la mayor parte de sus decisiones a través de aplicaciones basadas en los contenidos de otros usuarios. Finalmente, comparte su experiencia a través de las redes sociales (Milano, 2018).

### **7.10 Tipología de turista.**

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

El modelo de Stanley Plog clasifica a los turistas en tres categorías:

- **Psicocéntricos:** buscan destinos turísticos conocidos, así como instalaciones creadas específicamente para el turismo. Este tipo de turista no desea correr riesgos y su interés en interactuar con los habitantes locales es nulo.

- Mesopsicocéntricos: son aquellos que, si bien buscan destinos conocidos y con instalaciones turísticas, tienen una actitud un poco más abierta hacia el entorno de los habitantes del lugar.
- Céntricos: la mayoría de los turistas se inscriben en esta categoría; oscilan entre las categorías de alocéntricos y psicocéntricos, según sus necesidades y gustos.
- Mesoalocéntricos: gustan de los destinos poco visitados pero desean contar con instalaciones creadas al menos precariamente.
- Alocéntricos: se sienten atraídos por los destinos desconocidos, en donde no hay desarrollo turístico previo y pueden mantener gran contacto con los habitantes del lugar. (Maseda & Soret, 2017, pág. 9)

La tipología de Cohen se caracteriza en cuatro partes.

- Turista organizado de masa: Este tipo de turista prefiere adquirir paquetes turísticos previamente preparados, son menos aventureros y prefieren pasar más tiempo en un ambiente confortable, son turistas que prefieren viajar con un guía, un bus con aire acondicionado y se rigen por un itinerario previamente establecido.
- Turista individual de masa: Este tipo de turista es similar al organizado de masa, excepto, que el turista tiene el control en algunos puntos de su itinerario y son flexibles con los horarios, pero de igual manera adquieren paquetes turísticos preparados por agencias de viajes.
- Turista explorador: Este tipo de turista prefiere realizar viajes por si solos, tratan de encontrar lugares inusuales, pero con servicios y productos de calidad. Tratan de interactuar en lo posible con las poblaciones locales.
- Turista drifter o mochilero: Este tipo de turista viaja sin planificación alguna, no sigue itinerarios o tiene algún tipo de horario, busca convivir con la población local y a menudo busca conseguir trabajo para poder continuar con su viaje. (Andrade, 2016, pág. 25)

### **7.11 Características pictográficas**

La segmentación pictográfica trabaja con un enfoque en el que, la identificación de los segmentos se lleva a cabo siguiendo los criterios más subjetivos. Asegura que la segmentación pictográfica puede definirse como cualquier segmentación que implique

una o más variables en su análisis, es decir, investigaciones que involucren variables como: valores, actitudes, personalidad, intereses. (Ciribeli & Miquelito, 2015, pág. 6)

### **7.11.1 Personalidad**

“La segmentación psicográfica utiliza esta variable de personalidad para segmentar al consumidor de acuerdo a su rasgo de la personalidad. Entre otras teorías de la personalidad una que presenta relevancia entre los profesionales de marketing” (Ciribeli & Miquelito, 2015).

### **7.11.2 Actitud**

La actitud del consumidor hacia el producto no está formada únicamente por una campaña de publicidad o de marketing bien desarrollada, es decir, los resultados de la actitud de los consumidores están en la suma de varios factores como: la experiencia, los olores, los estímulos intrínsecos y extrínsecos, así como las asociaciones de los productos fabricados por los clientes, lo que redundará en la imagen de los mismos. (Andrade, 2016)

### **7.11.3 Estilo de vida**

“El estilo de vida está conectado al modo como el individuo se comporta ante la sociedad es una forma individual de vivir (asignar esfuerzos, tiempo y dinero), es decir, de comportamiento, a fin de buscar los objetivos deseables (Andrade, 2016, pág. 27)

## **7.12 Características socioeconómicas**

Según el autor Andrade, T (2016) investigador de la tesis dice que permiten conocer el entorno económico y social en el que se desarrollan, con la finalidad de definir el nivel de gasto que realiza en su estadía, el nivel de ingresos que percibe, el nivel de educación y la ocupación. Estos factores a su vez se ven reflejados en el tipo de servicios y productos turísticos que consumen durante su estadía y de esta manera poder identificar el poder adquisitivo y determinar si están en la capacidad de adquirir nuestro producto o servicio.

Para conocer las características socioeconómicas es importante destacar varios componentes como, nivel de ingreso, sus estudios realizados, situación laboral, gastos independientes al momento de realizar el turismo o tras actividades extras.

### **7.12.1 Nivel de gasto**

“El nivel de gasto de un turista es la capacidad monetaria disponible que posee el consumidor, designado a la adquisición de productos y servicios dentro de su viaje y estadía en el lugar en donde se encuentra realizando actividades turísticas” (Andrade, 2016)

Para conocer el promedio del nivel del gasto de los turistas que visitan varios lugares debe poseer un presupuesto calculado para consumir los productos turísticos ya sea la, necesidad de cada turista.

### **7.12.2 Nivel de Educación**

El nivel de educación esta correlacionado con el nivel de ingresos de un turista, es decir que mientras mayor sea el nivel de preparación mayor es su interés por conocer nuevos destinos y nuevas culturas, satisfaciendo de esta manera sus necesidades de reconocimiento y demandando en mayor cantidad actividades turísticas. (Andrade, 2016, pág. 37)

### **7.13 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 la característica demográfica estudia el perfil del turista como la nacionalidad, ciudad de residencia, edad, género, su estado civil y su situación laboral.

### **7.14 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)

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

¿Cuál es el perfil de la demanda turística del cantón Pujilí, en tiempos de pandemia?

El perfil de la demanda turística del cantón Pujilí en su mayoría esta conformada por visitantes de su misma localidad y de la Provincia de Cotopaxi.

## 9. Metodología.

El presente proyecto de investigación se ubica en el nivel descriptivo con un enfoque cuantitativo utilizando el método deductivo que va de lo general a lo particular es decir obteniendo la información existente del marco teórico y como está formado el perfil de la demanda turística, comprobando a la vez la validez y basándose en los datos numéricos. El proyecto de investigación cuenta con un enfoque cuantitativo que parte de una idea y tiene como objeto seleccionar información numérica sobre diversas variables que han sido previamente analizadas, para poder sistematizarlas con el fin de obtener una realidad de acuerdo al problema que se investigó.

### 9.1 Cuadro de operacionalización de variables de estudio.

**Tabla 4.** *Perfil de la demanda Turística*

Variable de caracterización	Indicador – Instrumento
<b>Demográficas</b>	¿Nacionalidad? ¿Dónde nació? ¿Residencia? ¿Edad? ¿Genero? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino</li> <li>• Femenino</li> <li>• Otros</li> </ul> ¿Estado civil? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soltero</li> <li>• Casado</li> <li>• Divorciado</li> <li>• Viudo</li> <li>• Unión Libre</li> </ul> Situación Laboral: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiante</li> <li>• Empleado publico</li> <li>• Jubilado</li> <li>• Empleado Privado</li> <li>• Desempleado</li> <li>• Otros</li> </ul>

---

<b>Socioeconómicas</b>	<p>¿Promedio mensual de ingresos?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin ingresos</li> <li>• Un Salario básico unificado. (\$400)</li> <li>• \$401 a \$1000.</li> <li>• \$1001 a \$2000.</li> <li>• Más de \$2001 USD.</li> </ul> <p>¿Nivel de estudios?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación Básica.</li> <li>• Bachillerato.</li> <li>• Técnico.</li> <li>• Tercer nivel</li> <li>• Cuarto nivel.</li> </ul> <p>¿Con quién viaja?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solo.</li> <li>• Amigos.</li> <li>• Familia.</li> <li>• Otros.</li> </ul> <p>¿Cuántos mayores de 16 años?</p> <p>¿Cuántos menores de 16 años?</p> <p>¿Cuánto estimó gastar o gastó durante su visita al cantón?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De \$1 a \$ 100.</li> <li>• De \$101 a \$200</li> <li>• De \$201 a \$300</li> <li>• De \$301 a \$400</li> <li>• Más de \$401</li> </ul> <p>¿Qué porcentaje destino para?:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Transporte</li> <li>• Otros</li> </ul>
<b>Motivación</b>	<p>¿Cuál fue el motivo de su viaje?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relajación.</li> <li>• Salud.</li> <li>• Estudios.</li> <li>• Religión.</li> <li>• Visitas familiares.</li> <li>• Negocios.</li> <li>• Trabajo</li> </ul> <p>¿Qué atracción turística le gusta más del cantón Pujilí?</p> <p>¿Qué tiempo estima para su visita al cantón?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 0 a 1 día.</li> <li>• De 1 día a 2 días.</li> <li>• De 3 a 4 días.</li> <li>• De 4 días a más.</li> </ul> <p>¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico del cantón?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Referencias familiares</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Televisión</li> <li>• Páginas web</li> </ul>

---

- 
- Operadoras turísticas

¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

- Cada semana.
- Cada mes.
- Cada feriado.
- Cada vacación.

¿Cuántas veces ha visitado el cantón?

- Es la primera vez.
- Es la segunda vez
- Frecuentemente

---

### Preferencias

¿Cuál es su tipo de turismo favorito?

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

¿Qué tipo de hospedaje prefiere?

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

¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?

- Comida típica
- Comida gourmet
- Comida rápida
- Otros (Especifique)

¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?

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

¿Qué tipo de alimentación prefiere?

- Comida típica.
- Comida gourmet.
- Comida rápida.

¿Seleccione la actividad turística que más le guste hacer cuando hace turismo?

- Caminata
  - Pesca
  - Natación
  - Picnic
-

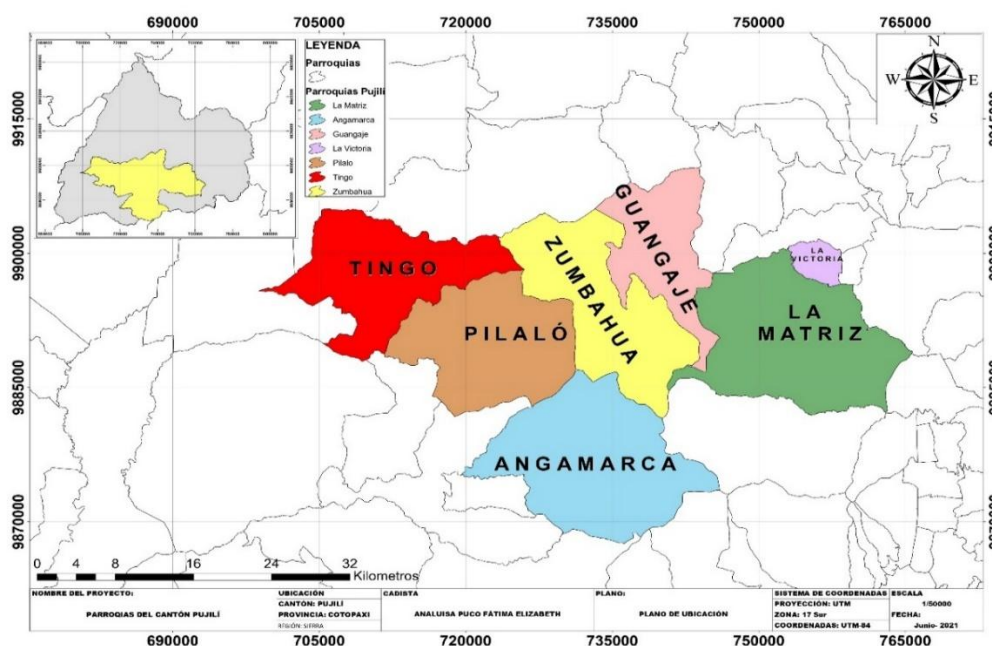
- Deportes
- Otros
- Especifique

¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar?

- Propio.
- Público.

## 9.2 Descripción del área de estudio.

**Figura 1.** División parroquial del cantón Pujilí



El cantón Pujilí se localiza en la región interandina del Ecuador, en la zona Centro Occidental de la Provincia de Cotopaxi, a 10 km. al Oeste de la ciudad de Latacunga. El cantón cuenta con siete parroquias: La Victoria, Guangaje, Zumbahua, El Tingo, Angamarca, Pilaló y Pujilí, siendo ésta última cabecera cantonal. Su clima es semiárido meso termal y su temperatura media es de 12,4 °C. La topografía de la región es irregular y tiene una altura promedio de 2980 m.s.n.m.

### 9.2.1 Límites:

Norte: Sigchos, Saquisilí y Latacunga.

Sur: Cantón Pangua, Bolívar (Guaranda) y Tungurahua (Ambato)

Este: Latacunga y Salcedo

Oeste: La Mana y Pangua.

### **9.2.2 Clima**

El clima de la localidad es frío seco por su ubicación

### **9.2.3 Temperatura**

La temperatura del cantón Pujilí varía ya que la media es de 12,4 °C

### **9.2.4 Objetivo uno**

Diseñar el estudio descriptivo, para la caracterización de información de los turistas que visitan el cantón Pujilí.

Para el cumplimiento del presente objetivo se realizaron cuatro actividades a continuación se describen:

### **9.2.5 Actividad uno**

Recolectar información secundaria sobre el cantón Pujilí.

Para el cumplimiento de la actividad uno se realizó una revisión bibliográfica a través del internet, páginas web, bibliotecas virtuales, plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Pujilí, pdf, repositorios de tesis, informes, artículos de revista y periódicos, la información obtenida se clasificó en el escritorio de la computadora el ordenamiento de la base de datos para el desglose del constructo del marco legal y con esta información se pudo completar el cuadro de operacionalización de variables de caracterización de la variable de interés donde se aplicó la encuesta del perfil de la demanda turística.

En el año 2019 se fortaleció el turismo con un porcentaje de 200 mil turistas con la última fecha de carnaval llegando a un aproximado de 40.000 mil turistas, a nivel nacional del Ecuador en el sector turístico generó un ingreso de 5.580 millones de dólares llegando a un porcentaje del 5 % más que en el 2018.

En la actualidad la demanda turística del Ecuador y en la provincia se ha disminuido debido a la pandemia que se está atravesando a nivel mundial, para ello se ocasionó una disminución de la llegada de turistas e ingresos entre el 20y 30 % entre el primer trimestre del año 2020 esta afectación provocó una disminución de ingresos en el sector que fluctúa entre el menos de 458 millones a 686 millones de dólares, así determinado que el número de hogares que se dependizaban del turismo era un total de 495 mil hogares de los cuales el 61 % son mujeres y el 39 % son hombres, es decir que más de 133 mil puestos de trabajo fueron cerrados y para ello realizó un plan estratégico con el

gobierno del Ecuador y el sector de esa manera proteger a los segmentos más vulnerables, como a los trabajadores por cuenta propia y así poder prever futuras normas sanitarias desde el gobierno y el sector turístico.

En el año que va el turismo se ha incrementado tanto como en áreas protegidas, playas costeras, planta turística en restauración, alojamiento, servicios de transporte turístico y guianza, se ha podido visualizar que en la actualidad los turistas desean practicar el turismo sostenible para sentir con libertad y más seguridad, de esa manera se estima la llegada de turistas extranjeros y nacionales con el fin de generar ingresos económicos y crear plazas de trabajo.

### 9.2.6 Actividad dos

Calcular el tamaño de la muestra.

Para cumplir con la actividad se definió la población de estudio, en este caso siendo la variable de interés del perfil de la demanda turística del cantón Pujilí desconocida, se aplicó la fórmula para población infinita porque actualmente no se conoce los turistas que visitan el cantón o la base datos de cuantos turistas llegaron al lugar. Además, siendo la variable de estudio categórica politómica se aplicó la siguiente fórmula para calcular la muestra para el estudio:

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

### 9.2.4 Actividad tres

Seleccionar la técnica de muestreo más adecuada para el estudio.

Al no conocer la población y mucho menos tener un marco muestral o base de datos de la población, fue imposible aplicar un muestreo probabilístico por lo que se optó por un muestreo no probabilístico a criterio de los investigadores, para ello se realizó un inventario de los atractivos turísticos más visitados del cantón Pujilí.

### 9.2.5 Actividad cuatro

Diseñar y validar el instrumento de recolección de Datos.

Se elaboró y analizó el cuadro de operacionalización de las variables de estudio con base en el marco teórico se definió cuatro variables de caracterización como:

demográficas, socioeconómicas, motivación y preferencias lo cual se elaboró las preguntas para obtener el porcentaje adecuado a través del diseño de la encuesta en las aplicaciones de microsoft office, excel, y word, se insertó el cuadro para la selección y ordenamiento de la información una vez obtenida el cuestionario final se procedió a la validación por contenidos del instrumento y juicio de expertos (dos investigadores de la carrera) obteniendo su visto bueno para proceder al piloto de consistencia interna (se aplicó a 100 personas y se tabuló los datos para observar fallas, también con base en los resultados se calculó el alfa de cronbach obteniendo un resultado de 0.80 valor que le da la consistencia interna suficiente para ser aplicado en el estudio principal).

### **9.3 Objetivo dos**

Aplicar una encuesta a una muestra representativa, para la caracterización de la demanda turística del cantón Pujilí.

#### **9.3.1 Actividad uno.**

Seleccionar los atractivos más importantes del cantón Pujilí para la recolección de muestras válidas.

En la reunión con el equipo investigador se decidió investigar a través del internet en medios digitales, páginas web de turismo, documentos, bibliotecas universitarias con el fin de obtener una base de datos reales del inventario y atractivos turísticos con más afluencia de turistas que visitan el cantón, con base en el criterio de los investigadores y en decisión conjunta se seleccionaron los atractivos como: El monumento del Danzante, la Alfarería parroquia La Victoria, la iglesia la Matriz, El palacio Municipal y La laguna del Quilotoa.

#### **9.3.2 Actividad dos**

Recolectar las muestras validas necesarias para estudio.

Para la obtención de los datos se realizaron las salidas de campo a continuación se detalla en siguiente cuadro, para ello se estableció una fecha máxima desde el 02 de junio hasta el 21 de junio del presente año.

**Tabla 5.** *Cronograma de actividades salida de campo*

Encuestas Programadas	Atractivos Turísticos	Fecha de visita	Hora de visita	Observaciones	Estrategias
<b>20</b>	Cerro Sinchaguasin	02/06/2021	10:00 am - 15:00 pm	Fotografías	
<b>30</b>	Cerro Sinchaguasin	03/06/2021	10:00 am - 15:00 pm	Fotografías	
<b>50</b>	Palacio Municipal	04/06/2021	10:00 am - 15:00 pm	Fotografías	
<b>50</b>	Quilotoa	05/06/2021	8:00am: 15:00 pm	Fotografías contactos Evidencias	Estudiantes trabajadores del Lugar
<b>50</b>	Quilotoa	06/06/2021	8:00am: 15:00 pm	Fotografías contactos Evidencias	Estudiantes trabajadores del Lugar
<b>65</b>	Quilotoa	19/06/2021	8:00am: 15:00 pm	Fotografías contactos Evidencias	Estudiantes trabajadores del Lugar
<b>30</b>	Palacio Municipal	11/06/2021	10:00 am - 15:00 pm	Fotografías	
<b>25</b>	La Victoria	15/06/2021		Fotografías	
<b>25</b>	Iglesia la Matriz de Pujilí	16/06/2021	10:00 am - 15:00 pm	Fotografías	
<b>40</b>	Iglesia la Matriz de Pujilí	18/06/2021	10:00 am - 15:00 pm	Fotografías	
<b>Total</b>	385 turistas				

Se procedió a realizar las encuestas a los turistas que se encontraban visitando cada atractivo turístico del cantón Pujilí sobre la demanda turística. Se observó que los días con más afluencia de turistas son los fines de semana en la parroquia la matriz ya que cuentan con tiempo libre para salir en familia y disfrutar de los atractivos que se encuentran dentro del sitio, en los horarios establecidos únicamente se logró recolectar datos a turistas locales.

Al momento de realizar la encuesta las personas pensaron que era con fines políticos o lucrativos, se registró datos de personas indígenas que viajaban desde Quito a visitar a sus familiares, por comercio y de paso a disfrutar la estadía del lugar. El fin de semana



que se estableció la salida a la laguna del Quilotoa se logró llenar más encuestas con varias observaciones, los turistas mencionaron que la laguna es muy hermosa pero la gente de la comunidad no sabe gestionar el recurso porque existe maltrato animal, una inadecuada manipulación de alimentos y el servicio al cliente es malo, para mejorar los servicios se debería implementar otras estrategias para mejorar los servicios turísticos. La población del cantón Sigchos y Pujilí tiene diferencias por el motivo de la división geográfica y mencionan que la laguna pertenece únicamente a Sigchos. La mayoría de viajeros que visitan la laguna son personas jóvenes que les atrae el turismo de naturaleza y aventura, de acuerdo a la experiencia vivida en las salidas de campo el acceso al lugar los fines de semana son de cuatro horas viajando en un transporte público además que no hay transporte con frecuencia, las compañías de transporte privada cobran \$5 dólares. No se pudo obtener evidencias fotográficas porque algunos turistas no deseaban ser fotografiados.

#### **9.4 Objetivo tres**

Definir el perfil de la demanda turística, contribuyendo a la reactivación turística del cantón Pujilí en tiempos de pandemia y post pandemia.

##### **9.4.1 Actividad uno**

Sistematizar los datos obtenidos e ingresar los datos al programa estadístico SPSS. Para el cumplimiento de la actividad se realizó la sistematización de los datos recopilados de la demanda turística del cantón Pujilí de las 385 muestras válidas, se precedió a ingresar las preguntas del instrumento de la encuesta, verificando los datos demográficos, socioeconómicos, motivación y preferencias, de las mismas que el programa arroja directamente cuantos turistas contestaron diferentes respuestas así mismo se verifico el total de las encuestas realizadas, que se aplicó en áreas más concurridos por turistas que venían de otras provincias a desarrollar el turismo o por otras situaciones.

##### **9.4.2 Actividad dos**

Caracterizar el perfil de la demanda turística a través de la estadística descriptiva. Para el cumplimiento de la actividad se tomó los datos del objetivo dos lo cual se analizó el perfil de la demanda turístico que visitan al cantón Pujilí mediante las visitas de campo conjuntamente con la aplicación de encuestas nos proporcionó los datos de las

preferencias, actividades turísticas, demográficas y socioeconómicas, actividades que nos permiten facilitar y comprender el perfil del turista que visita el cantón Pujilí. Una vez obtenido los datos se los ingreso al programa de Excel para proceder a la tabulación de los datos, pregunta por pregunta.

### 9.4.3 Actividad tres

Estimar las características del perfil de la demanda turística a través de la estadística inferencial.

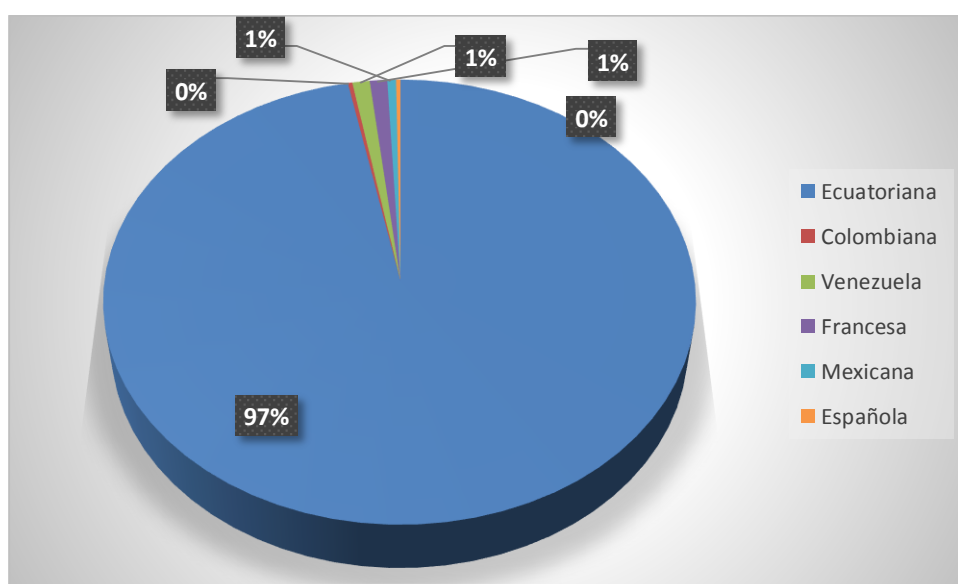
Para el cumplimiento de la actividad se realizó la estimación del perfil del turista con los datos obtenidos de la población y se verificó los porcentajes del límite inferior y superior para estimar el perfil de la demanda turística del cantón y verificar los valores de las variables utilizando la fórmula para estimar parámetros de la población por intervalos de confianza.

## 10 Análisis y discusión de los resultados

En el presente capítulo se realizará el análisis de la interpretación de los datos obtenidos de la aplicación del instrumento en la recolección de datos y se interpretará los resultados con base a las variables de caracterización de la demanda turística del cantón Pujilí, con la finalidad de dar respuesta a los objetivos de la investigación.

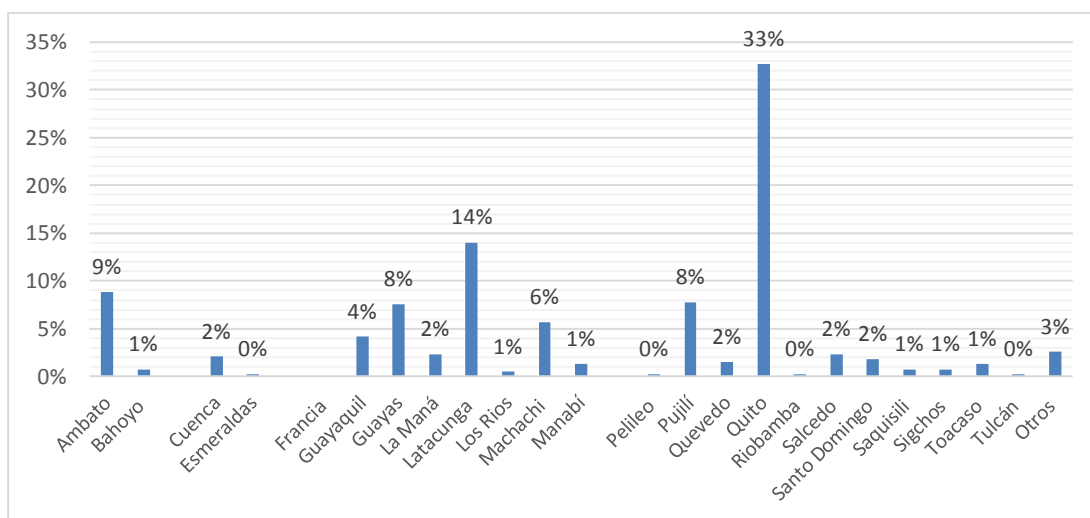
### 10.1 Variable demográfica

**Figura 2.** ¿Nacionalidad?

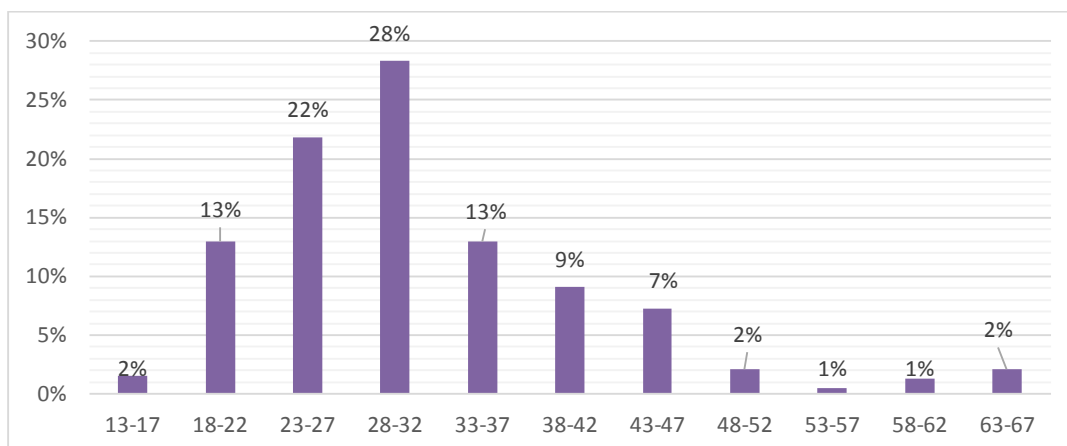


De los 385 encuestados se puede evidenciar que la nacionalidad de los turistas es de 97 % son de nacionalidad ecuatoriana, seguido, por Venezuela, francesa, mexicana, española, colombiana con el 1%. Analizando que la mayoría de turistas visitantes son de nacionalidad ecuatoriana razón por la cual no se puede apreciar gran acogida de turistas extranjeros por la pandemia que está atravesando a nivel mundial.

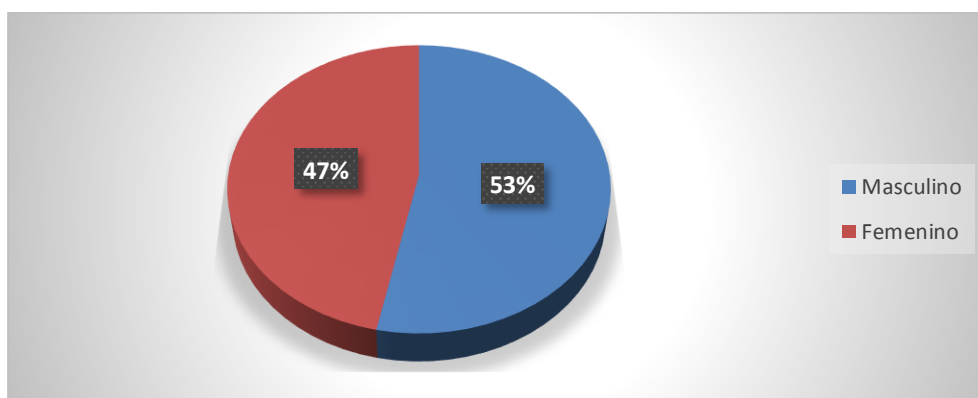
**Figura 3.** *¿Ciudad de residencia?*



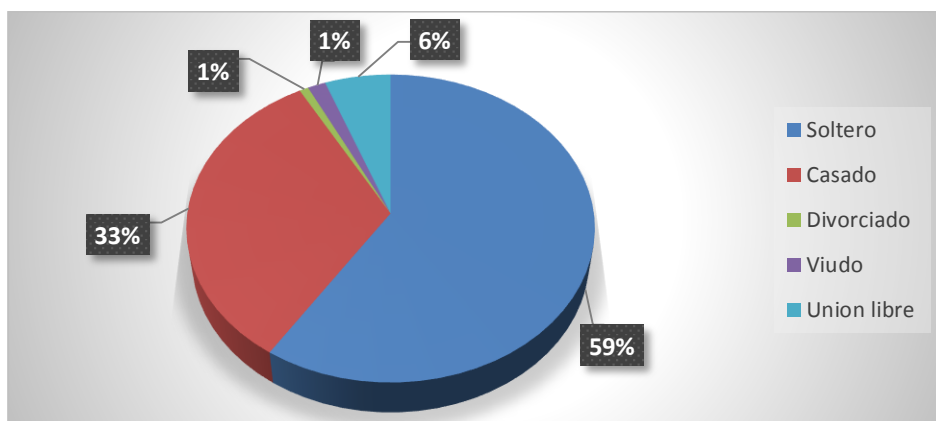
En la encuesta realizada se puede evidenciar que el mayor porcentaje que visita la provincia y el cantón es el 33 %, la mayoría de la provincia de Pichincha de la ciudad Quito razón por la cual se dispersan a varios atractivos turísticos como el Parque nacional Cotopaxi, Laguna del Quilotoa y posteriormente el 14 %, 9 % y 8 % son de las ciudades de Latacunga, Ambato, el Guayas y Pujilí eso significa que viajan por temporadas de vacaciones a disfrutar de la estadía de los atractivos, finalmente el 3 %, 2 % y 1 % , viajan de otras residencias razón por lo cual prefieren viajar en días feriados o días libres de cada familia.

**Figura 4. ¿Edades?**

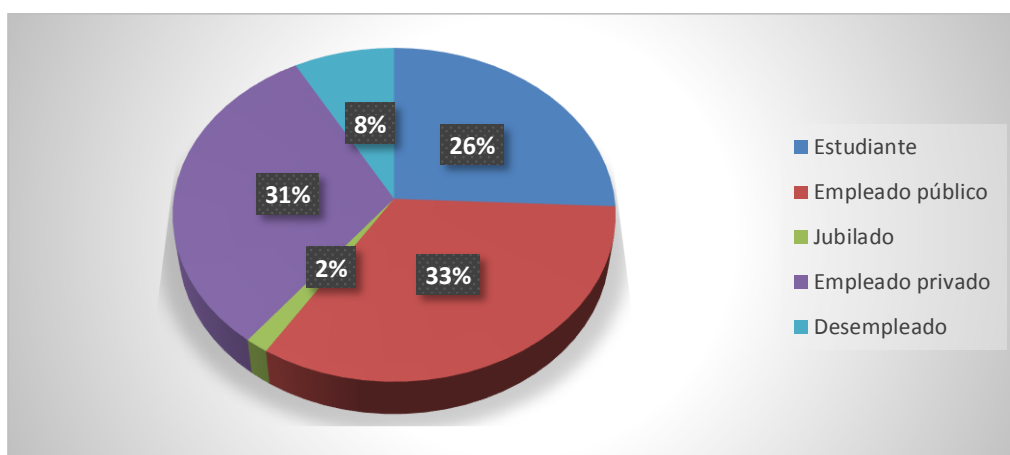
De los datos obtenidos de los encuestados se puede evidenciar que el mayor porcentaje de las edades es el 28%, 22% y 13 % eso quiere decir que solo son personas adultas, jóvenes, que visitan el cantón con la finalidad de explorar lugares turísticos y salir a distraerse, seguidamente el 13 %, 9 % y 7 % son adultos mayores eso quiere decir que tienen miedo a viajar por el tema de la pandemia en la actualidad y finalmente el 2 % y el 1 % son personas acercándose a la tercera edad ellos prefieren quedarse en casa para prevenir.

**Figura 5. ¿Género?**

De los 385 encuestados se puede apreciar que los turistas que más visitan el cantón son hombres con un 53 % y 47 % mujeres eso significa que el género masculino es el que toma la iniciativa para viajar a los atractivos turísticos otorgando la responsabilidad y seguridad de la familia.

**Figura 6.** *¿Estado civil?*

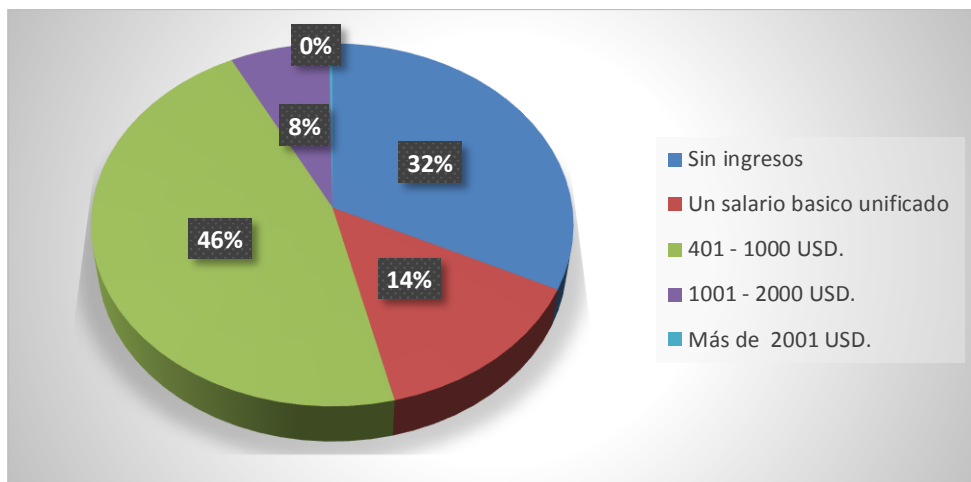
De los 385 turistas encuestados se puede evidenciar que el 59 % son personas solteras y el 33 % son casadas, luego el 6 % son personas en unión libre, el 2 % son personas viudas, seguidamente el 1% divorciado eso significa que la mayoría de personas son solteras que viajan a los lugares turísticos del cantón son visitantes con más solvencia económica.

**Figura 7.** *¿Situación laboral?*

Se puede evidenciar que la situación laboral de los turistas que visitan el cantón el 33 % son empleado público, seguidamente el 31% son privados y como siguiente el 26 % son estudiantes por lo tanto se analizó que aquellas personas que visitan Pujilí son personas que tienen independencia económica para solventar los gastos del viaje.

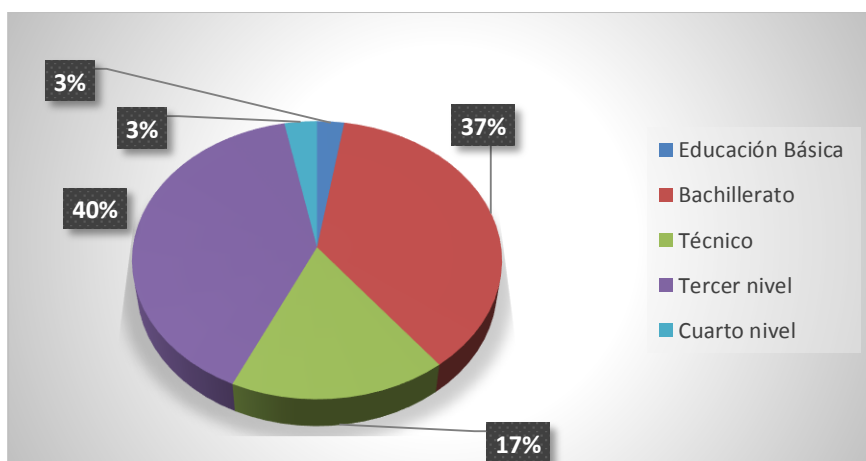
## 10.2 Variable socioeconómica

**Figura 8.** *¿Promedio mensual de ingresos?*



El 46% de los encuestados mencionaron que su sueldo mensual es de 400 a 1000 dólares lo que significa que su sueldo podría o puede abastecer para realizar actividades turísticas, siguiendo con el 32 % donde constan estudiantes y amas de casa motivo por el cual dependen de sus parejas, el 14% que es el salario básico que no cubre para realizar otras actividades como por ejemplo el turismo.

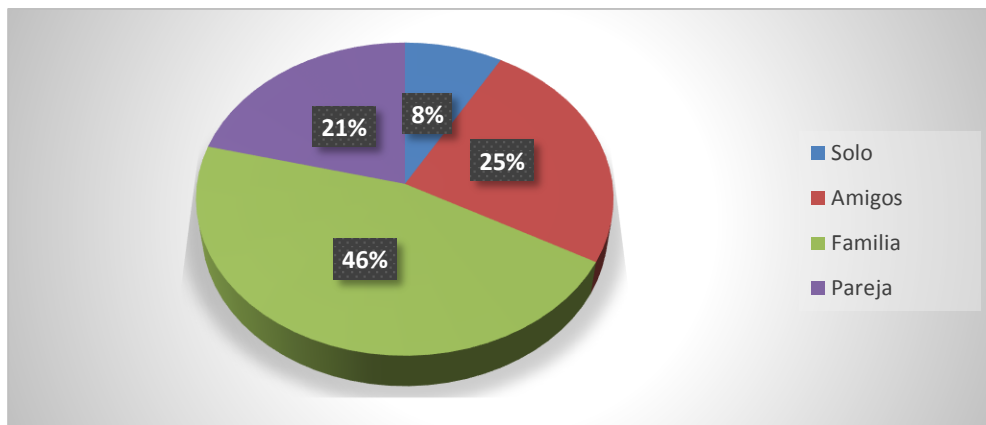
**Figura 9.** *¿Nivel de estudios?*



Según la información que se obtuvo de las encuestas el 40 % son personas que tienen estudios de tercer nivel, posteriormente el 37% bachillerato, seguidamente el 17 % son técnicos y finalmente el 3 % equivale a estudios realizados de cuarto nivel y educación básica, en base a los resultados se puede definir que la mayoría que realiza salidas a

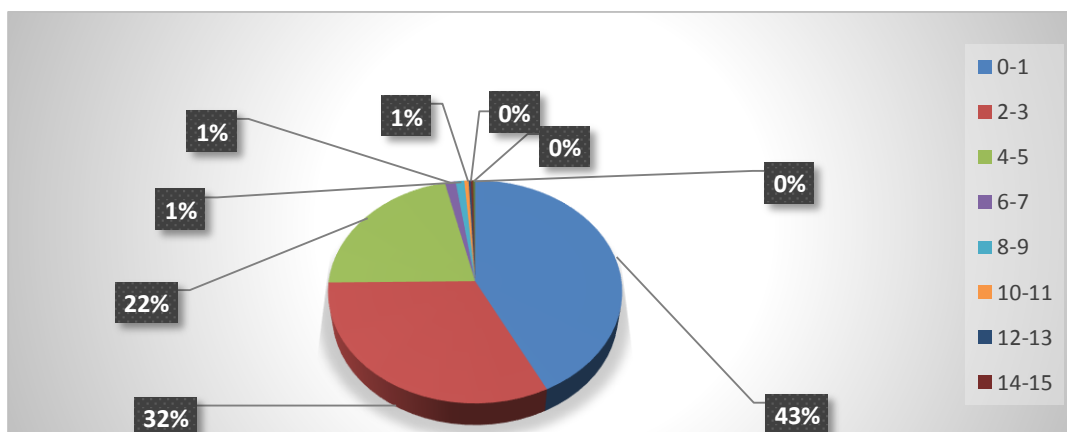
estos lugares son personas que tienen un nivel de estudio universitario lo que indica que tienen posibilidades económicas para así generar ingresos en el sector turístico.

**Figura 10.** *¿Con quién viaja?*



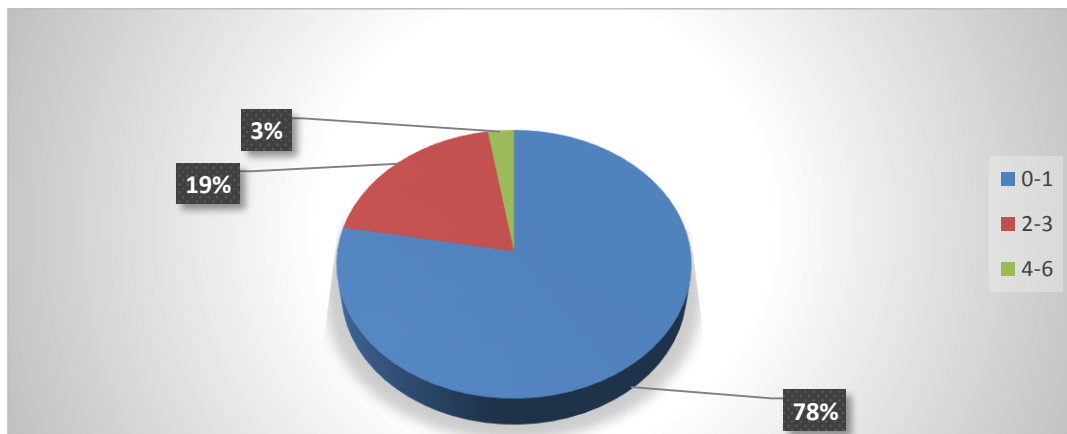
El 46 % de turistas viajan en familia, 25 % con amigos seguidamente el 21 % en pareja y como último el 8 % solos, significa que deciden viajar en familia motivo por el cual buscan conocer destinos turísticos y compartir tiempo con toda la familia razón porque se encuentran trabajando o estudiando, mientras tanto que otras personas organizan viajes en grupo de amigos, pareja e incluso solos para realizar varias actividades turísticas además por diversión y reducir los gastos.

**Figura 11.** *¿Cuántos mayores de 16 años?*



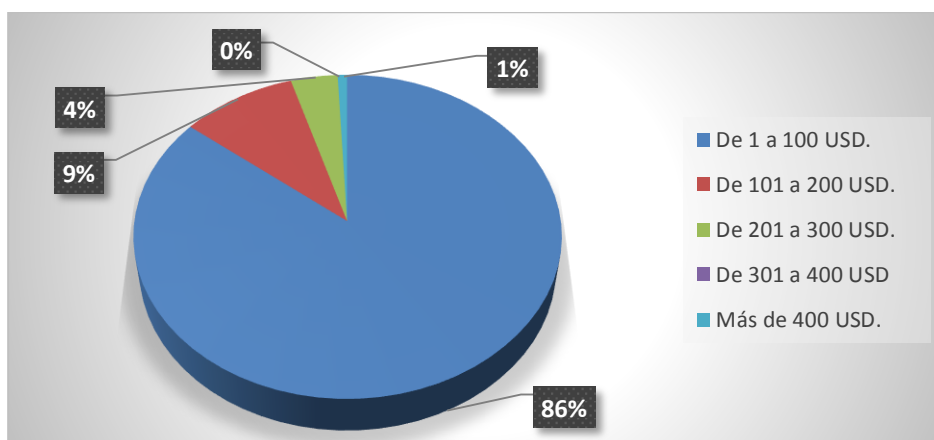
De los 385 encuestados se puede apreciar que el 43 % de los turistas que visitan el cantón, viajan en grupos de 8 a 9 personas, eso significa que viajan en grupos grandes para reducir gastos y seguidamente el 32 % viajan de 2 a 3 turistas, posteriormente el 22 % con un grupo de 4 a 5 personas.

**Figura 12.** *¿Cuántos menores de 16 años?*



El 78 % de turistas prefieren viajar con una sola persona que son menores para evitar gastos altos ya que el 19% de los turistas viaja a determinados lugares de 2 a 3 personas considerando así el 3% que lo hacen en pequeños grupos de 4 a 6 personas por su seguridad

**Figura 13.** *¿Cuánto estimo gastar o gastó durante su visita al cantón?*

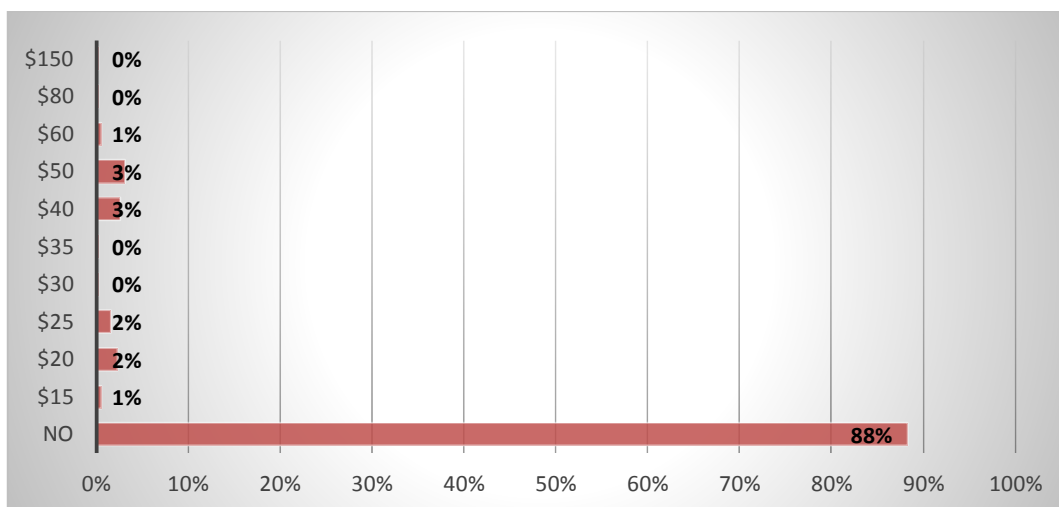


El 86 % de gasto durante la visita al cantón es de 1 a 100 dólares, posteriormente el 9 % con 101 a 200 dólares y el 4 % con más de 200 dólares, los gastos utilizados se reparten en los servicios que se requiere en un viaje como alimentación, hospedaje, transporte y otras actividades extras.

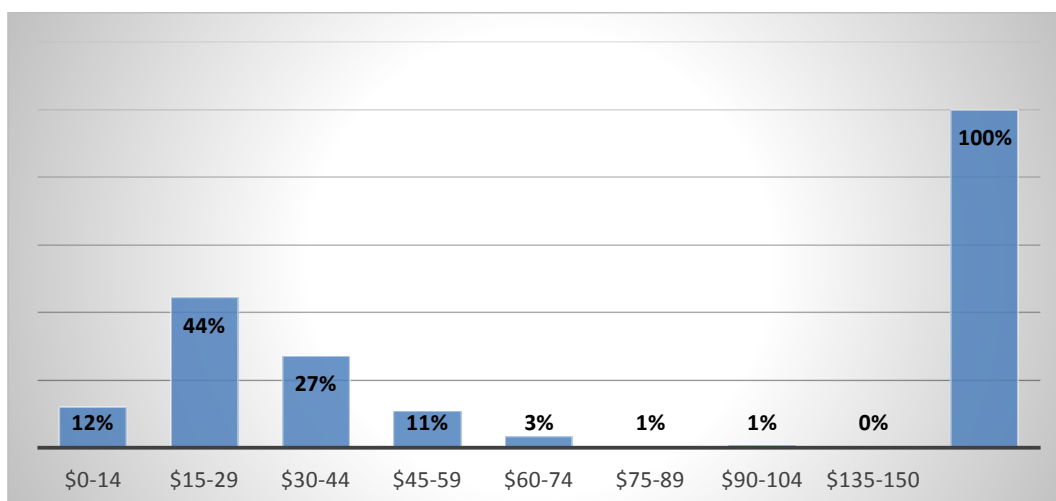
¿Qué porcentaje de gasto destino para?

Los datos obtenidos de las personas encuestadas se pueden evidenciar que los turistas separan su dinero para lo siguiente como alojamiento, alimentación, transporte y otros.

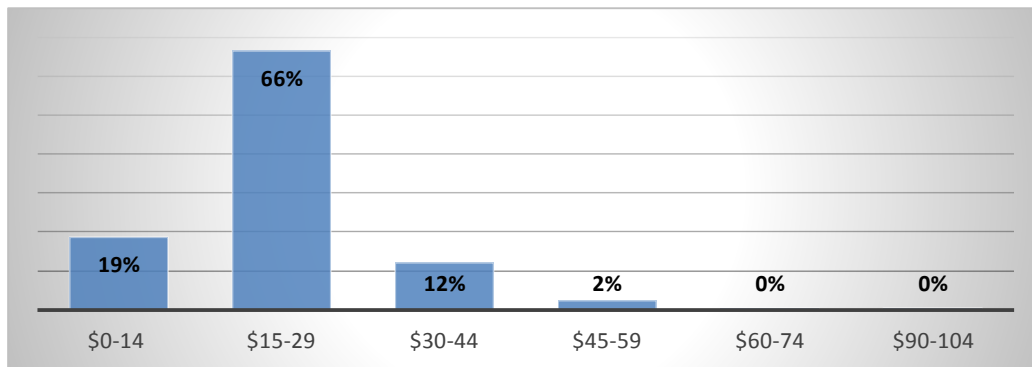


**Figura 14.** *¿Alojamiento?*

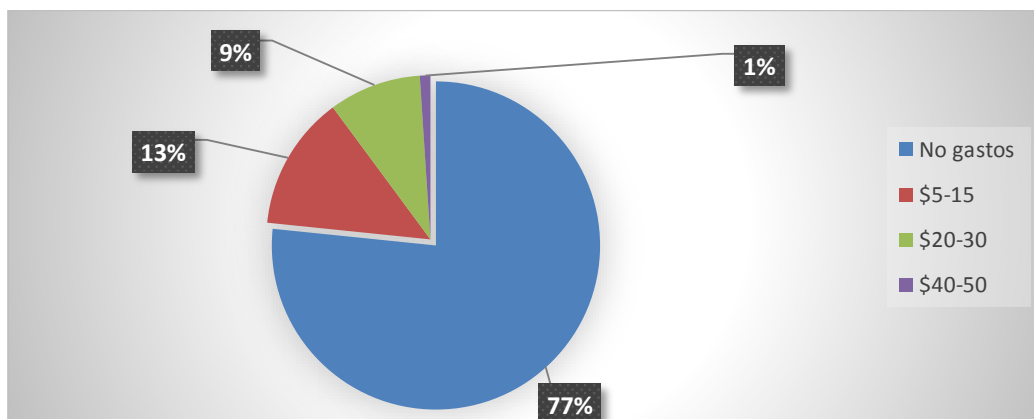
Las personas que visitan el cantón el porcentaje es el 3 %, 2 % y 1 % son personas que invierten en el alojamiento razón por la cual su estadía es de dos días y el valor es de \$ 50 a \$ 20, y el 88 % deciden no alojarse porque su visita es de un día al lugar.

**Figura 15.** *¿Alimentación?*

En la alimentación el porcentaje es el 44 % invierten el valor de 15 a 29 USD, razón por la cual pueden estar acompañados en pareja o amigos, posteriormente el 27 % invierten en un valor de 30 a 44 dólares motivo por el cual viajan en familia y el valor del alimento tiene un precio alto y los demás porcentajes pueden estar en gastos grandes razón por la cual viajan en grupos grandes ya que pueden ser de una agencia de viajes o tour operadas.

**Figura 16.** *¿Transporte?*

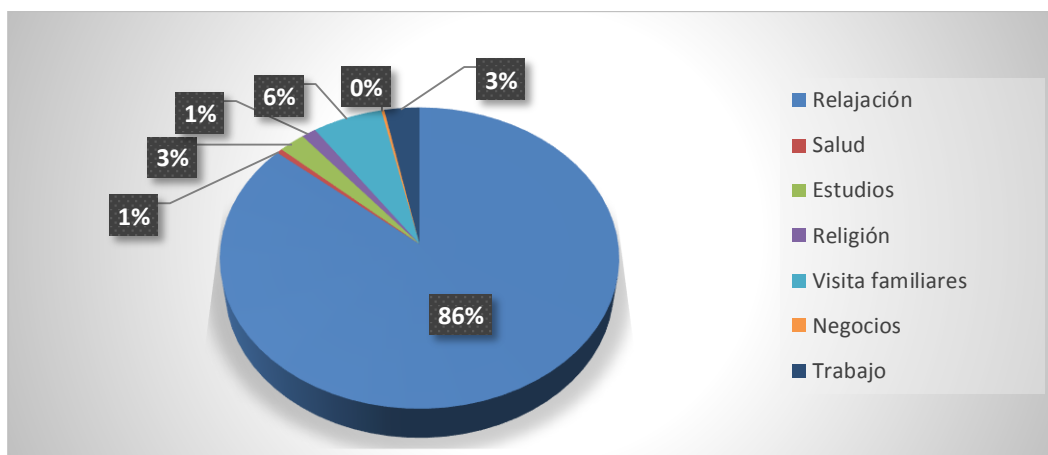
Se puede evidenciar que en el transporte el mayor porcentaje es el 66 % con un rango de \$ 15 a \$ 29 por el precio del combustible, los aditivos y peajes ya que varios turistas viajan de diferentes ciudades.

**Figura 17.** *¿Otros?*

De los valores se puede evidenciar que el 13 %, 9 % y 1 % es de \$5 a \$50 sus gastos son en artesanías, vestimenta para la comodidad del visitante por lo tanto visitan como laguna del Quilotoa y el Parque Nacional, y otros gastos varios, el 77 % no realizan gastos porque planifican ya su salida con anticipación y deciden que implementos no as llevar.

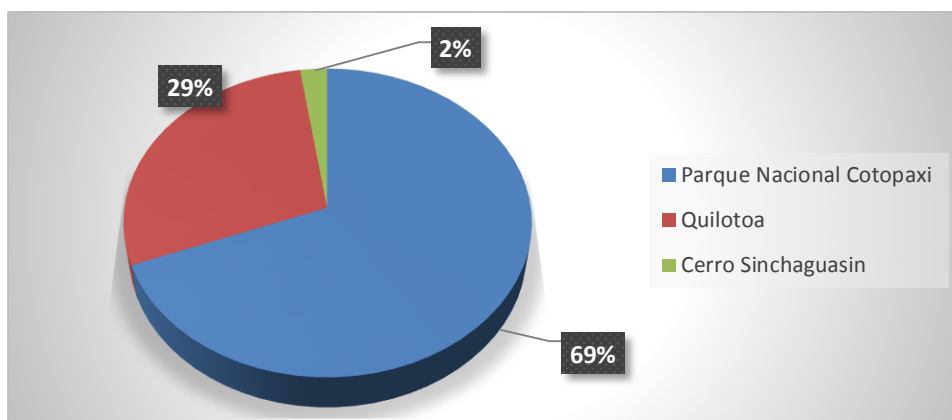
### 10.3 Variable de motivación

**Figura 18.** *¿Cuál fue el motivo de su viaje?*



Según los resultados de la encuesta la mayoría del porcentaje que es el 86 % viaja por relajación debidos al estrés del trabajo, congestión de la ciudad y actualmente la pandemia, posteriormente con el 6 % que viajan por visitar a sus familias además de liberarse del estrés de la ciudad quieren disfrutar de la naturaleza y pasar tiempo al aire libre, finalmente con el menor porcentaje del 1 % viajan por religión y salud.

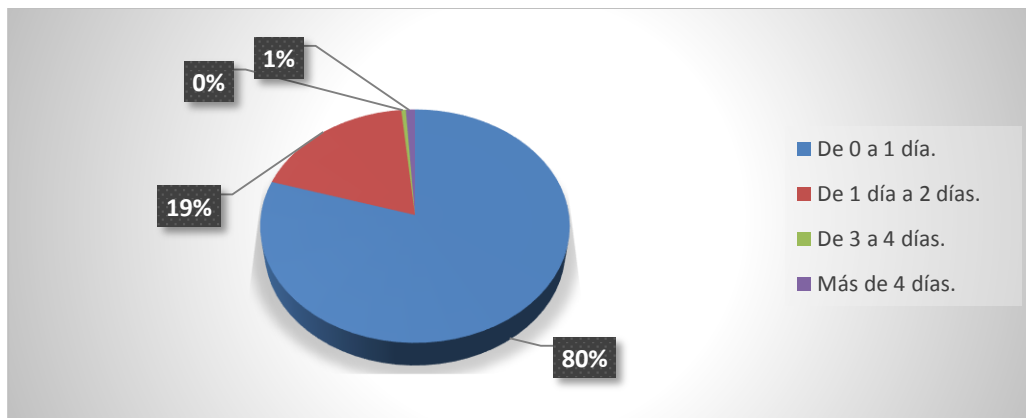
**Figura 19.** *¿Qué atracción turística le gusta más dentro de la provincia y el cantón?*



De los datos obtenidos durante la encuesta se pudo apreciar que el 69 % de turistas prefieren visitar el Parque Nacional Cotopaxi principalmente por su flora y fauna y otros recursos turísticos dentro del lugar y por los servicios que ofrecen, seguidamente con el 29 % la laguna del Quilotoa ya que prefieren el lugar por la belleza de laguna y las vistas panorámicas de la naturaleza y realizar actividades como fotografía, caminata, camping, kayak, finalmente con el 2 % de turistas eligen el Cerro Sinchaguasin razón

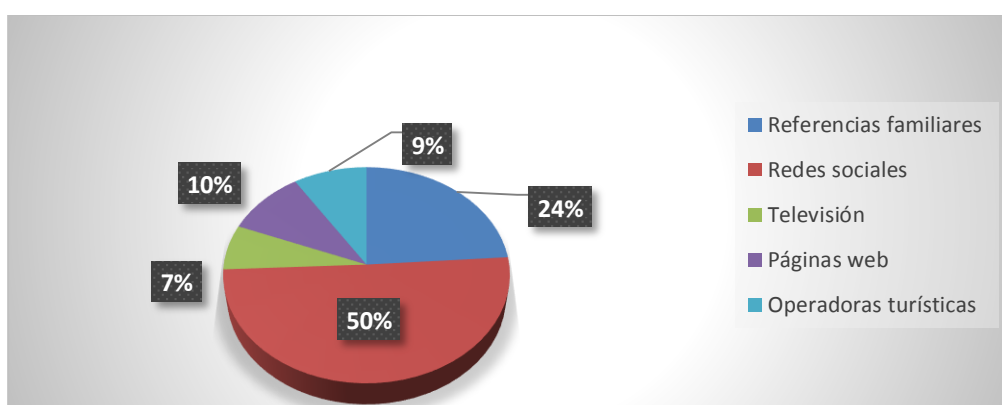
por la cual se puede realizar caminata y apreciar una vista del centro de Pujilí y sus parroquias aledañas.

**Figura 20.** *¿Que tiempo estimó para su visita al cantón?*



De los datos obtenidos de la encuesta el 80 % de los turistas permanecen en el lugar tan solo un día debido a las diferentes actividades que realizan diariamente ya sea labores de trabajo, estudios, comercio, como segundo porcentaje tenemos el 19 % y que permanecen de uno a dos días debido su a que su planificación es conocer más sobre el cantón y visitar varios atractivos turísticos donde requieren planta turística para satisfacer las necesidades del visitante.

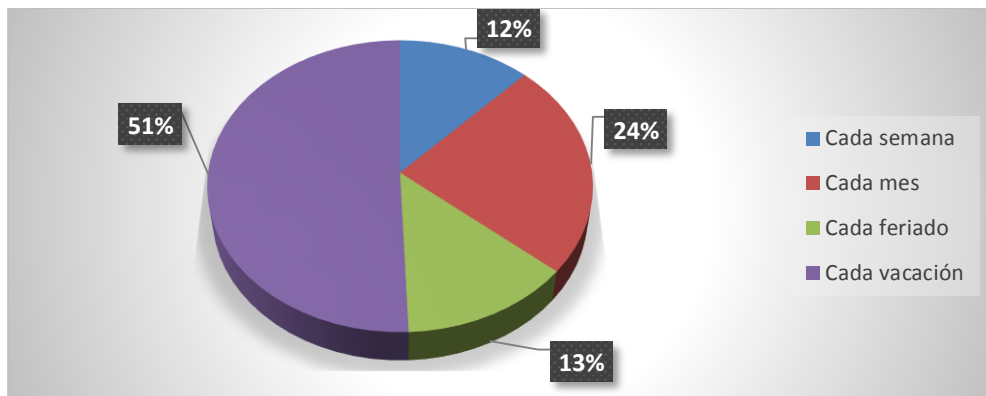
**Figura 21.** *¿A través de qué medios se informó sobre los atractivos turísticos del cantón?*



De las entrevistas realizadas a los turistas el mayor porcentaje es el 50 % donde menciona que las redes sociales es un medio beneficioso para poder conocer lugares que se promociona en el mismo, posteriormente con el 24 % conocen los sitios a través de referencias familiares finalmente entre el 10 %, 9% y 7 % los turistas deciden

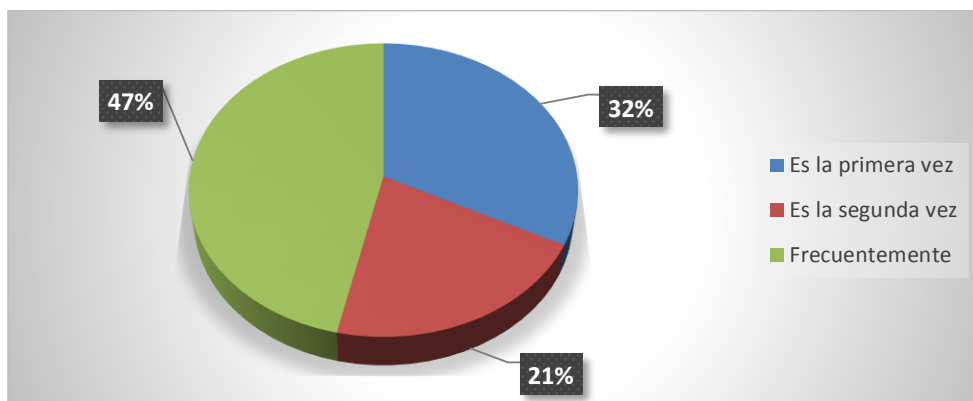
informarse a través de medios digitales con el propósito de obtener la información verídica de cada uno de los atractivos que deciden visitar.

**Figura 22.** *¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?*



El 51 % deciden realizar actividades turísticas en las vacaciones ya que se encuentran libres y se puede planificar de mejor manera la salida algunos días, seguidamente el 24 % que realiza turismo cada mes ya que reciben su salario mensual, finalmente el 13 % y el 12 % deciden viajar cada feriado o fin de semana.

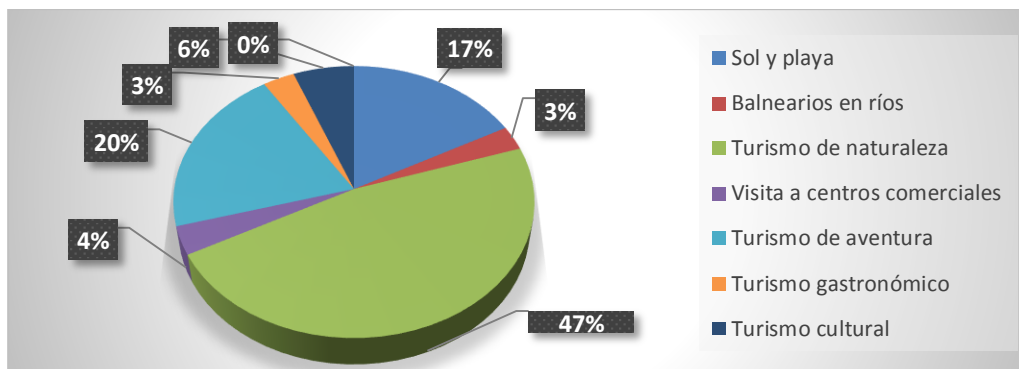
**Figura 23.** *¿Cuántas veces ha visitado el cantón?*



De los datos obtenidos de los encuestados el 47 % visita con frecuencia el cantón porque le agrada realizar turismo de naturaleza y por su lugar de procedencia se encuentra dentro de la provincia, el 32 % y el 21 % son personas que acuden por primera o segunda vez a visitar el lugar porque en los paquetes turísticos también se promociona el cantón siendo la laguna del Quilotoa que reside más visitas.

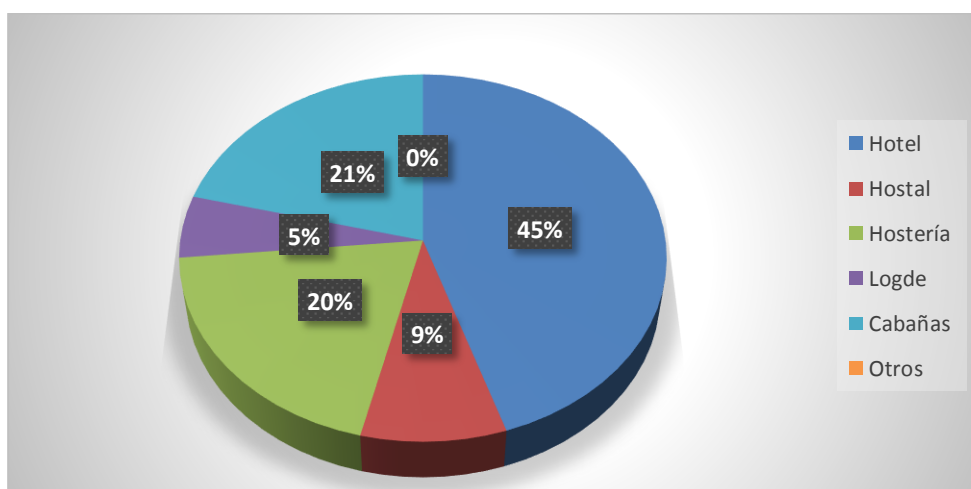
#### 10.4 Variable de preferencias.

**Figura 24.** ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?



De los 385 encuestados se puede evidenciar que el 47 % son personas que prefieren turismo de naturaleza razón por lo cual es una actividad donde el turista disfruta y se relaja realizando actividades en el medio natural, posteriormente con el 20 % les gusta el turismo de aventura con el propósito de realizar actividades con percepción de riesgo ya sea en aire, agua y tierra, luego el 17 % les gusta el turismo de sol y playa razón por su ambiente tranquilo y realizar actividades al confort del turista, finalmente el 6 %, prefieren el turismo cultural conocer sobre la historia del Ecuador especialmente personas adultas mayores, el 4 % prefieren realizar visita a centros comerciales, turismo gastronómico y balnearios en ríos.

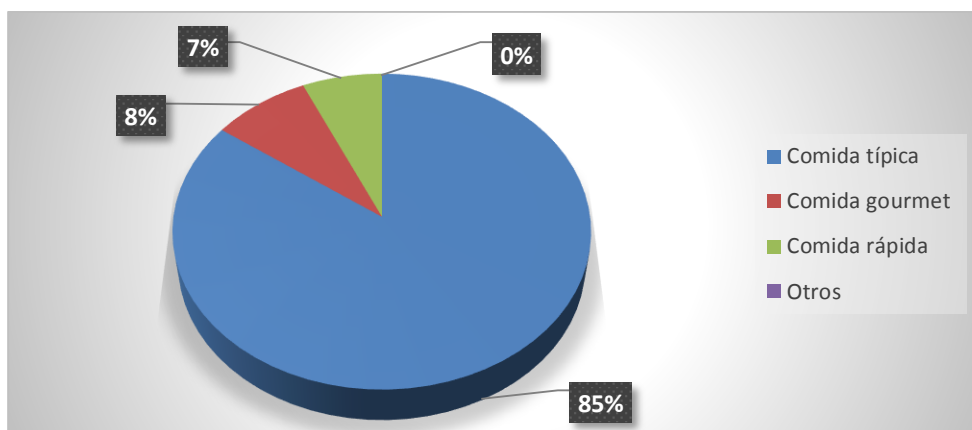
**Figura 25.** ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?



De los siguientes datos obtenidos de la encuesta el 45 % prefiere hospedarse en el hotel razón por la cual cuenta con toda la infraestructura, servicios turísticos y al confort del

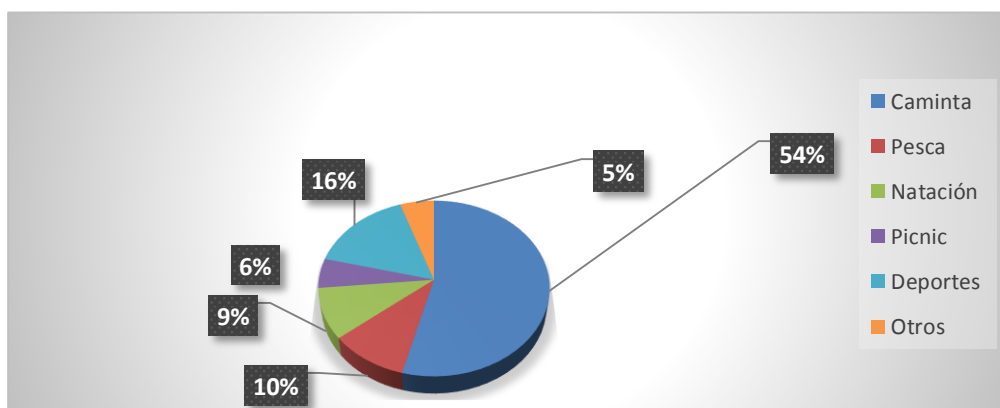
turista, el 21 % 20 % prefieren alojarse en las cabañas y hosterías con el propósito de reducir gastos y sentirse como en casa, finalmente el 9 % y el 5 % prefieren hostel y logde.

**Figura 26.** *¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?*



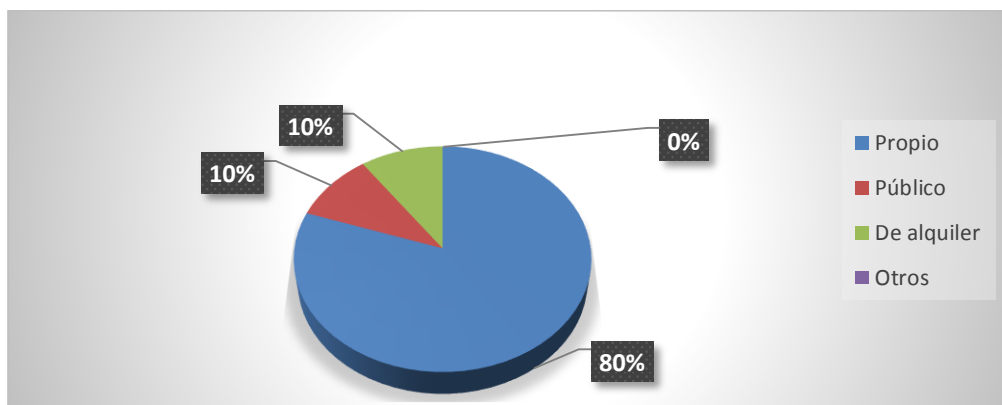
El 85 % prefiere alimentarse de comida típica eso significa que el turista que visita el cantón prefiere degustar otro tipo de alimentación con diferente preparación y diferentes productos como mariscos, carne de res, pollo criollo y productos orgánicos, el 8 % prefieren comida gourmet eso significa que las preparaciones son elaboradas con ingredientes exquisitamente seleccionados con exhaustivos cuidados de higiene y elaborados por personas de experiencia en alta cocina, el 7 % deseen comida rápida por el mismo hecho de que tal vez su estancia en el cantón es corta.

**Figura 27.** *¿Seleccione la actividad turística que más le guste hacer cuando hace turismo?*



De los datos obtenidos de la aplicación se puede evidenciar que el 54 % prefiere caminar razón por la cual eligen actividades de senderismo para observar flora fauna en su entorno, el 16 % dicen realizar deportes ya sea en espacios abiertos como en parques gimnasios entre otros, el 10 % decide realizar pesca una actividad divertida, finalmente el 9 %, 6 % y 5 % prefieren practicar natación, picnic y otros.

**Figura 28.** *¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar de turismo?*



Los turistas dicen utilizar transporte propio con un porcentaje del 80 % ya que es más cómodo para viajar y se puede realizar cualquier para técnica sin ningún tipo de tiempo límite el 10 % prefiere usar transporte público y de alquiler eso significa que no la mayoría cuenta con transporte propio para poder realizar cualquier diligencia y de alquiler realizan las personas que invierten en un tour.

### 10.5 Variable de interés.

Perfil de la demanda turística del cantón Pujilí.

En el cantón Pujilí es un lugar encantador por su historia por sus asentamientos panzaleos, y por los atractivos naturales del lugar, Para definir el perfil de la demanda turística del cantón sea a resumido los datos obtenidos en las cuatro variables de caracterización (Demográficas, socioeconómicas, motivación y preferencias) teniendo así; que los turistas que más visitan el cantón Pujilí son hombres con un porcentaje de 53 % y mujeres y con un porcentaje de 47 %, son de nacionalidad ecuatoriana el 97 % y el 3 % de turistas extranjeros, el promedio de edad es de 28 años hasta los 32 años de edad, seguidamente el estado civil con un porcentaje de 59 % de personas solteras, la situación laboral de los turistas el mayor nivel es de 33 % de empleados público y el 31 % empleado privado.



En las características socioeconómicas se visualizó que el nivel de ingreso es de 400 a 100 dólares con un nivel del 46 %, el nivel de estudios de turistas son personas con título de tercer nivel con un porcentaje del 46 %, las personas viajan en grupos de familia con un porcentaje del 46 %, según sus gastos invertidos en la visita al cantón es de 1 a 100 dólares con un porcentaje del 86 %.

En la variable de motivación se puede visualizar que el motivo de viaje de las personas es de relajación con un porcentaje del 86 %, atracción turística que más les gusta de la provincia de Cotopaxi y el cantón Pujilí con el 69 % el Parque Nacional Cotopaxi y el 29 % la laguna del Quilotoa, el tiempo que el turista estima la visita al cantón es de 0 a 1 día con un porcentaje del 80 %, los turistas conocen el lugar a través de redes sociales con un porcentaje del 50 % y el 24 % por referencias familiares, los visitantes realizan actividades turistas cada vacación con el 51 % y cada mes con el 24 %, las veces que han visitado con el 46 % frecuentemente, y el 32 % por primera vez.

En la variable de preferencias se puede observar que el tipo de turismo que prefieren es el de naturaleza con el 47 % y con el 20 % turismo de aventura, el tipo de hospedaje que utilizan el hotel con un 45 % y las hosterías con el 21 % y cabañas con un 20 %, la alimentación que consume cuando hace turismo es comida típica con el 85 % y el 8 % de comida gourmet, actividad turística que más les gusta es la caminata con el 54 % y las demás actividades como; deportes, pesca y natación y el tipo de transporte que prefieren es propio con un porcentaje del 80 % y seguidamente el de transporte de alquiler y público con un 10 %.

## **10.6 Turistas Locales**

### **10.6.1 Locales**

El perfil del turista local, el que visita el cantón Pujilí son personas que pertenecen a las parroquias del cantón y seguidamente las personas vecinas, como Saquisilí, Latacunga, Sigchos, Toacaso, La Maná.

De acorde a los datos estimados se representa en la siguiente tabla.

**Tabla 6.** *Estimación de los excursionistas de la demanda turística real del Cantón Pujilí.*

<b>Turistas locales</b>			
		Porcentaje	
<b>Datos</b>	Desv. S	32,76	
<b>113</b>	Raíz M	10,36	
	Promedio	57	
	Error Standar	3,08	
	N.C. 95 %	1,96	
	Limite I.	50,96	45,09
	Limite S.	63,04	55,78

De los 385 encuestados se puede estimar a los excursionistas o visitantes locales de la demanda turística del cantón Pujilí entre el 45,09 % y 55,78 %, eso quiere decir que los habitantes del sector se están animando frecuentemente a visitar sus propios atractivos turísticos aún en tiempos de pandemia, y deberían ser tomados en cuenta a la hora de la planificación de la reactivación turística del país.

### 10.7 Turista Nacional o Provincial

Acorde a los datos obtenidos se representa la siguiente tabla de estimación:

**Tabla 7.** *Estimación de los turistas nacionales de la demanda turística real del cantón Pujilí.*

<b>Turistas regional provincial</b>			
		Porcentaje	
Datos	Desviación. S	75,78	
<b>262</b>	Raíz Muestra	16,19	
	Promedio	131,5	
	Error estándar	4,68	
	N.C. 95 %	1,96	
	Límite Inferior.	122,32	46,68
	Limite Superior.	140,68	53,69

Los turistas nacionales que visitan el cantón es el que viene de otras provincias en temporadas de vacaciones y temporadas altas y festivas su estancia varia en corta y larga razón por la cual prefieren actividades recreativas y divertidas.

De la demanda turística que visita el cantón Pujilí los turistas nacionales representan desde el 46,68 % hasta el 53,69 % eso quiere decir que actualmente la demanda turística del cantón Pujilí se encuentra integrada en su mayoría absoluta por turistas nacionales y excursionistas.

### 10.8 Turistas Internacionales

**Tabla 8.** *Turistas internacionales*

Turísticas Internacionales			Porcentaje
<b>Datos</b>	Desv. S	3,03	
<b>10</b>	Raíz M	1,73	
	Promedio	5,5	
	Error estándar	1,7	
	N.C. 95 %	1,96	
	Limite I.	2,07	0,54
	Limite S.	8,93	2,32

Los turistas internacionales realizan visitas largas conociendo todo a su alrededor e invirtiendo una cantidad grande para el desplazamiento a otros lugres y según lo planificado prefieren contratar a una agencia de viajes para organizar sus tours de una mejor manera y de una experiencia inolvidable.

De los datos obtenidos de la demanda turística del cantón Pujilí se pudo evidenciar que los turistas internacionales que visitan el lugar va desde el 0,54 % y el mayor porcentaje es de 2, 32 % eso quiere decir que aún no se reactiva el turismo de masa internacional debido a la pandemia actual que se viene desarrollando a nivel mundial y por esa razón hay poca afluencia de turistas extranjeros.

## **11 Impactos**

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

### **11.1 Impactos económicos**

Positivos

- Económicamente el estudio del perfil turista del cantón ha sido de gran beneficio para los sectores turísticos ya que a través de la encuesta se pudo evidenciar que prefieren realizar turismo de naturaleza así mismo prefieren consumir la alimentación típica eso ayudara al desarrollo económico del lugar y crear fuentes de trabajo e incrementar la demanda turística del visitante con varios proyectos alternos.

Negativos

- No toda la población son beneficiarios de proyectos turísticos.
- Desigualdad de ingresos económicos.
- Desinterés por parte de la población de no querer trabajar en el ámbito turístico, ya que cierta parte de los habitantes se dedican a la agricultura.

### **11.2 Impactos sociales**

Positivos

- El cantón posee atractivos naturales y culturales de gran importancia y reconocida a nivel provincial.
- La convivencia de turistas nacionales y extranjeros con los pobladores en el sector turístico.
- Revitalizar las costumbres y tradiciones de los sectores aledaños al cantón para dar a conocer a los visitantes ya que Pujilí es un lugar mágico.

Negativos

- Falta de estudios a la población pujilense, desconocen de lo propio del lugar.

- Perdida del idioma nativo Kichwa.
- Las personas no están preparadas para atención al cliente.

### **11.3 Impactos ambientales**

#### Positivos

- Fomentar charlas de concientización y cuidado ambiental especialmente a los adolescentes, jóvenes, adultos.
- Con la actividad turística se podrá conservar el medio ambiente ya que se planteará estrategias de turismo sostenible.

#### Negativos

- La falta de perfil turístico o información de varios sectores turísticos de cantón Pujilí
- El desarrollo urbano no integrado en el entorno.
- No exista la información requerida como el clima el tiempo y el desarrollo de uso no compatibles en el espacio.

## 12 Presupuesto

**Tabla 9.** *Presupuesto para la elaboración del proyecto.*

Recursos	Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Equipos	Laptop	1	600	600.00
	Impresora	1	300	300.00
Transporte y salida de campo	Movilización	50	50	50.00
Materiales y suministros	Cuadernos	1	2.80	2,80
	Esferos	5	0,75	3,75
	Carpeta	3	0,50	1,50
Material bibliográfico y fotocopias	Hojas de papel boom	1	5	5.00
Otros recursos	Internet	1	30,00	30.00
Gastos varios	Alimentación	10	5	50.00
Subtotal				1043,05

### 13 Conclusión

En base a la recopilación de la información se pudo concluir que:

- Se recopiló toda la información necesaria a través del diseño del estudio descriptivo en el levantamiento de información turística del cantón Pujilí, los cuales fueron obtenidas mediante el internet, de páginas certificadas, PDYT, repositorios de tesis, revistas científica y actuales en base a los conceptos del marco teórico para un buen entendimiento del proyecto.
- Se aplicó correctamente la encuesta para caracterizar la demanda turística que visita el cantón, así desarrollando en las fechas establecidas en el cronograma de actividades y las salidas de campo, obteniendo la información en los atractivos seleccionados mediante el inventario de atractivos turístico y jerarquización, para la recolección de datos, de las 385 muestras válidas se logró cumplir los resultados de manera verídica y eficaz evidenciando así las principales características corrientes del perfil del turista, una vez adquirida toda la información se procedió a pasar los datos al programa SPSS para su respectiva tabulación.
- Se definió el perfil de la demanda turística obteniendo la información de los encuestados a través de la metodología aplicada con la técnica de la encuesta, verificando así los porcentajes del límite inferior y límite superior utilizando la fórmula para estimar parámetros de la población por intervalos de confianza, la mayor demanda turística son de turistas nacionales con un mayor porcentaje del 53 % y siendo el menor porcentaje el 46,68 %, definiendo así los turistas que más visitan el cantón son de género masculino con un porcentaje del 53 % y el 47 % femenino, determinando la nacionalidad con un porcentaje del 97 % siendo la mayor parte ecuatorianos y el 3 % son personas extranjeras, llegando a establecer que el 86 % de turistas viajan por relajación, y el 47 % por practicar actividades turísticas de naturaleza y el 20 % aventura, razón por la cual el 54 % optan por caminar y posteriormente el 80 % prefieren viajar en transporte propio.

#### **1.4 Recomendaciones**

- Se recomienda a la población de Pujilí mediante esta investigación tomar en cuenta cuáles son las necesidades del turista para mejorar algunos aspectos sociales, económicos, ambientales y las características en los servicios de, alojamiento, restauración y transporte.
- Los datos analizados en la investigación los turistas prefieren realizar varias actividades, como turismo de naturaleza, aventura, cultural, gastronómico, por parte de los pobladores no hay mucha intervención desconocen del lugar, por esa razón se desea impulsar a crear nuevas formas de turismo, proyectos turísticos viables con el fin de conocer que tipos de turistas visitan el cantón.
- Se recomienda a las entidades que realicen publicidad a través de medios digitales, expo ferias de los atractivos turísticos naturales y culturales que haya más demanda turística, un punto de información turística, mejorar en el área de planta turística, y otros servicios que ofrece el cantón.



## 15 Referencias

- Aguilar, V., Rivas, H., & Gonzáles, R. (2008). GLOSARIO DE TERMINOS TECNICOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA HABITUALMENTE EMPLEADOS EN CHILE. *SERNATUR*(1), 1-67. Obtenido de [https://web.archive.org/web/20160221225817/http://www.fedetur.org/otros\\_estudios\\_y\\_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf](https://web.archive.org/web/20160221225817/http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf)
- Arroyo, A. (2015). Perfil del turista que visita la Isla Santay. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Casa Grande, Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/742/1/Tesis996ARRp.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>
- Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Revista Colombiana de geografía*(17), 1-9. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/view/10925/11523>
- Boullón, R. (2006). Planificación del espacio turístico. *Trillas Turismo*(158), 1-250. Obtenido de <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico/obertoc.boullon.pdf>
- Bringas, N., & Ojeda, L. (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía, sociedad y territorio, II*(7), 1-20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/111/11100701.pdf>
- Cabrero, C. (2013). Turismo de negocios. (*Tesis, Licenciatura*). Universidad Abierta Interamericana, Buenos Aires. Obtenido de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC113828.pdf>
- Calvopiña, S. (2010). Diagnóstico situacional de los atractivos turísticos, naturales y culturales del catón Pujilí. (*Monografía de licenciatura*). Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito. Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13604/1/40873\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13604/1/40873_1.pdf)
- Carrera, A. (2018). Estudio del comportamiento de la demanda turística nacional e internacional de la provincia de Napo. (*Tesis, Licenciado en Turismo Ecológico*). Universidad Central del Ecuador, Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17508/1/T-UCE-0004-CAG-051.pdf>
- Ciribeli, J., & Miquelito, S. (2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques Psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Visión de Turismo, I*(19), 1-19. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357938586002.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador [Const.]. (2008). *Art 452*. Decreto Legislativo 0. Obtenido de <https://www.cosedec.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Duemet, N., & Yáñez, Á. (2014). Estrategias para desarrollar el agroturismo en la represa Sixto Durán Manabí Ecuador. *Español Ciencia, 5*(1), 1-9. Obtenido de [http://190.15.136.171:4786/index.php/Revista\\_ESPAMCIENCIA/article/view/79/64](http://190.15.136.171:4786/index.php/Revista_ESPAMCIENCIA/article/view/79/64)
- Feliu, J. (2019). El turismo de negocios como tipología turística. (*Tesis, Economista*). Universitat de les Illes Balears, Alemania. Obtenido de [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/154386/Feliu\\_Fuster\\_JuanCarlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/154386/Feliu_Fuster_JuanCarlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García, A. (Enero de 2003). El turismo cultural y el de sol y playa: ¿sustitutivos o complementarios? *Researchgate*, 1-11. Obtenido de [file:///C:/Users/Usseer/Downloads/El\\_turismo\\_cultural\\_y\\_el\\_de\\_sol\\_y\\_playa\\_sustitutivos%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usseer/Downloads/El_turismo_cultural_y_el_de_sol_y_playa_sustitutivos%20(1).pdf)
- Gurria, M. (1997). Corrientes Turísticas. *Introducción 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>
- Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). Teoría general del turismo: un enfoque global y nacional. En *Teoría general del turismo: un enfoque global y nacional* (págs. 1-270). Mexico. Obtenido de [http://uabcs.mx/difusion2017/files/libros/pdf/184\\_20160908023838.pdf](http://uabcs.mx/difusion2017/files/libros/pdf/184_20160908023838.pdf)
- Lanlangui, J., Espinoza, C., & Pérez, M. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 9(1), 1-6. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>
- Ley de Turismo. (2014, 29 de diciembre). Ley 97. LEXIS. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Llumiangua, L. (2016). Creación de una marca turística para el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. (*Tesis, Licenciatura*). Universidad Central del Ecuador, Quito.
- Lozada, A. (2018). El turismo de aventura como alternativa de producto turístico para el Parque Nacional De San Andrés Cutervo. (*Tesis, Licenciado en Turismo y Negocios*). Universidad Señor de Sipán, Perú. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5417/Lozada%20Matta%20Ana%20Paula.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- 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/>
- Martínez, V. (Noviembre de 2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Researchgate*, 193, 1-14. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/320882633\\_El\\_turismo\\_de\\_naturaleza\\_un\\_producto\\_turistico\\_sostenible](https://www.researchgate.net/publication/320882633_El_turismo_de_naturaleza_un_producto_turistico_sostenible)
- 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](https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/171030_161014_E.pdf)
- Milano, C. (2018). Tendencias en viajes: live like a local saturación turística. *Centro de Investigación, Divulgación e Innovación Turística de Ostelea*, 1-36. Obtenido de [https://www.ostelea.com/sites/default/files/2020-05/Tendencias%20en%20Viajes%20y%20Saturaci%C3%B3n%20Tur%C3%ADstica\\_Ostelea.pdf](https://www.ostelea.com/sites/default/files/2020-05/Tendencias%20en%20Viajes%20y%20Saturaci%C3%B3n%20Tur%C3%ADstica_Ostelea.pdf)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). *Informe de tendencias globales en consumo, tecnología y turismo 2019*. 1Euromonitor Internacional. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf>
- Navarrete, M., & Muñoz, C. (2018). Turismo Gastonómico: sabor y tradición. *Patrimonio y Turismo*, 1(3), 1-18. Obtenido de <file:///C:/Users/Usser/Downloads/Dialnet-TurismoGastronomico-7400807.pdf>
- Nina, J. (s.f de Diciembre de 2014). Diseño de una guía de turismo cultural para el fortalecimiento de las actividades turísticas del cantón Guano. (*Tesis, Ingeniería en Dirección y Administración en Empresas Turísticas y Hoteleras*). Universidad Autónoma Regional De Los Andes, Riobamba. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2039/1/TURTYH009-2014.pdf>
- OMT. (2019). *Definiciones de turismo*. Recuperado el 23 de Mayo de 2021, de OMT\_MADRID: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Organización Mundial del Turismo. (2010). Cuenta satélite de turismo: 2008. *Asuntos económicos y sociales*(80), 1-129. Obtenido de [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF\\_80rev1s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1s.pdf)
- Ortiz, P. (12 de Diciembre de 2019). El Turismo de sol y playa: Impacto turístico en los ecosistemas de la comuna Ayangue, para mejorar la gestión de la actividad turística en la provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 6(2), 82-90.

- Obtenido de  
<https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/494/447>
- Parra, J. (s.f de Septiembre de 2020). Pandemia y pobreza. *Margen N° 98(98)*, 2. Obtenido de  
<https://www.margen.org/suscri/margen98/tapa98.pdf>
- Pat, L., & Calderón, G. (08 de Diciembre de 2012). *Carectarizacion del perfil turistico en un destino emergente caso estudio de Ciudad del Carmen, Campeche, Mexico*. Recuperado el 07 de Junio de 2021, de Reladyc:  
<https://www.redalyc.org/pdf/2233/223326490002.pdf>
- Quintana, D. (2014). El turismo de avenura y cicloruta en las comunidades de Yahuarcocha y Sn Jorge Bajo. (*Proeycto, Maestría*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7391/1/FCHE-MGPE-1081.pdf>
- Rebollo, N. (2012). Ecoturismo. *Red tercer milenio*, 8, 1-106. Obtenido de  
[http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Ecoturismo.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Ecoturismo.pdf)
- Reglamento General a la Ley de Turismo. (2004, 05 de enero). *Decreto Ejecutivo 1186*. LEXIS. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Riveros, H., & Blanco, M. (S.f de Junio de 2003). *EL AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA PARA REVALORIZAR LA AGROINDUSTRIA RURAL COMO MECANISMO DE DESARROLLO LOCAL*. Obtenido de Untitled Document:  
[http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20\(Hernando%20Riveros\).pdf](http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20(Hernando%20Riveros).pdf)
- Salazar, F. (18 de Junio de 2020). *revista gestion*. Recuperado el 25 de Mayo de 2021, de perfil del turista nacional: <https://revistagestion.ec/cifras/perfil-del-turista-nacional>
- Sandy, B. (2017). Identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la comuna San Pedro. (*Tesis, Licenciatura*). Universidad Estatal "Península de Santa Elena", La Libertad. Obtenido de  
<https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4124/UPSE-THT-2017-0004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Serrano, H., Zarza, M., & Serrano, C. (Julio/Diciembre de 2013). Turismo cultural, transiciones en términos de género y su prospectiva. *El Periplo Sustentable*, 25, 1-24. Obtenido de [file:///C:/Users/Usse/Downloads/Dialnet-TurismoCulturalTransicionesEnTerminosDeGeneroYSuPr-4549404%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usse/Downloads/Dialnet-TurismoCulturalTransicionesEnTerminosDeGeneroYSuPr-4549404%20(2).pdf)
- Socatelli, M. (s.f de Noviembre de 2013). *intermark*. Recuperado el 23 de Mayo de 2021, de mercadeo\_demanda turística:  
<https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Sumba, Y., Saltos, G., Rodríguez, C., & Tumbaco, Z. (2020). El desempleo en el ecuador: causas y consecuencias. *Polo del Conocimiento*, 5(10), 1-24. Obtenido de [file:///C:/Users/Usse/Downloads/Dialnet-ElDesempleoEnElEcuador-7659441%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usse/Downloads/Dialnet-ElDesempleoEnElEcuador-7659441%20(1).pdf)
- Vanegas, G. (2006). Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible. (*Monografía, Especialista*). Universidad de Antioquia, Medellín. Obtenido de <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>
- Vásquez, G., Morales, E., & Pérez, L. (2013). Turismo Gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía: Situación actual. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles(65)*, 1-26. Obtenido de <file:///C:/Users/Usse/Downloads/Dialnet-TurismoGastronomicoDenominacionesDeOrigenYDesarrol-4756706.pdf>
- Villasante, W. (24 de Noviembre de 2016). Turismo. *Asesores en Turismo Perú*. Obtenido de Asesoramientoturismoperu:  
<https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

## 16 Apéndices

### 16.1 Apéndice 1.- Aval de traducción 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 año idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: “**ESTUDIO DEL PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2021**” presentado por: **FATIMA ELIZABETH ANALUISA PUCO**, egresada de la Carrera de: **Ecoturismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta gramatical del Idioma.

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

Latacunga, Agosto del 2021

Atentamente,

**Msc. Erika Cecilia Borja Salazar**  
**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS – UTC**  
**CI: 0502161094**

## 16.2 Apéndice 2. Hoja de vida del equipo de investigadores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE****DATOS PERSONALES****APELLIDOS:** Abarca Zaquinaula**NOMBRES:** Manuel Antonio**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1103989669**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** 04/01/1982**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Latacunga; Quito y Rumiñahui**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 072578867**TELÉFONO CELULAR:** 0991975168**EMAIL INSTITUCIONAL:** manuel.abarca9669@utc.edu.ec**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	Licenciado En Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.	23-11-2010	1031-10-1027804
CUARTO	Magister En Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales	28-04-2015	032-15-86069277

**PUBLICACIONES RECIENTES**

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

**HISTORIAL PROFESIONAL****FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA:** Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Turismo**ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:** Servicios: 81 Servicios personales.**PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC:** Enero 2019

-----

**FIRMA**

**16.3 Apéndice 3. Currículo vitae del autor.**
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE**
**DATOS PERSONALES****APELLIDOS:** Analuisa Puco**NOMBRES:** Fatima Elizabeth**ESTADO CIVIL:** Soltera**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 0503898629**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** Latacunga 28/08/1996**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Entrada al Parque Nacional Cotopaxi- Barrio Santa Rita.**TELÉFONO CELULAR:** 0992829017**EMAIL INSTITUCIONAL:** Fatima.analuisa8629@utc.edu.ec**TIPO DE DISCAPACIDAD:** N/A**2. ESTUDIOS REALIZADOS**

<b>NIVEL</b>	<b>TITULO OBTENIDO</b>
<b>Primaria</b>	Escuela Fiscal Mixta Aglomerados Cotopaxi
<b>Secundaria</b>	Colegio de Bachillerato Técnico Luis Ruiz
<b>Tercer Nivel</b>	Universidad Técnica de Cotopaxi

**3. CURSOS**

Idioma Ingles B1

**4. SEMINARIOS Y OTROS**

SEMINARIO: Primer Seminario de Guianza y Excursionismo.

SEMINARIO: Segundo Seminario de Guianza y Excursionismo.

SEMINARIO: I jornadas Ornitológicas y I conteo de aves, Provincia de Cotopaxi.

Certificado: Curso de Guía Local, Organizado por la carrera de Turismo año 2018.

-----

**FIRMA**

## 16.4 Hoja de vida lector 1



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

#### DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE

##### DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:** MENDOZA POMA

**NOMBRES:** RODOLFO MATIUS

**ESTADO CIVIL:** CASADO

**CEDDULA DE CIUDADANÍA:** 1710448521



**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 4

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** QUITO, 05 DE FEBRERO DE 1975

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** CDALA MARIO MOGOLO, CONJUNTO TERRANOVA

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 032663867 **TELÉFONO CELULAR:** 09779226120

**EMAIL INSTITUCIONAL:** [matius.mendoza@utc.edu.ec](mailto:matius.mendoza@utc.edu.ec)

**TIPO DE DISCAPACIDAD:** ninguna

**# DE CARNET CONADIS:**

##### ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
<b>TERCER</b>	INGENIERO EN SISTEMAS	2003-03-13	1045-03-354960
<b>CUARTO</b>	MAGISTER EN SISTEMAS INFORMÁTICOS EDUCATIVOS	2011-04-14	1051-11-726590
<b>CUARTO</b>	MASTER UNIVERSITARIO EN E-LEARNING Y REDES SOCIALES	2020-11-18	7241169867

##### HISTORIAL PROFESIONAL

**UNIDAD ADMINISTRATIVA O ACADÉMICA EN LA QUE LABORA:**

CAREN

**ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN EL CUAL SE DESEMPEÑA:** EDUCACIÓN TECNOLÓGICAS

**FECHA DE INGRESO A LA UTC:** MARZO 2005

## 16.5 Hoja de vida lector 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE****DATOS PERSONALES****APELLIDOS:** Álvarez Lema**NOMBRES:** Freddy Anaximandro**ESTADO CIVIL:** Casado**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1712930328**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 2**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** Quito, 1976/12/08**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Conjunto Bolonia Casa # 63**TELÉFONO CONVENCIONAL:** (03) 2663-451 **Teléfono Celular:** 0995 845012**EMAIL INSTITUCIONAL:** [freddy.alvarez@utc.edu.ec](mailto:freddy.alvarez@utc.edu.ec)**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

NIVEL	TÍTULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	Ingeniero en Ecoturismo	17-09-2002	1002-02-206520
	Guía Profesional de Turismo	13-08-2010	1002-10-1010985
CUARTO	Diploma Superior en Auditoría y Gestión Energética	09-12-2008	1020-08-684831
	Magíster en Desarrollo Humano Sostenible con Perspectiva Local	28-07-2010	1020-10-713950

**PUBLICACIONES RECIENTES**

Autor/ Coautor de artículo indexado	Nombre del Artículo	Nombre de la revista	Lugar (País-ciudad)	Fecha de la publicación
Álvarez-Lema Freddy; Abarca-Zaquinaula Manuel y otros	Alternativas de turismo sostenible en sectores priorizados de la provincia de Cotopaxi, Ecuador	European Scientific Journal <b>ESJ</b>	Almería - España	Julio 2021
Mendoza-Pérez Melquiades, Álvarez-Lema Freddy, otros	La Práctica Pre Profesional en el desarrollo de habilidades profesionales	Ciencias Sociales <b>UTEQ</b>	Ecuador - Quevedo	Enero 2017
Lema-Cruz Jessy, Álvarez-Lema Freddy	Factores determinantes en la planeación estratégica	UTCiencia	Ecuador - Latacunga	Diciembre 2016

**HISTORIAL PROFESIONAL****FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA:** Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Turismo**ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:** Servicios, Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho**PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC:** Abril – Agosto 2004



## 16.6 Hoja de vida lector 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE



### DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:** SAMPEDRO ARRIETA  
**NOMBRES:** MILTON ALBERTO  
**ESTADO CIVIL:** CASADO  
**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 0602636987  
**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 2  
**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** RIOBAMBA 09 DE ENERO DEL 1976  
**DIRECCION DOMICILIARIA:** RIOBAMBA  
**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 032393061  
**TELÉFONO CELULAR:** 0984509068  
**EMAIL INSTITUCIONAL:** milton.sampedro@utc.edu.ec  
**TIPO DE DSICAPACIDAD:** N/A  
**# DE CARNET DE CONADIS:** N/A  
**ESTUDIOS REALIZADOS Y OBTENIDOS**

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	INGENIERO en EOTURISMO	24-10-2004	1002-04-533659
TERCER	GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO	08-08-2011	1002-11-1077036
CUARTO	MAGISTER en EDUCACIÓN Y DESARROLLA SOCIAL	09-09-2013	1032-13-86039100

### PUBLICACIONES RECIENTES

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

### HISTORIAL PROFESIONAL

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

- Turismo

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

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

## 16.7 Apéndice 4. Modelo de Encuesta

## Universidad Técnica de Cotopaxi

**Estimado (a) Participante:**

El siguiente cuestionario tiene como propósito obtener información sobre el perfil de la demanda turística que visita el cantón Pujili, con la finalidad de aportar a la reactivación turística del Ecuador.

Encuesta N°: \_\_\_\_\_

Atractivo Turístico: \_\_\_\_\_

<b>DEMOGRÁFICA</b>
--------------------

1. ¿Nacionalidad? ¿Dónde nació?

\_\_\_\_\_

2. ¿Residencia?

\_\_\_\_\_

3. ¿Edad?

\_\_\_\_\_

4. ¿Genero?

a) Masculino b) Femenino c) Otros 

5. ¿Estado civil?

a) Soltero b) Casado c) Divorciado d) Viudo e) Unión Libre 

6. Situación Laboral:

a) Estudiante b) Empleado publico c) Jubilado d) Empleado Privado e) Desempleado 

<b>SOCIOECONÓMICAS</b>
------------------------

7. ¿Promedio mensual de ingresos?

a) Sin ingresos b) Un Salario básico unificado (\$400) c) \$401 a \$1000. d) \$1001 a \$2000. e) Más de \$2001 USD. 

8. ¿Nivel de estudios?

a) Educación Básica

b) Bachillerato

c) Técnico d) Tercer nivel e) Cuarto nivel 

9. ¿Con quién viaja?

a) Solo b) Amigos c) Familia d) Adultos mayores de 16 e) Adultos menores de 16 

f) Otros (especifique).....

10. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita al cantón?

a) De 0 a 100 USD. b) De 101 a 200 USD. c) De 201 a 300 USD. d) De 301 a 400 USD e) Más de 400 USD. 

11. ¿Qué porcentaje del gasto destinó para?:

a) Alojamiento b) Alimentación c) Transporte 

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

<b>MOTIVACIÓN</b>
-------------------

12. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

a) Relajación b) Salud c) Atractivos turísticos del lugar 

d) Otros (Especifique).....

13. ¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Cotopaxi cantón Pujilí?

\_\_\_\_\_

14. ¿Qué tiempo estimó para su visita al cantón?

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

15. ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico del cantón?

a) Referencias familiares b) Redes sociales c) Televisión d) Páginas web

- e) Operadoras turísticas
- f) Otros (Especifique) .....

**PREFERENCIAS**

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

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

**17. ¿A través de qué medio de transporte viajó al cantón?**

- a) Vehículo propio
- b) Vehículo de alquiler (taxi)

- c) Bus
- d) Otro (Especifique) .....

**18. ¿Cuántas veces ha visitado el cantón?**

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

¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración!

