



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES

CARRERA DE ECOTURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN TIEMPOS
DE PANDEMIA”**

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

Autora:
Masaquiza Caisabanda Rosa

Tutor:
Abarca Zaquinaula Manuel Antonio

LATACUNGA-ECUADOR

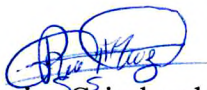
Febrero 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Rosa Masaquiza Caisabanda, con cédula de ciudadanía No. 1804651568, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: **“PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN TIEMPOS DE PANDEMIA”**, siendo el Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula Mgs., tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 15 de febrero del 2024



Masaquiza Caisabanda Rosa

CC: 1804651568

ESTUDIANTE

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **MASAQUIZA CAISABANDA ROSA**, identificada con cédula de ciudadanía **1804651568** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Dra. Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes

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

Historial académico

Inicio de la Carrera: Abril 2017 – Agosto 2017

Finalización: octubre 2023-febrero 2024

Aprobación en Concejo Directivo: 28 de noviembre del 2023

Tutor: Licenciado. Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula

Tema: “**PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN TIEMPOS DE PANDEMIA**”

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 15 días de febrero del 2024.


Masaquiza Caisabanda Rosa
LA CEDENTE

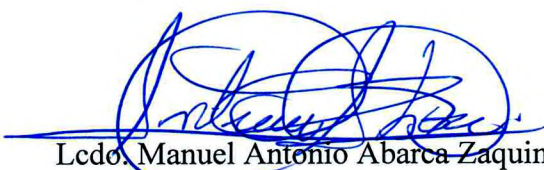
Dra. Idalia Pacheco Tigselema, PhD.
LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN TIEMPOS DE PANDEMIA”, de Masaquiza Caisabanda Rosa, 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, 15 de febrero del 2024



Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg

C.C: 1103989669

DOCENTE TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Masaquiza Caisabanda Rosa, con el título de Proyecto de Investigación: **“PERFIL DEL TURISTA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN TIEMPOS DE PANDEMIA”**, 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 autorizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 15 de febrero del 2024



Ing. Freddy Anaximandro Álvarez Lema, Mgs.

C.C: 1712930328

LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg.

C.C: 0602636987

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Ing. Rodolfo Matius Mendoza Poma, Mg.

C.C: 1710448521

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi gratitud, en primer lugar, Dios que por medio de sus bendiciones supo brindarme fuerza, valentía y fe, para seguir adelante y mantenerme firme ante las adversidades, Agradezco también a mis padres quienes son mi pilar, complemento y motor fundamental, pues sin duda, ellos me alientan a conseguir mejores cosas para en el futuro, poderles ofrecer apoyo y soporte como indudablemente ellos me lo han brindado. Agradezco además sin duda al, Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mgs. quien fue mi guía en el desarrollo exitoso del presente trabajo de investigación, de la misma forma es justo y necesario agradecerá cada docente amigo de la Universidad Técnica de Cotopaxi que me ha dado la oportunidad de formarme académicamente.

Masaquiza Caisabanda Rosa

DEDICATORIA

A Dios quién supo guiarme por el buen camino, dándome fuerzas para seguir adelante. Con mucho amor dedico mi trabajo de investigación a mis padres Zoila Caisabanda y Antonio Masaquiza, por ser mi fortaleza e inspiración, con su gran apoyo incondicional en todos los sentidos, también a mis hermanos, ya que, siempre me apoyaron en cada momento y siempre estuvieron ahí en las buenas y en las malas condiciones para brindarme su apoyo y fortaleza, porque sin ustedes este trabajo no hubiera sido posible.

A mis hermanas y a mi hijo Yakury por apoyarme incondicionalmente con su amor y cariño, gracias a cada uno de ellos porque han colaborado en este hermoso proyecto debida. Por estar siempre presentes acompañándome en todo momento para poderme realizar como profesional.

Masaquiza Caisabanda Rosa

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIA AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TITULO: “PERFIL DEL TURISTA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN TIEMPOS DE PANDEMIA”

Autora:

Masaquiza Caisabanda Rosa

RESUMEN

Este proyecto de investigación tuvo como objetivo principal caracterizar el perfil del turista actual que frecuenta la provincia de Tungurahua. Para lograr el objetivo, se implementó una metodología de investigación descriptiva. La técnica de encuesta fue utilizada tanto para recopilar datos como para analizar las muestras. En la fase inicial del proyecto, se llevó a cabo una revisión bibliográfica, principalmente en la página del Ministerio de Turismo (MINTUR), con el fin de seleccionar 10 destinos turísticos de la mencionada provincia como por ejemplo la ciudad Baños de Agua Santa, cascada Mantos de la novia, termas del Salado, Mirador de la Cruz de Bellavista, la cascada Pailón del diablo, entre otros. La selección se basó en consideraciones como el nivel de jerarquía de los atractivos turísticos por los visitantes y la cantidad de visitas a los mismos. La caracterización del perfil del turista se llevó a cabo a través de la aplicación de 385 encuestas. Los resultados indican que el 50% de los encuestados son ciudadanos ecuatorianos, con edades comprendidas entre 35 y 65 años. Además, el 12% reside en Ambato y Quito respectivamente. En cuanto a la distribución por género, el 60% son mujeres y el 40% hombres. En términos de la situación laboral, el 50% son empleados privados. El 53% de los turistas prefiere viajar con su familia. En cuanto al gasto, el 48% tiene un presupuesto aproximado de 100 dólares americanos. Finalmente, en relación con el motivo de viaje, el 41% prefiere viajar por relajación. Con toda esta información recopilada se diseñó, además, un boletín informativo, mismo que abarca los resultados obtenidos durante la investigación. Para su diseño fue fundamental el uso de dos softwares de edición, Ilustrador y Freepik con los cuales se diseñó la portada y contraportada, características de la provincia, contenido de la información, metodología, conclusiones y recomendaciones. Al finalizar este estudio, se recomienda la constante aplicación de nuevas estrategias de conservación del recurso turístico en la provincia de Tungurahua.

Palabras clave: Perfil, Variable de caracterización, Turismo, Boletín Informativo, Freepik

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TITULO: “PERFIL DEL TURISTA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN TIEMPOS DE PANDEMIA”

Author:

Masaquiza Caisabanda Rosa

ABSTRACT

The main objective of this research project was to characterize the profile of the current tourist who frequents the province of Tungurahua. To achieve the objective, a descriptive research methodology was implemented. The survey technique was used both to collect data and to analyze the samples. In the initial phase of the project, a bibliographic review was carried out, mainly on the website of the Ministry of Tourism (MINTUR), in order to select 10 tourist destinations in the aforementioned province, such as the city of Baños de Agua Santa, waterfall Mantos de la novia, Termas del Salado, Mirador de la Cruz de Bellavista, Pailón del Diablo waterfall, among others. The selection was based on considerations such as the hierarchy level of the tourist attractions by the visitors and the number of visits to them. The characterization of the tourist profile was carried out through the application of 385 surveys. The results indicate that 50% of those surveyed are Ecuadorian citizens, aged between 35 and 65 years. Additionally, 12% reside in Ambato and Quito respectively. Regarding gender distribution, 60% are women and 40% men. In terms of employment status, 50% are private employees. 53% of tourists prefer to travel with their family. Regarding spending, 48% have a budget of approximately 100 US dollars. Finally, in relation to the reason for traveling, 41% prefer to travel for relaxation. With all this information collected, a newsletter was also designed, which covers the results obtained during the investigation. Fundamental to its design was the use of two editing software, Illustrator and Freepik, with which the front and back covers, characteristics of the province, information content, methodology, conclusions and recommendations were designed. At the end of this study, the application of new conservation strategies for the tourist resource in the province of Tungurahua is recommended.

Key words: Profile, Characterization variable, Tourism, Newsletter, Freepik.

INDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	v
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	vi
RESUMEN	ix
INDICE DE CONTENIDO	xi
INDICE DE TABLAS	xv
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	2
3.1 Beneficiarios Directos.....	2
3.2 Beneficiario Indirectos.....	3
4. PROBLEMA DE LA INVESTIGACION	3
5. Objetivos	4
5.1 Objetivo General	4
5.2. Objetivos Específicos.....	4
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	5
7.1 Marco legal	6
7.2 ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO	6
7.2.1 Constitución de la República del Ecuador.....	6
7.2.2 Ley de turismo.....	7
7.2.3 Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales.....	8
7.2.4 Reglamento a la Ley de Turismo	9
7.3 BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACION	11
7.3.1 Definición del Turismo	11
7.3.2 Demanda Turística	11
7.3.3 Oferta Turística	12
7.3.4 Clasificación del Turismo	13
7.3.5 Turismo Interno'	13
7.3.6 Turismo Receptor	13
7.3.7 Turismo emisor.....	13

7.3.8	Tipos de turismo según el objetivo del turismo.....	14
7.3.9	Turista	15
7.3.10	Tipos de Turistas	15
7.3.11	Turismo Naturaleza	15
7.3.12	Tipo de turista según la duración de su estadía	15
7.3.13	Turismo de Aventura.....	16
7.3.14	Turismo Rural.....	16
7.3.15	Ecoturismo	16
7.3.16	Perfil del turista	17
7.3.17	Importancia del perfil del turista	17
7.3.18	Variables que determinan el perfil de turista.....	18
7.3.19	Perfiles de visitantes de espacios Naturales	18
7.3.20	Visitante casual.....	19
7.3.21	Visitante contemplador o de paso	19
7.3.22	Campista.....	19
7.3.23	Aventurero/Montañero	19
7.3.24	Visitante cultural	19
7.3.25	Visitante conservacionista.....	19
7.3.26	Necesidades del turista	19
7.3.27	Atractivos Turísticos Naturales	20
7.3.28	Jerarquización de atractivos	20
7.3.29	Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos.....	20
7.3.30	OBJETIVO GENERAL DEL MANUAL.....	20
8.	VALIDACIÓN DE PREGUNTAS O HIPÓTESIS	22
9.	METODOLOGÍA	22
9.1	Aplicación de la encuesta.....	23
9.2	Técnicas	23
9.2.1	Revisión bibliográfica	23
9.2.2	Encuesta	23
9.2.3	Muestra accidental.....	23
9.3	Instrumentos.....	24
9.3.1	Cuestionario	24
9.3.2	Formula del cálculo de la muestra.....	24

9.3.3	Instrumento y recolección de datos	24
9.4	Proceso de la investigación	28
10	Resultados	28
10.1	Descripción del área de estudio.....	28
10.1.1	Macro Descripción; Ecuador	28
10.1.2	Limites.....	29
10.1.3	División Política.....	29
10.1.4	Información del Ecuador	30
10.1.5	Meso Descripción; Provincia de Tungurahua	30
10.2	Micro Descripción.....	37
10.2.1	Datos generales del cantón Ambato	37
10.2.2	Datos generales del cantón Baños	38
10.2.3	Datos generales del cantón Pelileo	39
10.2.4	Datos Generales del Cantón Cevallos	40
10.2.5	Datos Generales del Cantón Quero	41
10.2.6	Datos Generales del cantón Pillaro.....	42
10.2.7	Datos Generales del Cantón Mocha	42
10.2.8	Datos Generales del cantón Tisaleo	43
10.2.9	Datos Generales del cantón Patate	44
10.3	Primer objetivo:.....	44
10.3.1	Aplicación de la encuesta	44
10.3.2	Tabla 1. Cuadro de operacionalización de las variables de caracterización.45	
10.3.3	Matriz de atractivos turísticos	48
10.3.4	Principales atractivos turísticos de la Provincia de Tungurahua por cantón 48	
10.3.5	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	55
10.3.6	Resumen del perfil del Turista	81
10.4	Diseño de boletín informativo.....	83
10.4.2	Provincia de Tungurahua.....	84
10.4.3	Atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua.....	85
10.4.4	Las Tabulaciones; Es muy importante, ya que, permite presentar toda la información demanera clara y concisa.....	86
10.4.5	Créditos	86
10.4.6	Plano de Fotografía	87
10.4.7	Tipografía Letra para la portada:	87

10.4.8	Letra para los títulos de los resultados:	87
10.4.9	Letra para los resultados:.....	87
10.4.10	Colores	87
11	IMPACTO.....	88
11.1	Impacto Técnico.....	88
11.2	Impactos Sociales.....	88
11.3	Impactos ambientales	89
11.4	Impactos económicos	89
12	CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO.....	90
13.	Concsiones y Recomendaciones	91
13.1.	Conclusiones	91
13.1.	Recomendaciones	91
14.	REFERENCIAS.....	92
15.	APENDICES.....	102

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Establecimientos.....	2
Tabla 2	Estudiantes de la F. CAREN	3
Tabla 3	Población de Tungurahua	3
Tabla 4	Sistematización de tareas.....	5
Tabla 5	Tipo de turismo.....	14
Tabla 6	Jerarquía de atractivos turísticos.....	21
Tabla 7	Cuadro de operacionalización de las variables de caracterización.....	25
Tabla 8	Limites.....	29
Tabla 9	Provincias del Ecuador	29
Tabla 10	Características.....	30
Tabla 11	Características.....	30
Tabla 12	Limites.....	31
Tabla 13	Población	31
Tabla 14	Cantones	31
Tabla 15	Vertientes.....	32
Tabla 16	Actividades económicas	32
Tabla 17	Áreas protegidas	34
Tabla 18	Características.....	34
Tabla 19	Características.....	35
Tabla 20	Número de establecimientos de alojamiento turísticos.....	36
Tabla 21	Número de establecimientos de alimentación turística.....	36
Tabla 22	Número de atractivos turísticos registrados.....	36
Tabla 23	Establecimientos de operación turística	37
Tabla 24	Datos cantonales	38
Tabla 25	Parroquias urbanas.....	38
Tabla 26	Datos generales del cantón Baños	39
Tabla 27	Parroquias	39
Tabla 28	Características.....	40
Tabla 29	Parroquias	40
Tabla 30	Características.....	41
Tabla 31	Características.....	41
Tabla 32	Características.....	42

Tabla 33 Parroquias	42
Tabla 34 Características.....	43
Tabla 35 Características.....	43
Tabla 36 Características.....	44
Tabla 37 Variables de caracterización	45
Tabla 38 Numero de atractivos por cantón.....	48
Tabla 39 Inventario de atractivos	48
Tabla 40 Descripción de los atractivos turísticos.	50
Tabla 41 Cronograma salida de campo	55
Tabla 42 Resumen del perfil del turista.....	81
Tabla 43 Presupuesto.....	90

INDICE DE FIGURAS

Figura. 1	Mapa del Ecuador	28
Figura. 2	Mapa de Tungurahua.....	30
Figura. 3	Mapa Turístico de Tungurahua	37
Figura. 4	¿Nacionalidad?.....	56
Figura. 5	¿Residencia?.....	57
Figura. 6	¿Edad?.....	58
Figura. 7	¿Genero?	58
Figura. 8	¿Estado Civil?	59
Figura. 9	Situación Laboral?	60
Figura. 10	¿Promedio mensual de ingresos?	61
Figura. 11	Nivel estudio	62
Figura. 12	¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?	63
Figura. 13	¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?	64
Figura. 14	¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?	64
Figura. 15	¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia de Tungurahua?.....	65
Figura. 16	¿Qué porcentaje del gasto destinó para alojamiento?	66
Figura. 17	¿Qué porcentaje del gasto destinó para alimentación?.....	67
Figura. 18	¿Qué porcentaje del gasto destinó para transporte?	67
Figura. 19	¿Qué porcentaje del gasto destinó para otros (¿actividades de ocio y recreación?	68
Figura. 20	¿Cuál fue el motivo de su viaje?	69
Figura. 21	¿Qué atracción turística le gusta más de la provincia?.....	70
Figura. 22	¿Qué tiempo estimó para su visita a la provincia?	71
Figura. 23	¿A través de que medio se informo sobre el atractivo turístico de la Provincia? ..	71
Figura. 24	¿Cuántas veces ha visitado la provincia?	72
Figura. 25	¿En promedio cuantas noches ha pernoctado en la provincia con motivos turísticos?.....	73
Figura. 26	¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?	74
Figura. 27	¿Cuál es la consideración más significativa que Ud., considera al realizar un viaje en tiemposde pandemia?.....	75
Figura. 28	¿Cuál es su tipo de turismo favorito?	76
Figura. 29	¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?.....	77
Figura. 30	¿Qué tipo de hospedaje prefiere?	79

Figura. 31 ¿Seleccione la actividad turística que más le guste hacer?.....	80
Figura. 32 Portada	84
Figura. 33 Contraportada.....	84
Figura. 34 Datos generales de la provincia.....	85
Figura. 35 Atractivos de la provincia	85
Figura. 36 Tabulación.....	86
Figura. 37 Créditos	86

1. INFORMACIÓN GENERAL.

Título

Perfil del turista de la provincia de Tungurahua en tiempos de pandemia

Lugar de ejecución:

Provincia de Tungurahua

Institución:

Universidad técnica de Cotopaxi

Facultad académica:

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera que auspicia:

Turismo

Proyecto vinculado:

N/A

Nombres de equipo de investigadores:

Tutor:

Lic. Mgs. Abarca Zaquinaula Manuel Antonio

Correo electrónico institucional:

manuel.abarca.9669@utc.edu.ec

Alumno:

rosa.masaquiza1568@utc.edu.ec

Correo electrónico institucional:

rosa.masaquiza1568@utc.edu.ec

Área de Conocimiento:

Servicios

Subárea:

Servicios personales

Línea de investigación:

Planificación y gestión del servicio sostenible.

Sub línea de investigación:

Análisis del turismo.

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El presente trabajo “perfil del turista que visita los destinos turísticos de la provincia de Cotopaxi”, es importante para comprender las características, demográficas, socioeconómicas, motivacionales y de preferencias de los turistas que eligen visitar un destino, de modo que se pueda, ofrecer productos y servicios personalizados que cumplan con sus necesidades y expectativas. (Yumisaca Tuquinga, 2017)

La pandemia ha sido gestionada de manera efectiva hasta el momento, pero el futuro sigue siendo incierto y persiste el temor al contagio. Por lo tanto, la decisión de viajar estará influenciada por las medidas sanitarias implementadas en el destino, la seguridad que ofrezcan que, los resultados presentes en la guía descriptiva podrían ser utilizados como recursos bibliográficos para orientar o desarrollar diversas estrategias aplicables tanto en las empresas turísticas como en los destinos turísticos. Además, la información recopilada de los turistas permita a las empresas mejorar su oferta turística, ya que, ayudara a identificar nuevas oportunidades de negocio. (José, 2022). En la provincia de Tungurahua, el turismo todavía no ha alcanzado su máximo desarrollo, a pesar de contar con recursos naturales y culturales una oferta de turismo. Hasta el momento, no se ha realizado un estudio detallado sobre el perfil de los turistas. Por tanto, este proyecto de investigación tiene como propósito determinar el perfil del turista que llega a la provincia de Tungurahua, con la finalidad de promover y desarrollar estrategias para brindar servicios de calidad.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Los principales beneficiarios del proyecto de investigación son los servidores turísticos en la provincia de Tungurahua; Existe dos tipos de beneficiarios indirectos y directos.

3.1 Beneficiarios Directos**Tabla 1** *Establecimientos*

BENEFICIARIO DIRECTO	TOTAL
Prestadores de Servicios de Tungurahua	894 establecimientos
Investigador	1

Fuente: Datos tomados de (Catastro de servicios turísticos)

3.2 Beneficiario Indirectos

Los beneficiarios indirectos abarcan a aquellas personas cuyas actividades económicas no guardan una relación directa con el turismo. En esta situación, los turistas nacionales y extranjeros cumplen un rol esencial al generar ingresos económicos para estos individuos, quienes se ven beneficiados de manera indirecta. Asimismo, se incluyen los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales, quienes podrían obtener ventajas al acceder a información y recursos que podrían ser utilizados en la implementación de proyectos en el futuro.

Tabla 2 Estudiantes de la F. CAREN

BENEFICIARIO INDIRECTO	TOTAL
Estudiantes de la F-CAREN	2440 estudiantes

Tabla 3 Población de Tungurahua

BENEFICIARIO INDIRECTO	TOTAL
Provincia de Tungurahua	504.583 habitantes

Fuente: (Censo de población de vivienda, 2010)

4. PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

La Organización Mundial del Turismo -OMT- El turismo es un sector económico fundamental a nivel mundial, que ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas. La pandemia de COVID-19 fue una enfermedad contagiosa que provocó pérdidas económicas, en varios sectores principalmente en el turismo, en el año 2020 se registró una pérdida de 73% a nivel mundial y en 2021 según la OMT se registró pérdidas de 68 millones de turistas en el mundo; En el año 2023 hubo 1286 millones de visitantes internacionales comparando con los años anteriores pre-pandémicos, gracias a una demanda en el ámbito turístico alcanzó un nivel de recuperación del 88% de turismo internacional. (OMT, 2024, pág.1)

Ministerio de Turismo del Ecuador; El sector turístico por el Coronavirus COVID-19 Tubo una pérdida

de afectación económica de gran magnitud, a nivel mundial y nacional. En 2020, Mintur afirmó que el sector turístico tendrá una pérdida acumulada de US\$ 540,6

millones, en el país. (TURISMO, 2020, pág. 10). Ecuador ha recuperado en los últimos años con 84 % en el ámbito Turífico. El perfil del turista en Ecuador es esencial para impulsar el turismo en el país, cuenta con un potencial turístico gracias a su diversidad geográfica, cultural y natural, aprovecharlo plenamente requiere comprender las características, específicas de los distintos tipos de turistas que visitan el destino. (MINTUR, 2020)

Ministerio de Turismo Tungurahua registra Las pérdidas monetarias del sector turístico en la provincia, alcanzan los 108 millones de dólares. La actividad turística en Tungurahua ofrece una gran variedad de destinos turísticos, en la actualidad no se dispone información detallada sobre la edad, género, nacionalidad, nivel educativo, ingresos y motivaciones de los visitantes en la provincia, es necesario actualizarlos periódicamente para estar al tanto de las tendencias y cambios en el mercado turístico. (TUNGURAHUA, 2021)

La investigación es muy importante para determinar las características demográficas, socioeconómicas, motivacional y de preferenciales, el tipo de personas que ingresan a la provincia para saber cuál es el interés del cliente para brindar servicios dentro de la provincia de Tungurahua. Esto ayudará a establecer oportunidades y áreas de mejora en la oferta turística y de servicios de calidad.

5 Objetivos

5.1 Objetivo General

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

5.2. Objetivos Específicos

- Determinar el perfil del turista por medio de la aplicación de la técnica de la encuesta, a través del trabajo de campo en los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua.
- Diseñar un boletín informativo con la caracterización del perfil del turista actual que visita la provincia de Tungurahua

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

Tabla 4 Sistematización de tareas

Objetivo	Actividades	Resultado esperado	Metodología			
			Tipo de investigación	Métodos	Técnicas	Instrumentos
Determinar el perfil del turista por medio de la aplicación de la técnica de la encuesta, a través del trabajo de campo en los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua.	<ul style="list-style-type: none"> 1. Revisión bibliográfica 2. Elegir el tipo de muestreo adecuado para la investigación 3. Cálculo del tamaño de la muestra 4. Seleccionar los principales turísticos de la provincia según su jerarquía 5. Aplicación de las encuestas mediante las salidas de campo. 6. Tabulación de los resultados. 	Obtención en de la base de datos mediante la aplicación en de la encuesta .	Cuantitativa	Descriptiva	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> 1. Artículos científicos 2. Fichas (Metodología para jerarquización de atractivos y generación de espaciosturísticos del ecuador, MINTUR, 2017) 3. Cuestionario
Diseñar un boletín informativo con la caracterización del perfil del turista actual que visita la provincia de Tungurahua.	<ul style="list-style-type: none"> 1. Diseño del boletín digital a través de la aplicación Canva 2. Diseño mediante la creación del contenido, imágenes, información de las tabulaciones, estilos, espaciados 	Diseño del boletín informativo .	Documental	Descriptiva	<ul style="list-style-type: none"> -Análisis de contenido. -Diseño grafico 	<ul style="list-style-type: none"> -Descripción de las características físicas de la guía. -Guías físicas

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

7.1 Marco legal

La actividad turística es, una fuente significativa de ingresos para el país, requiere una regulación adecuada para su desarrollo. Por esta razón, en Ecuador existen diversas leyes actualmente en vigor que abordan esta necesidad de regulación.

7.2 ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO

7.2.1 Constitución de la República del Ecuador

Art. 9.- Las personas extranjeras que se encuentren en el territorio ecuatoriano tendrán los mismos derechos y deberes que las ecuatorianas, de acuerdo con la Constitución. (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008, 2008, pág. 10)

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. (Constitución, 2008, pág. 10)

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

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados. (Constitución, 2008, pág. 10)

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas. (Constitución, 2008, pág. 10)

7.2.2 Ley de turismo

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del alojamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; (Turismo L. d., 2002, pág. 2)

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley. (Ley del Turismo, 2002, pág. 4)

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo. (Ley del Turismo, 2002, pág. 4)

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres, parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país. (Ley del Turismo, 2002, pág. 5)

7.2.3 Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales

7.1.3.1 Ámbito y principios

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

El reglamento a esta Ley definirá los requisitos y procedimientos para aplicar este beneficio. También contemplará los parámetros para la deducción de los valores correspondientes a los gastos administrativos que demanda el proceso de devolución del IVA al turista extranjero. (Ley del Turismo, 2002, pág. 7)

CAPITULO X

PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio. (Ley del Turismo,2002, pág. 10)

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentarsus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. (Ley del Turismo, 2002, pág.10)

Art. 48.- De determinarse violación a normas legales, el Centro de Protección al Turista, solicitará al ministro de Turismo que, en observancia de las disposiciones del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, inicie el correspondiente expediente, para juzgar administrativamente la conducta del empresario turístico.

Art. 50.- Sin perjuicio de los mecanismos de protección señalados en los artículos anteriores si en los actos u omisiones de los empresarios turísticos existiere infracción penal, los perjudicados podrán ejercer la acción legal correspondiente. (Ley, 2002, pág. 10)

Art. 55.- Las actividades turísticas descritas en esta Ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido. (Ley del Turismo, 2002, pág. 11)

Art. 56.- El ministro de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial, solo en casos especiales, podrá exonerar el pago de derechos de ingreso a los parques nacionales, a grupos especializados en investigaciones que visiten el país y cuya acción sea útil a la promoción externa del Ecuador. (Ley del Turismo, 2002, pág. 11)

Art. 67.- Registro de clientes. - Todos los alojamientos tienen la obligación de llevar diariamente un registro de clientes para lo cual utilizarán una tarjeta de registro cuyas características serán proporcionadas por el Ministerio de Turismo a solicitud del representante o propietario de los mismos. Igualmente, deberán contar con un libro oficial de reclamaciones, a disposición de los clientes. (Ley del Turismo, 2002, pág. 17)

7.2.4 Reglamento a la Ley de Turismo

Art. 8.- Hotel. - Es hotel todo establecimiento que, de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras ascensores de uso exclusivo;
- b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y,
- c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones. (turísticas, 2002, pág. 3)

Art. 43.- Obligaciones de los recepcionistas de los campamentos de turismo. - Los recepcionistas de los campamentos de turismo deberán.

Capítulo II

DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Art. 77.- Definición. - Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

Art. 78.- Actividades. - Son actividades propias de las agencias de viajes las siguientes, que podrán ser desarrolladas dentro y fuera del país:

- a. La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte locales o internacionales;
- b. La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior;
- c. La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos, entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.), ajustado proyectado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido, para ser operados dentro y fuera del territorio nacional;
- d. La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional;
- e. El alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos;
- f. La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeras, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos;
- g. La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios;
- h. La entrega de información turística y difusión de material de propaganda;
- i. La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística; j. El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado;
- k. La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones; y,
- l. La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.

(TURISTICAS, REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES, 2002, pág.21)

7.3 BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACION

7.3.1 *Definición del Turismo*

“El turismo se presenta como un fenómeno que abarca aspectos sociales, culturales y económicos, asociado al desplazamiento de individuos hacia destinos distintos a su lugar de residencia habitual, ya sea por razones personales o de índole empresarial o profesional. Este fenómeno implica una diversidad de actividades, algunas de las cuales implican un gasto turístico, si bien todas contribuyen en su totalidad a proporcionar una experiencia que favorece el descanso mental de quienes participan en ella. El turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico pero el 100% ayuda a despejar la mente de cada uno. (Hunziker, 2020, pág. 3)

El turismo se define como la movilización voluntaria y temporal de individuos o grupos, principalmente con el propósito de recreación, descanso, cultura o salud, quienes abandonan temporalmente su lugar de residencia habitual. El turismo se considera un proceso económico que abarca dimensiones tanto macroeconómicas como microeconómicas, contribuyendo significativamente a la generación de actividad económica en el contexto más amplio del turismo. (Hibernaos-Nicolas, pág. 14)

7.3.2 *Demanda Turística*

La demanda turística puede ser conceptualizada de manera similar a la demanda de cualquier otro bien o servicio, pero presenta particularidades que la distinguen de la demanda de bienes o productos no relacionados con el turismo. Estas características específicas deben ser consideradas para prevenir posibles errores en la planificación que podrían surgir debido a una interpretación incorrecta. El objetivo de este estudio es describir la situación de la demanda turística en el destino con el propósito de llevar a cabo una segmentación de mercados. (González, 2007, pág. 45). La

demanda turística puede ser caracterizada por el deseo y la disposición para participar en actividades turísticas, y puede ser clasificada de la siguiente manera: (María, 2009)

Demanda turística real: Se refiere a aquellos turistas que están realmente en tránsito, una categoría fácilmente medible que abarca las estadísticas turísticas.

Demanda turística suprimida: Se trata de personas que desean viajar, pero enfrentan diversas

limitaciones que se lo impiden. Esta categoría se puede dividir en demanda potencial y demanda divisa.

No demanda turística: Son individuos que tienen el deseo de viajar, pero nunca podrán hacerlo debido a diversas limitaciones, como la falta de recursos financieros, problemas de salud, falta de tiempo, entre otros. (María, 2009)

7.3.3 Oferta Turística

En un lugar turístico, la oferta y la demanda no se limitan a ser la mera suma de los productos turísticos presentes. Constituyen un conjunto integrado que incluye productos turísticos, servicios específicamente relacionados con el turismo, servicios no turísticos y la imagen global del destino. Es importante considerar que la oferta turística puede ser utilizada no solo con fines turísticos, sino también por residentes o visitantes no vinculados a la actividad turística. (Santamaría-Freire, 2019, pág. 419)

Un destino turístico equilibrado debe contar con una variedad de ofertas que aseguren satisfacer las necesidades principales de los diferentes segmentos de turistas a los que busca atraer. (Oferta Turística, 2018, pág. 1) La oferta turística puede ser clasificada según su función y propósito:

Oferta turística de atracción: incluye todos los elementos naturales o creados por el hombre que son el motivo principal de visita.

Oferta turística de recepción: comprende los servicios, instalaciones y bienes que facilitan la estadía en el destino turístico.

Oferta turística de fijación: abarca todos los elementos que, aunque no sean motivos principales de atracción, contribuyen a prolongar la estadía de los visitantes o hacerla más placentera.

Oferta turística de animación: consiste en elementos creados por el hombre que satisfacen necesidades de recreación y entretenimiento.

Oferta turística de desplazamiento: comprende las infraestructuras, servicios y equipamientos que facilitan el transporte y desplazamiento de los visitantes. (Oferta Turística, 2018, pág. 1)

7.3.4 Clasificación del Turismo

El turismo se refiere a las acciones que las personas llevan a cabo durante sus viajes y estadías en lugares diferentes a su entorno habitual, por un período de tiempo inferior a un año, con propósitos de recreación, negocios u otros. Si no implica pasar la noche en el lugar, se denomina "excursión". (Martínez E. O., 2004) En la Investigación nos plasma que existen tres tipos diferentes de turismo en relación a un país determinado, el turismo interno, turismo receptor y el turismo emisor” (Ledhesma., 2018, pág. 6)

7.3.5 Turismo Interno

Los turistas en esta categoría son aquellos residentes locales que se desplazan hacia destinos diferentes a sus lugares habituales de residencia por un período no superior a un año. Este tipo de turismo conlleva beneficios económicos significativos para el país, ya que es una práctica bastante común en el destino. (Martínez, 2016, pág. 50). El turismo interno se refiere a la actividad turística que se lleva a cabo dentro del país de residencia del turista. Constituye una alternativa para pasar las vacaciones o los fines de semana sin necesidad de salir del territorio nacional, ofreciendo la oportunidad de explorar y disfrutar de las riquezas culturales, históricas, naturales y gastronómicas del propio país. (MAMANI, 2010),

7.3.6 Turismo Receptor

Se refiere a turistas que provienen de un país o región específica y que viajan a otro país distinto al suyo por un lapso no mayor a un año. Este tipo de turismo resulta crucial para el desarrollo económico del país receptor, ya que genera una entrada de riqueza proveniente del extranjero. (Jhonson, 2022, pág. 18) El turismo receptivo es una forma significativa, ya que muchos países confían en gran medida en la llegada de turistas de otros lugares para estimular el crecimiento y el funcionamiento de su economía turística. (Flores Panduro, 2017). Muchos destinos turísticos tendrán temporadas altas, bajas y medias, el ámbito turístico puede aportar mucho dinero a un país a través de las divisas.

7.3.7 Turismo emisor

El turismo emisor se refiere a los habitantes de un país que viajan a una nación diferente a la suya. Este tipo de turismo implica una disminución de riqueza desde una perspectiva económica, ya que los turistas locales gastan su dinero en el extranjero en lugar de hacerlo en su propio país, como, por ejemplo, en el caso de Ecuador. (Pendzialek, 2015) El turismo emisor puede contribuir a mejorar las economías de diversos países al generar un impulso económico en

varios sectores, como el comercio minorista, la atención médica y la educación. (Turismo Emisor, 2024)

7.3.8 Tipos de turismo según el objetivo del turismo

Con la siguiente clasificación se pretende exclusivamente dar cuenta de la realidad turística en la que actualmente estamos cada uno de estos tipos de turismo se pueden practicar de forma simultánea y conllevan a la par la búsqueda del descanso, la diversión y sobre todo el contacto con nuevas experiencias, en mayor o menor medida: (Coello Oviedo, 2019, pág. 35)

Tabla 5 Tipo de turismo

Corporal	De salud	Médico De bienestar
	De gestación	De parto Abortivo
	Sexual Activo	De aventura Deportivo
Intelectual	Religioso	Artístico/patrimonial
	Educativo	Congresos y ferias Idiomático Científico
	Gastronómico Virtual	
Material	De transferencia	De compras De venta De canje
	De negocios De Empresarial	
Ambiental	De naturaleza	Responsable Recreativo Negativo Etnográfico
	Social	Solidario Rural De Celebraciones Del dolor
	De la muerte	Del Terror Suicida
	Del universo	Astronómico

Fuente: Ledhesma (2016)

7.3.9 Turista

El turista es aquel individuo que se traslada a un lugar distinto a su lugar de residencia, permanece en dicho destino y pasa al menos una noche. La duración de su estadía debe ser de al menos 24 horas, pero no debe exceder los 6 meses. **(Nicolau J.)**

7.3.10 Tipos de Turistas

Mochileros: Se trata de individuos que comparten atributos comunes, generalmente pertenecen a grupos de edad jóvenes y tienden a viajar solos, aunque en algunas ocasiones pueden hacerlo en grupos reducidos. Por lo general, cuentan con recursos económicos limitados. Este perfil se caracteriza por ser un aventurero independiente, y suele mostrar interés en actividades de ocio nocturno.

Familiares: En su mayoría, forma parte de la clase media. Tiende a utilizar diversos servicios turísticos, priorizando la comodidad en términos de costos. Frecuentemente, viaja en compañía de su esposa e hijos.

Premium: Se refiere a aquellos turistas que cuentan con un mayor poder adquisitivo y buscan servicios de mayor valor, incluyendo opciones de lujo. Sus intereses pueden abarcar diversas áreas, y también se incluyen los viajeros de negocios, quienes tienden a consumir alimentos gourmet. (Zumbana, 2022)

7.3.11 Turismo Naturaleza

Se trata de desplazamientos cuyo propósito es participar en actividades recreativas que impliquen un contacto directo con la naturaleza y las manifestaciones culturales circundantes. Esto se realiza con una actitud y compromiso de explorar, respetar, disfrutar y contribuir a la conservación de los recursos naturales y culturales. (Quintana, 2017, pág. 4)

7.3.12 Tipo de turista según la duración de su estadía

Visitantes que pernoctan: Es el visitante que se hospeda por lo menos una noche en el destino visitado, estos pueden ser extranjeros, nacionales residentes en el extranjero o tripulaciones de barcos o aviones. (Morillo Moreno, 2011, pág. 145)

Visitantes de día o excursionistas: son aquellos que no pernoctan en el lugar y que su visita se realiza solo por algunas horas, estos pueden ser, pasajeros de cruceros o visitantes de paso. (Morillo Moreno, 2011, pág. 145)

Peregrino: El individuo que se desplaza hacia lugares con significado espiritual, incluso sino

tiene un propósito exclusivamente turístico durante su estancia, requiere servicios adicionales como hospedaje y alimentación. (Morillo Moreno, 2011, pág. 145)

7.3.13 Turismo de Aventura

Estos viajes buscan la realización de actividades recreativas que involucran desafíos presentados por la naturaleza, fomentando la participación en armonía con el entorno y el respeto hacia el patrimonio natural, cultural e histórico. (Segovia, 2020, pág. 60) Los ambientes naturales son ecosistemas que se desarrollan sin la intervención humana y pueden incluir una variedad de entornos como desiertos, montañas, bosques, selvas, ríos, lagos y costas, entre otros. Estos lugares son fundamentales para el turismo de aventura, ya que ofrecen a los visitantes la oportunidad de experimentar la naturaleza en su estado más prístino y participar en actividades al aire libre. (Turismo Aventura, 2024) El turismo de aventura ofrece una manera emocionante de viajar y descubrir el mundo.

7.3.14 Turismo Rural

Se trata de viajes con el propósito de participar en actividades que promueven la convivencia e interacción con comunidades rurales, como, por ejemplo, Salasaka. Estas actividades abarcan diversas expresiones sociales, culturales y productivas en la vida cotidiana, contribuyendo así al fomento del turismo comunitario. (Moreno, 2018)

El turismo rural emerge como una opción turística que fundamentalmente se desarrolla en áreas rurales y se sustenta en principios de tipo ambiental, social, cultural y económica. (Turismo Rural, 2012) se presenta como una actividad social colectiva que se posiciona como uno de los principales generadores de actividades económicas alternativas en zonas rurales.

7.3.15 Ecoturismo

El ecoturismo proporciona un marco para que tanto la población local como la industria turística se beneficien de la preservación de la naturaleza en su estado original, la conservación de los recursos y la realización de una actividad económica sostenible. (Vanegas Montes, 2006)

Tipos de ecoturismo:

Cultural: Involucra visitas a sitios de patrimonio cultural e histórico, permitiendo sumergirse en la etnografía y las tradiciones locales del lugar visitado.

Científico: Implica el estudio, la observación y la participación en la investigación de campo de la flora y la fauna, así como de la historia, la paleontología, entre otros aspectos.

Agroturismo: Incluye la participación en actividades agrícolas de la población local en zonas naturales valiosas, con posibilidad de recibir formación en agricultura ecológica y cuidado de animales. (Ecoturismo Instrumento, 2002)

Educativo (cognitivo): Se centra en la observación de animales, insectos, fenómenos naturales y en la práctica de la caza fotográfica, brindando oportunidades de aprendizaje y conocimiento.

Aventura: Consiste en un descanso activo que abarca actividades como el montañismo, el rafting, la navegación, entre otras, promoviendo experiencias emocionantes en entornos naturales. (Ecoturismo Instrumento, 2002)

Viajar de manera responsable con el medio ambiente a regiones que han experimentado mínimas alteraciones, con el objetivo de disfrutar y valorar la naturaleza mientras se impulsa su conservación, representa una actividad con un impacto ambiental reducido y beneficia económicamente a la población local. (Martínez-Puche, 2022)

7.3.16 Perfil del turista

Los individuos que exploran zonas naturales pueden ser clasificados en distintas categorías, las cuales se vinculan con las actividades que realizan en ese entorno y las expectativas que tienen durante su visita... (Elena, 2017, pág. 725)

En la actualidad, en el siglo XXI, la información se encuentra fácilmente disponible, y las personas tienen un mayor conocimiento sobre diversos temas. Por esta razón, el mercado no debería ser estático, sino más bien dinámico, ya que las expectativas de los clientes son cada vez más elevadas. En consecuencia, es necesario poder ofrecer respuestas de manera rápida y eficiente. (Elena, 2017, pág. 700)

7.3.17 Importancia del perfil del turista

Es importante la caracterización del turista actual ha experimentado cambios en los últimos años. Este nuevo perfil se muestra más exigente, informado y orientado hacia lo digital. Los viajeros actuales manifiestan un mayor compromiso con el medio ambiente y su entorno. Por esta razón, los destinos y las empresas turísticas deben integrar tecnología y sostenibilidad en sus prácticas. (School, 2021, pág. 1)

(Josi, 2022) Cualquier empresa se orienta hacia sus clientes, ya que son la clave del éxito. La interacción entre los clientes y los proveedores de servicios o propietarios de establecimientos permite identificar las necesidades de los visitantes. Este entendimiento guía las acciones que deben llevarse a cabo con el objetivo de lograr la productividad y la sostenibilidad del negocio.

Es esencial establecer claramente el perfil del turista que visita la provincia, ya que comprender quiénes son los que disfrutan y utilizan determinados servicios turísticos contribuirá a orientar las acciones y las decisiones tanto de los propietarios, ya sean del sector privado o público. En este sentido, las entidades gubernamentales también deben guiar las iniciativas de mejora turística teniendo en cuenta dicho perfil.

7.3.18 Variables que determinan el perfil de turista

Para identificar el perfil del turista o cliente, entre los cuales se incluye la segmentación del mercado: Estos segmentos deben ser lo más similares posible en relación con algunos de los criterios más utilizados para la Investigación del mercado, con el objetivo de identificar el perfil del cliente.

Variable Demográfico: La segmentación demográfica implica la subdivisión del mercado en segmentos más pequeños, considerando variables como la edad, los ingresos, el nivel educativo, la nacionalidad, la raza, la religión, la ocupación, entre otros. (Questionpro, 2024)

Variable socio económico: Se indica que el aspecto socioeconómico marca la diferencia en el entorno del visitante al determinar cuánto dinero gasta o está dispuesto a gastar durante su viaje. Además, se define a través de los ingresos, nivel educativo y ocupación laboral del visitante, ya que a medida que aumenta su capacidad adquisitiva, también crece su interés por descubrir nuevos destinos.

Variable Motivación: En su teoría, se expone que la motivación turística puede manifestarse en cinco niveles distintos: a) deseo de descanso; b) búsqueda de seguridad; c) anhelo de relaciones; d) aspiración a la autoestima y desarrollo; y e) impulso hacia la actualización y realización. (Fernández, 2015, pág. 127)

Variable Comportamental: La segmentación constituye una etapa fundamental en cualquier estrategia o campaña de marketing, ya que posibilita la subdivisión de nuestros mensajes con base en las diversas características que pueden exhibir los consumidores. Es entender el comportamiento del consumidor turístico para comprender su enfoque al adquirir servicios turísticos. (Turísticas, 2023, pág. 1)

7.3.19 Perfiles de visitantes de espacios Naturales

Los visitantes de entornos naturales pueden ser categorizados en varias clasificaciones según diversos criterios, los cuales se relacionan con las actividades que realizan en el espacio natural, sus expectativas durante la visita, entre otros aspectos.

(Malcavilla, 2022).

7.3.20 Visitante casual

Para este tipo de visitante, explorar el entorno natural no constituye su objetivo principal. Su visitase centra en participar en una actividad específica que forma parte de las opciones ofrecidas en el área, pero no necesariamente implica un interés primordial en conocer el espacio natural en sí mismo. (Silvia, 2022)

7.3.21 Visitante contemplador o de paso

Este tipo de visitante tiene una estadía breve en el espacio natural. Su principal motivación disfrutar de un paisaje impresionante que ha escuchado o visto en imágenes, más que explorar detenidamente el entorno o participar en actividades específicas. (Turismo Científico, 2022)

7.3.22 Campista

Por lo general, este tipo de visitante pasa varios días en el espacio natural. Algunos buscan una experiencia profunda con la naturaleza, mientras que otros tienen motivaciones más prácticas y ven el lugar visitado como un sitio para descansar. (Patricia, 2013, pág. 35)

7.3.23 Aventurero/Montañero

Esta situación es característica de aquellos que buscan un desafío en el espacio natural visitado. Su principal objetivo es enfrentar situaciones de riesgo y esfuerzo físico como una forma de relacionarse con la naturaleza. (Turismo, agua y género: resumen de artículo científico, 2020)

7.3.24 Visitante cultural

Este tipo de visitantes generalmente llegan al espacio natural seleccionado con información previa o una planificación detallada. El espacio natural es solo una parada más dentro de un recorrido amplio que incluye tanto lugares naturales como culturales. (Diana, 2015)

7.3.25 Visitante conservacionista

Se trata de un grupo altamente consciente del medio ambiente que busca establecer un contacto profundo con los valores naturales del lugar visitado, siendo esta la razón principal de su visita. (Pilar, 2009)

7.3.26 Necesidades del turista

El turista busca cumplir con sus necesidades y expectativas al seleccionar el atractivo que desea disfrutar en su destino. El análisis de las necesidades del turista ha llevado al desarrollo positivo

de otras comunidades en este campo. Por lo tanto, es crucial diseñar servicios y productos que se alineen con estas necesidades percibidas. (RUIZ, 2012,pág. 25)

7.3.27 Atractivos Turísticos Naturales

Los recursos naturales son todos los elementos del entorno natural que poseen una atracción específica y motivan a las personas a abandonar su lugar de residencia por un período determinado con el fin de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento. Estos recursos pueden incluir bosques, playas, lagos, lagunas, aguas termales, entre otros. (RUIZ, 2012, pág. (25). Dentro de la categoría de atractivos naturales, se encuentran diversos tipos, tales como montañas, planicies, desiertos, entornos lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares. (PIBAQUE PIONCE, 2022, pág. 30)

7.3.28 Jerarquización de atractivos

Las jerarquías se refieren a un proceso de clasificación basado en la revisión de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, Los criterios propuestos por la OEA, que han sido adoptados en el país como referencia para la identificación de atractivos turísticos, se resumen de la siguiente manera: (turísticos, 2024, pág. 14)

7.3.29 Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos.

Una vez recopilada la información del atractivo, se le asigna un valor numérico que representa el puntaje obtenido en una escala del 1 al 100. Este puntaje se corresponde con un nivel de jerarquía, que varía en una escala de I a IV, como se detalla en la Tabla 2. (turísticos, 2024, pág. 14)

7.3.30 OBJETIVO GENERAL DEL MANUAL

Contar con un instrumento técnico que guíe y estandarice la elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos para la creación de Espacios Turísticos en el territorio nacional es fundamental para la gestión y el desarrollo del sector turístico. (turísticos, 2024,pág. 14)

Tabla 6 Jerarquía de atractivos turísticos

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

Fuente: (turísticos, 2024) Tomado de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004 y 2014

8. VALIDACIÓN DE PREGUNTAS O HIPÓTESIS

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

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

La investigación muestra que los turistas actuales eligen visitar la provincia de Tungurahua tiene características específicas; El turista es un cliente que experimenta una constante evolución y adapta sus necesidades de acuerdo con su entorno. Debido a estos

cambios, se ha llevado a cabo una investigación sobre el perfil del turista que elige visitar la provincia. Los resultados revelan que la mayoría de los turistas que llegan a la provincia son residentes, principalmente mujeres, incluyendo tanto a nivel local como nacional, y en menor proporción a nivel internacional. Los resultados revelan que el 50% de los turistas que visitan la provincia son ecuatorianos locales, nacionales en su mayoría, con una presencia limitada de turistas internacionales, y se encuentran en un rango de edad entre los 35 y 64 años, siendo menos frecuente la presencia de jóvenes. La mayoría de los turistas pertenecen al sector de empleados privados y presentan ingresos medios, predominando aquellos con un promedio mensual de \$ 425 a 1000. En su mayoría, cuentan con un título de tercer nivel y, cuando viajan, lo hacen acompañados de personas menores de 16 años, prefiriendo no estar en compañía con mayores. Los turistas extranjeros son los que más tiempo pernoctan en los diversos alojamientos de la provincia, generalmente de 1 a 2 días, para disfrutar de la comida típica, actividades de ocio y recreación. Por otro lado, los turistas nacionales destinan su inversión principalmente en alimentación, transporte y souvenirs. En cuanto a los medios de transporte, los turistas prefieren utilizar su propio vehículo al momento de viajar.

9. METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación se clasifica como un estudio transversal, con un enfoque cuantitativo y alcance descriptivo. El trabajo tiene como objetivo general, Caracterizar el perfil del turista actual que visita la provincia de Tungurahua, a través de un estudio para la contribución al desarrollo turístico de la provincia. Para dar cumplimiento con el objetivo general se diseñaron dos objetivos específicos.

Utilizando la metodología de recolección de datos de investigación y llevando a cabo trabajo de campo, se realizó una encuesta a un total de 385 turistas que estaban visitando los 10 destinos turísticos más destacados de la provincia de Tungurahua. Se aplicó el muestreo accidental para seleccionar a los turistas que visitaron los destinos turísticos clasificados en las

categorías II, III y IV. Se consideró a personas mayores de 18 años como la edad mínima para participar en la encuesta. Después de llevar a cabo la investigación, se detallaron las características de los turistas actuales, se identificó su perfil y se diseñó el boletín informativo con los resultados de la encuesta.

9.1 Aplicación de la encuesta

El procedimiento llevado a cabo antes y durante la aplicación de la técnica se dividió en dos etapas. En la primera fase, se realizó una revisión bibliográfica de fuentes primarias y secundarias obtenidas a través de buscadores confiables como Google Académico, lo que permitió localizar documentos académicos relevantes. Además, se consultaron páginas web oficiales. En la segunda fase, se llevó a cabo el trabajo de campo con la encuesta en los 10 destinos turísticos principales de la provincia de Tungurahua.

9.2 Técnicas

9.2.1 Revisión bibliográfica

El método de búsqueda facilitó la recopilación de información presente en una variedad de documentos pertinentes para la tesis, lo cual es altamente ventajoso para la investigación. A través de la revisión bibliográfica, se identificaron los puntos donde se aplicaría la encuesta en el trabajo de campo en los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua.

9.2.2 Encuesta

Técnica de investigación empleado en estudios cuantitativos para obtener información primaria, siendo fundamental que el instrumento esté bien estructurado. Se llevó a cabo una encuesta dirigida a un total de 385 turistas, tanto nacionales como extranjeros, que estaban visitando los 10 principales destinos turísticos de la provincia. Se enfocó en individuos mayores de 18 años, considerados como adultos jóvenes y capaces de responder voluntariamente. El cuestionario de la encuesta consta de un total de 24 preguntas y se divide en secciones que incluyen el encabezado, que contiene el nombre de la institución, la facultad y la carrera, seguido de una introducción y concluye con el cuestionario.

9.2.3 Muestra accidental

El método de muestreo no probabilístico implicó encuestar a turistas que estuvieron disponibles y accesibles en el destino turístico, seleccionados de forma casual sin tener en cuenta ningún criterio más que la edad. Esta modalidad de muestreo permitió la encuesta de diversos tipos de turistas y la obtención de información valiosa.

9.3 Instrumentos

9.3.1 Cuestionario

El cuestionario facilitó la recopilación de datos numéricos obtenidos al aplicarse en los 10 destinos turísticos principales de la provincia de Tungurahua. Las 24 preguntas estuvieron estructuradas de manera lógica y ordenada, y la mayoría de ellas ofrecieron opciones de respuesta cerradas. Cada pregunta estuvo diseñada para obtener información relacionada con las cuatro variables de estudio, lo que permitió obtener respuestas concretas y verídicas.

9.3.2 Formula del cálculo de la muestra

Para determinar la población de estudio, se comenzó buscando información primaria en la página web del Ministerio del Ambiente (MAE) y se revisaron los planes de desarrollo y ordenamiento territorial de cada cantón de la provincia en fuentes bibliográficas. A pesar de esto, no se encontró la información necesaria. Sin embargo, al acceder al visualizador Geo portal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador (Geovit) del Ministerio de Turismo (MINTUR), se encontraron datos estadísticos sobre el ingreso de turistas a la provincia hasta el año 2010, que totalizaban 832.462. Dado que no había datos actualizados sobre el ingreso de turistas nacionales e internacionales a la provincia, se calculó el tamaño de la muestra utilizando la fórmula para poblaciones infinitas. (Rodríguez, 2015).

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

Los elementos a considerar fueron: n: tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad

p= Probabilidad de ocurrencia q= Probabilidad de no ocurrencia N= Población

e= Error de muestreo

$$n = \frac{(196)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2} = \frac{38416 * 0.25}{0.0025} = \frac{0.96045}{0.0025} = 384.16 = 385 \text{ personas}$$

9.3.3 Instrumento y recolección de datos

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

Tabla 7 Cuadro de operacionalización de las variables de caracterización

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

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

¿Con quién viaja?

- Solo
- Amigos
- Familia
- Pareja

¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?

¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?

¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia?

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

¿Qué porcentaje del gasto destino para?

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

Motivación

¿Cuál fue el motivo de su viaje?

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

¿Qué atracción turística le gusta más de la provincia?

¿Qué tiempo estimo para su visita en la provincia?

- De 0 a 1 día
-

-
- De 1 día a 2 días
 - De 3 a 4 días
 - Más de 4 días

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

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

¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

- Cada semana
- Cada mes
- Cada feriado
- Otros

¿Cuántas veces ha visitado la provincia?

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

Preferencias

¿Qué tipo de hospedaje prefiere?

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

¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?

- Comida típica
- Comida gourmet
- Comida rápida
- Otros

¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?

- Caminata
- Pesca
- Natación

-
- **Picnic**
 - **Deportes**
 - **Gastronomía**
 - **Otras actividades**

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

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

Tomado de. (Zumbana, 2022)

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

9.4 Proceso de la investigación

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

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

10 Resultados

10.1 Descripción del área de estudio

10.1.1 Macro Descripción; Ecuador

Figura. 1 Mapa del Ecuador



Fuente: (Ecuador M. d., 2024)

En Ecuador, debido a su configuración geográfica y su posición, no se experimentan estaciones claramente marcadas como ocurre en otros lugares del mundo. En términos generales, el país tiene dos estaciones distintas: verano e invierno. El turismo juega un papel crucial en la disminución de la pobreza al generar oportunidades laborales. A finales de 2021, se contabilizaron 534,066 empleos en el sector de alojamiento y servicios de alimentos y bebidas, lo que representa un aumento del 16% con respecto al año anterior. (Ecuador M. d., 2022, pág. 12) El sector del transporte de pasajeros experimentó la mayor pérdida en términos absolutos durante el período de marzo a diciembre de 2020 en comparación con el mismo período en 2019. Según los datos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas.

"El país está dividido en cuatro regiones que se distinguen por su altitud, clima y geografía: Galápagos, Costa, Sierra y Oriente, lo que ha llevado a que se le denomine como el país de los cuatro mundos". (Ecuador, 2023, pág. 3)

10.1.2 *Limites*

Tabla 8 Limites

Norte	Colombia
Sur	Perú
Este	Perú
Oeste	Océano Pacífico

10.1.3 *División Política*

El país se compone de 24 provincias, cada una de las cuales contiene 269 cantones, cada uno de ellos con sus propias parroquias urbanas y rurales.

Tabla 9 *Provincias del Ecuador*

Azuay	Cotopaxi	Napo	Santo Domingo de los Tsáchilas
Bolívar	El Oro	Orellana	Guayas
Cañar	Esmeraldas	Pastaza	Imbabura
Carchi	Galápagos	Pichincha	Loja
Chimborazo	Los Ríos	Santa Elena	Sucumbíos
Cotopaxi	Morona Chinchipe	Manabí	Tungurahua

Fuente: (Ecuador, 2023, pág. 3)

10.1.4 Información del Ecuador

Ecuador dispone de 1635 lugares de interés turístico, de los cuales 712 son lugares naturales y 923 son destinos culturales, mayormente clasificados en la jerarquía II y II

Tabla 10 Características

Idioma	Español, Kichwa
Moneda	Dólar Norte América
Población	17268000 habitantes
Turismo	24247,7 turistas Internacional

Fuete: (MINTUR, 2020)

10.1.5 Meso Descripción; Provincia de Tungurahua

10.1.5.1 División Política de Tungurahua

Figura. 2 Mapa de Tungurahua



Fuente: (PDOT, <https://www.quero.gob.ec/division-politica/>, 2015)

Tabla 11 Características

Coordenadas	1°14'00"S 78°32'00"O
Idioma	Español, Kichwa
Fundación	3 de julio de 1862
Población	563.532 habitantes
Turismo	24247,7 turistas
Clima	De -10 a 30 °C

Tungurahua es considerada una de las maravillas de la cordillera ecuatoriana, debido a su atractivo y encanto duradero.

10.1.5.2 Límites

Tabla 12 Límites

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

10.1.5.3 Demografía

La información oficial proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el último censo de población y vivienda realizado en 2010 reveló que la provincia de Tungurahua.

Tabla 13 Población

Habitantes	504.583
Hombres	244.783
Mujeres	259.800

10.1.5.4 División política

Tabla 14 Cantones

Baños	Pillara	Ambato
Pelileo	Mocha	Ceballos
Patate	Tisaleo	Quero

Fuente: (Tungurahua P. d., 2023)

10.1.5.5 Clima

El clima principal de la provincia Tungurahua es moderado y seco, aunque está sujeto a cambios estacionales influenciados por los vientos que atraviesan, lo que puede modificar las condiciones climáticas locales. Se encuentran áreas con temperaturas más cálidas y otras más frías, típicas de la región montañosa. (Tungurahua P. d., 2023)

10.1.5.6 Hidrografía

Los ríos, Pucachuayco y Cutacha se originan en las vertientes del norte, y al unirse con el río Ambato y el Pachanlica contribuyen al caudal del río Patate.

Tabla 15 *Vertientes*

Lagunas	Vertientes Termales
Pisa yambo	Cunac-yaku
Tambo	Agujan
Patojapina	Pishilata
Rodo- Chocha	Quillan, Vertientes del Salado de la virgen

Fuente: (Tungurahua P. d., 2023)

10.1.5.7 Economía

Tungurahua la economía rural se basa principalmente en actividades agrícolas y ganaderas de la misma forma en turismo cuenta con un alto porcentaje de atracción turística nacional y extranjera, según (Tungurahua P. d., 2015)

Tabla 16 Actividades económicas

Industria	Gastronomía, Textil, Calzados, Chopas de cuero etc.
Agricultura	Los principales cultivos son: trigo, cebada, maíz, papas, avena, tomates, cebolla, durazno, pera, y manzana para el consumo nacional.
Ganadería	La principal actividad del sector rural es, vacuno, porcino, caballos, ovinos y caprino.

Fuente: (Tungurahua P. d., 2023)

10.1.5.8 Fiestas Populares de la provincia de Tungurahua

- El Carnaval de Ambato o Fiesta de las Flores y las Frutas (febrero)
- Señor del Terremoto de Patate (febrero)
- Sol de Noviembre (fiestas de independencia de Ambato todo el mes de noviembre)
- La diablada pillareña (1 al 6 de enero)

10.1.5.9 Gastronomía

- Llapingacho
- Pan de Ambato
- Pan de Pinllo
- Gallinas de Pinllo
- Colada morada con empanadas de viento de Atocha
- Chocolate Ambateño
- Melcocha
- Jugo de caña
- Arepas patateras

10.1.5.10 Turismo

Tungurahua se caracteriza por tener un gran potencial turística, por su naturaleza, geográfica, clima, cultura y tradiciones. Con el objetivo de potenciar los destinos turísticos de la provincia a través de programas de excelencia turística y destinos de excelencia con la señalización turística para desarrollar las facilidades de ingreso a los destinos turísticos de cada cantón. (Tungurahua P.d., 2015) Además, se encuentran áreas protegidas y parques nacionales que atraviesan algunas de las provincias de la sierra del Ecuador, el turismo rural que es lo más significativo con, las diversas culturas indígenas que encontramos como los salasacas, pilahuinas, chibuleos, quisapinchas, tambolomas, santa rosas. (SNAP, 2016, pág.2)

10.1.5.11 Arias protegidas Parque Nacional Llanganates

Es un área protegida refugio de la vida silvestre. La superficie se extiende en las provincias de Tungurahua, Cotopaxi y Napo, posee un ecosistema de bosque andino húmedo. (SNAP, <https://areasprotegidassieracentro.wordpress.com/2016/03/31/region-sierra-centro/>, 2016)

Tabla 17 *Áreas protegidas*

Parque Nacional Llamantes	Descripción
Ubicación	Cotopaxi, Tungurahua, Napo y Pastaza.
Extensión	219707 hectáreas.
Creación	19-03-1996
Elevación	1200-4571 msnm
Clima	frío en las partes altas y cálido húmedo en el bajo.
Ecosistemas	bosque nublado, bosque andino, páramos arbustivos, de frailejones, herbáceo, lagunas y pantanos.

Fuente: (SNAP, 2016, pág. 2)

10.1.5.12 Parque Nacional Sangay

Es un área natural protegida localizada en la región centro oriental del Ecuador, entre las provincias de Morona Santiago, Tungurahua, Chimborazo, Cañar y Azuay.

Tabla 18 *Características*

Parque Nacional Sangay	Descripción
Ubicación	Cañar, Tungurahua, Chimborazo y Morona Santiago
Extensión	517765 hectáreas.
Creación	19-06-1975, en 1983 declarado Patrimonio Natural de la Humanidad.
Elevación	1000-5230 msnm
Clima	frío en las partes altas, templado periódicamente seco, tropical lluvioso. 6-24 °C.
Ecosistemas	Bosque nublado, bosque andino, páramos andinos, páramo herbáceo, lagunas y ciénagas.

Fuente: (SNAP, 2016, pág. 2)

10.1.5.13 Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

La Reserva de Producción de Fauna de Chimborazo es parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Ecuador. (<https://ecadorsierranorteblog.tumblr.com/post/126400051933/áreas-protegidas-de-Tungurahua>, 2015, pág. 1)

Tabla 19 *Características*

Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	Descripción
Ubicación	Bolívar, Chimborazo, Tungurahua
Extensión	58560 hectáreas.
Creación	1986
Elevación	3.200-6.310 metros.
Clima	frío en las partes altas, templado periódicamente seco, tropical lluvioso. 6-24 °C.
Ecosistemas	Bosque andino, páramos andinos, páramo herbáceo y el arenal.

Fuente: (SNAP, 2016, pág. 2)

10.1.5.14 Planta turística

El Ministerio de Turismo cuenta con el catastro turístico de establecimientos a nivel nacional en todas las actividades turísticas, Todas las actividades turísticas deberán trabajar a través de un contrato con operadores turísticos y agencias de viajes.

(<https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>, 2024, pág. 2).

Tabla 20 *Número de establecimientos de alojamiento turísticos*

TIPO	TUNGURAHUA
Lujo	10
Primera	175
Segunda	300
Tercera	285
Cuarta	5
Total	775

Fuente: (MINTUR, 2020)

Tabla 21 *Número de establecimientos de alimentación turística.*

TIPO	TUNGURAHUA
Lujo	12
Primera	428
Segunda	450
Tercera	950
Cuarta	275
Total	2115

Fuete: (MINTUR, 2020)

Tabla 22 *Número de atractivos turísticos registrados*

Cantones	Numero
Ambato	132
Baños	110
Ceballos	9
Mocha	24
Patate	33
Pelileo	28
Pillara	43
Quero	16
Tisaleo	12
Total	407

Fuente: Número de establecimiento de intermediación turística registrados

23 Establecimientos de operación turística

Tipo	Pichincha
Operación e Intermediación; Agencias de Viajes y Operaciones turísticas	453
Organizadores de eventos	89
Total	542

Fuente: (Mintur, 2024)

Figura. 3 Mapa Turístico de Tungurahua



10.2 Micro Descripción

10.2.1 Datos generales del cantón Ambato

El cantón Ambato se distingue por su marcado enfoque comercial y de manufactura. Diariamente, se realizan transacciones de productos agrícolas, agroindustriales, artesanales e industriales, tanto al por mayor como al por menor. (Plan Estratégico, 2016, pág. 3

Tabla 24 Datos cantonales

Cabecera Cantonal	Ambato
Cordenadas	1°14'30"S 78°37'11"O
Clima	Templado andino de 15,7 °C en promedio.
Altitud	2580 m s. n. m.
Limites	Norte: Provincia de Cotopaxi Sur: Provincia de Chimborazo y los cantones Tisaleo y Cevallos. Este: Cantón Pelileo y Cantón Píllaro. Oeste: Provincia de Bolívar.
Población total	177316 habitantes
Fundación	El 25 de junio de 1824

Fuente: (PDOT, 2015, pág. 35)

Tabla 25 Parroquias urbanas

PARROQUIAS URBANAS	PARROQUIAS RURALES
Atocha Ficoa	Ambitillo
Celiano Monge	Atahualpa
Huachi Chico	Hunamunllo
Huachi Loreto	Totoras
La Matriz	Santa Rosa
La Merced,	San Fernando
La Península	San Bartolomé
Pishilata,	Quisapincha, Izamba, Huachi Grande
San Francisco .	Pilahuin, Pasa, Montalvo, Juan Benigno Vela

Fuente: (Plan Estratégico, 2016, pág. 38)

10.2.2 Datos generales del cantón Baños

Cantón Baños es famoso por sus aguas termales, clima excepcional y su relevancia como uno de los principales destinos ecuatorianos para el turismo de naturaleza y aventura. (Ecuador travel, 2024, pág. 1

Tabla 26 Datos generales del cantón Baños

Cabecera Cantonal	Baños de Agua Santa
Cordenadas	1°23'47"S 78°25'29"O
Clima	Posee un clima cálido húmedo con 18 °C
Superficie	Superficie de 1.065km ² .
Limites	<p>Al norte: con la provincia de Napo</p> <p>Al sur: con las provincias de Chimborazo y Morona Santiago</p> <p>Al este: con la provincia de Pastaza</p> <p>Al oeste: con los cantones Patate y Pelileo</p>
Población total	14653 habitantes
Fundación	El 16 de diciembre de 1944

Fuente: (PDOT. cantonábamos, 2019, pág. 15)

Tabla 27 Parroquias

PARROQUIAS URBANAS	PARROQUIAS RURALES
Baños de Agua Santa (cabecera cantonal)	Lligua Rio Verde Rio Negro Ulba

Fuete: (PDOT cantonBaños, 2019, pág. 15)

10.2.3 Datos generales del cantón Pelileo

En el cantón Pelileo en el ámbito turístico los productos han contribuido a la reputación de la ciudad y son altamente valorados tanto por visitantes nacionales como extranjeros. (Turisec, 2023, pág. 25)

Tabla 28 Características

Coordenadas	1°19'39"S 78°32'27"O / -1.3275, -78.54083333
Clima	La temperatura media anual es de 13 °C y la máxima 31 °C 202 km ²
Superficie	
Cabecera Cantonal	San Pedro de Pelileo
Limites	Al norte: con el cantón Píllaro Al sur: con la provincia de Chimborazo Al este: con los cantones Baños y Patate Al oeste: con los cantones Ambato, Cevallos y Quero
Población total	56.573 habitantes
Fundación	De 22 de julio de 1860

Fuente: (Turisec, 2023, pág. 25)

Tabla 29 Parroquias

PARROQUIAS URBANAS	PARROQUIAS RURALES
Pelileo	Benites, El Rosario, García Moreno, Huambalo, Salasaka.
Pelileo Grande	Bolívar, Cotalo, Chiquicha.

Fuente: (Viajando PELILEO) (Patricia, 2015, pág. 32)

10.2.4 Datos Generales del Cantón Cevallos

El cantón Cevallos, ubicado en la provincia de Tungurahua, ofrece a los visitantes la oportunidad de disfrutar de la naturaleza, explorar la rica cultura y degustar la deliciosa gastronomía de la región central de la Sierra ecuatoriana. (Plan estratégico, 2014)

Tabla 30 Características

Cabecera Cantonal	Cevallos
Cordenadas	1°21'00"S 78°37'00"O
Clima	La temperatura media anual se sitúa entre 14° C. y 17° C
Superficie	19 km ²
Limites	Al norte: Con el Cantón Ambato Al sur: Con los cantones Mocha y Quero Al este: Con el Cantón Pelileo Al oeste: Con cantones Mocha y Tisaleo
Población total	8163 habitantes
Fundación	El 29 de abril de 1892

Fuente: (PDOTcevallos, 2015)

10.2.5 *Datos Generales del Cantón Quero*

En Quero, los veranos son cortos, frescos y nublados y los inviernos son cortos, fríos y parcialmente nublados. (PDOTquero, 2024, pág. 2)

Tabla 31 Características

Cabecera Cantonal	Quero
Cordenadas	1°22'45"S 78°36'25"O / -1.3793, -78.607
Clima	
Superficie	173 km ²
Limites	Al norte y oeste: Con los cantones Mocha y Cevallos Al sur: Con la provincia de Chimborazo Al este: Con el Cantón Pelileo
Población total	20.368 habitantes (2.015)
Fundación	Fecha de Fundación Civil: 1860

Fuente: (PDOT, <https://www.quero.gob.ec/division-politica/>, 2015)

10.2.6 Datos Generales del cantón Pillaro

El municipio de Píllaro es una jurisdicción dentro de la provincia de Tungurahua, con la ciudad de Santiago de Píllaro como su principal centro administrativo. (Álvarez, 2015, pág. 35)

Tabla 32 Características

Cabecera Cantonal	Pillaro
Coordenadas	1°10'33"S 78°33'19"O
Clima	Andino de 15 °C en promedio
Superficie	443 km ²
Limites	Al norte: La provincia de Cotopaxi Al sur: Con los cantones de Pelileo y Patate Al este: Con la provincia de Napo Al oeste: Con el cantón Ambato
Población total	38 357 habitantes
Fundación	En 1570, por Antonio Clavijo

Fuente: (PDOTpillaro, 2020, pág. 15)

Tabla 33 Parroquias

PARROQUIAS URBANAS	PARROQUIAS RURALES
Píllaro	Baquerizo Moreno, Emilio María Terán(Rumipamba), Marcos Espinel (Chacate)
Ciudad Nueva	San Andrés, San José de Poaló, San Miguelito

Fuente: (PDOTpillaro, 2020, pág. 15)

10.2.7 Datos Generales del Cantón Mocha

Es famoso por sus misteriosas leyendas, que cuentan que al acercarse a las faldas de la montaña conocida como Puñalica, se puede supuestamente pactar con el oscuro ser o "diablo" para obtener grandes riquezas a cambio del alma. (MochadivicionPolitica, 2021)

Tabla 34 Características

Cabecera Cantonal	Mocha
Coordenadas	1°25'00"S 78°40'00"O
Clima	Andino de 15 °C en promedio
Superficie	82.31 km ²
Limites	Al norte y este: Con los cantones Tisaleo, Cevallos y Quero Al sur: Con la provincia de Chimborazo Al oeste: Con Ambato
Población total	1 209 habitantes. La Matriz, Pinguili Santo Domingo
Parroquias	
Fundación	13 de mayo de 1986

Fuente: (PDOTmocha, 2020)

10.2.8 Datos Generales del cantón Tisaleo

El cantón Tisaleo cuenta con 13.462 habitantes (2.015) y forma parte de la provincia de Tungurahua, se localiza al suroeste de la ciudad de Ambato, en la vía hacia Riobamba, a 3.280 msnm. (PAZMIÑO, 2013)

Tabla 35 Características

Cabecera Cantonal	Tisaleo
Cordenadas	1°21'00"S 78°40'00"O
Clima	Andino de 15 °C en promedio
Superficie	59km ² .2
Limites	Al norte: Con el Cantón Ambato Al sur: Con el cantón Mocha Al este: Con el Cantón Cevallos Al oeste: Con el Cantón Ambato
Población total	1 269 habitantes.
Parroquias Urbanas y Rurales	Tisaleo (cabecera cantonal). Cantón Tisaleo
Fundación	Tisaleo luchó por su cantonización desde 1980

Fuente: (PDOTtisaleo, 2023)

10.2.9 Datos Generales del cantón Patate

Patate es un cantón, cuya municipalidad de la provincia de Tungurahua. Su población es de 6.720 habitantes, tiene una superficie de 315 km². Su cabecera cantonal es la ciudad San Cristóbal de Patate. (PDT, 2018, pág. 33)

Tabla 36 Características

Cabecera Cantonal	Patate	
Cordenadas	1°19'00"S	78°31'00"O / -
	1.31666667,	-
	78.51666667	
Clima	Andino de 15 °C en promedio	
Superficie	315 km ²	
Limites	<p>Al norte: Con el Cantón Píllaro y la provinciade Napo.</p> <p>Al sur: Con los cantones Baños y Pelileo</p> <p>Al este: Con el cantón Baños</p> <p>Al oeste: Con cantones Píllaro y Pelileo</p>	
Población total	6.720 habitantes,	
Parroquias Urbanas y Rurales	Sucre (Cab. en Sucre-Patate Urcu), El TriunfoLos Andes (Cab. en Poatug), Patate	
Fundación	1973	

Fuente: (PDOTpatate, 2019-2023)

10.3 Primer objetivo:

Caracterizar el perfil del turista por medio de la aplicación de la técnica de la encuesta, a través del trabajo de campo en los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua.

10.3.1 Aplicación de la encuesta

Se creó un formulario estructurado en Word que incluye 24 preguntas tanto abiertas como cerradas, abarcando las cuatro variables de demografía, situación económica, motivación y preferencias. El modelo de encuesta se la tomo de repositorio de la UTC de latesis que se realizó

en la provincia de Pichincha sobre el estudio del perfil del turista en la época de pandemia 2022.

10.3.2 *Tabla 1. Cuadro de operacionalización de las variables de caracterización*

Tabla 37 *Variables de caracterización*

Variable de caracterización	Indicador – Instrumento	
Demográficas	¿Nacionalidad?	
	¿Residencia?	
	¿Edad?	
	¿Género?	
	Masculino	
	Femenino	
	Otros	
	¿Estado civil?	
	Soltero	
	Casado	
	Divorciado	
	Viudo	
	Unión Libre	
Socioeconómicas	¿Promedio mensual de ingresos?	
	Sin ingresos	
	Un Salario básico \$425	
		<ul style="list-style-type: none"> · \$425 a \$1000 · \$1001 a \$2000 · Más de \$2001
	¿Nivel de estudio?	<ul style="list-style-type: none"> · Educación básica · Bachillerato · Técnico · Tercer nivel · Cuarto nivel
	¿Con quién viaja?	

- Solo
- Amigos
- Familia
- Pareja

¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?

¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?

¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia?

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

¿Qué porcentaje del gasto destino para?

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Otros</i> (<i>actividades de ocio y recreación</i>) 	<p>¿Cuál fue el motivo de su viaje?</p> <p>Relajación</p> <p>Salud</p> <p>Estudios</p> <p>Religión</p> <p>Visitas familiares/amigos</p> <p>Otros</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

¿Qué atracción turística le gusta más de la provincia?

¿Qué tiempo estimo para su visita en la provincia?

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

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

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

¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

- Cada semana

-
- Cada mes
 - Cada feriado
 - Otros

¿Cuántas veces ha visitado la provincia?

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

Preferencias

¿Qué tipo de hospedaje prefiere?

Hotel
Hostal
Hostería
Logde
Cabañas
Otros

¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?

Comida típica
Comida gourmet
Comida rápida

- Otros

¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?

Caminata
Pesca
Natación
Picnic
Deportes
Gastronomía
Otras actividades

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

Vehículo propio
Vehículo de alquiler (taxi)
Publico
Otros

Tomado de: Zumbana, 2022 pp. 54

Las preguntas del conjunto se dividen en cerradas y abiertas, abordando aspectos como la nacionalidad, edad, lugar de residencia, cantidad de acompañantes menores y mayores de 16 años, y la atracción turística preferida en la provincia. Cabe destacar que en algunas preguntas se incluyó la opción "Otros (especificar)", lo cual posibilita obtener respuestas adicionales no contempladas en el cuestionario, pero relevantes para el turista.

10.3.3 Matriz de atractivos turísticos

Los atractivos turísticos en la provincia de Tungurahua; Se encontró tipos de turismo como: natural, cultural, gastronómico y deportes extremos. Se llevó a cabo una clasificación que facilitó la evaluación de categoría y jerarquización de los atractivos turísticos.

10.3.4 Principales atractivos turísticos de la Provincia de Tungurahua por cantón

Tabla 38 Numero de atractivos por cantón

CANTON	Turismo - Cultural	Turismo - Naturaleza
Pillaro	25	18
Quero	8	8
Tisaleo	5	7
Mocha	17	7
Patate	13	20
Baños	50	60
Pelileo	19	9
Ambato	69	63
Ceballos	6	3

Fuente: Matriz-Inventario-de-Atractivos-2004_compressed.pdf (Mintur, 2024, pág. 25)



Tabla 39 Inventario de atractivos



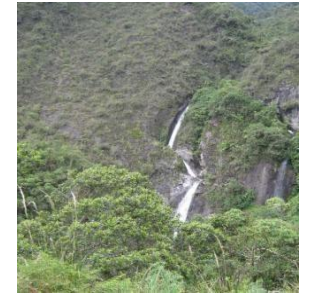
Atractivos Naturales




N.º	Cantón	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Baños	Pailón del Diablo	Sitio Natural	Ríos	Cascada	III
2	Baños	Cascada Manto de la Novia	Sitio Natural	Ríos	Cascada	III
3	Baños	Termas elSalado	Sitio Natural	Aguas Subterráneas	Aguas Termales	II
4	Pillaro	Laguna Pisayambo	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	II



5	Baños	Cascada de Mundug	Atractivo Natural	Ríos	Rápidos oraudales	II
6	Tisaleo y Mocha	Cerro Puñalica	Sitio Natural	Montañas	Colina	II
7	Baños	Mirador de la Cruz de Bellavista	Sitio Natural	Montañas	Mirador	II
8	Baños	Cascada Cabellera de la Virgen	Sitio Natural	Ríos	Cascada	III
9	Quero	Cascada "Jun Jun"	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II
10	Patate	Cascada Siete Chorros	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II

Tabla 40 Descripción de los atractivos turísticos.

Cantón	Atractivo	Jerarquía	Descripción	Actividades	Fotografía
Baños	Pailón delDiablo	III	Se trata de una impresionante cascada que se origina en el río Pastaza, donde el agua cae con una gran fuerza, creando un espectáculo impresionante. Esta cascada tiene alrededor de 80 metros de altura y está rodeada por un estrecho cañón cubierto de una exuberante vegetación tropical. Su nombre, "Pailón del Diablo", se debe a la forma del cañón, que se asemeja a un enorme caldero tallado por la fuerza del agua.	Caminata Fotografía • Observación de aves y flora Disfrutar del entorno	
Baños	cada Manto de la Novia	III	La cascada, con una altura cercana a los 100 metros, forma una cortina de agua que se asemeja a un "manto" descendiendo desde lo alto hacia un cañón profundo.	Paseo teleférico Caminata sendero Fotografía Comida y descanso	

Baños	Termas el Salado	II	El complejo está compuesto por una variedad de piscinas de aguas termales sulfatadas, cada una con diferentes temperaturas. Estas incluyen piscinas con agua caliente y otras más frías, descendiendo a lo largo de la ladera del Volcán Tungurahua.	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Relajación • Caminata 	
Pillaro	Laguna Pisayambo	II	Tiene aproximadamente 2,5 Km de ancho y 4 Km de largo. Es una de las más conocidas dentro del Parque Nacional Llanganates. Sus aguas son limpias, cristalinas, y de buena calidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Fotografía • Caminata 	
Patate	Cascada de Mundung	II	Es un atractivo natural rodeado de montañas y zonas agrícolas	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Aventurismo • Pesca deportiva • Observación de flora y fauna 	

Tisale oy Moch a	Cerr o Puñal ica	Es una elevación de 3.996	metros de altura, compuesta principalmente por basalto feldespático olívico, que se formó durante la última fase eruptiva del Carihuayrazo. Los páramos cercanos al volcán Puñalica también albergan pequeñas lagunas y cochas, originadas por las aguas de lluvia y las vertientes presentes en la zona.	<ul style="list-style-type: none"> • Tracking • Vista panorámica • Observación flora y fauna • Camping • Parapente 	de	
Baños	Mirador de la Cruz de Bellavista	II	El Mirador de la Cruz de Bellavista es un atractivo turístico ubicado en la provincia de Tungurahua, Ecuador. Este mirador ofrece una vista panorámica impresionante de la ciudad de Baños de Agua Santa y su entorno natural	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Senderismo • Relajación • Observación atardeceres 	de	
Baños	Cascada Cabellera de la Virgen	II	La Cascada Cabellera de la Virgen es un atractivo turístico ubicado en la provincia de Tungurahua, Ecuador. Esta cascada se encuentra en el hermoso entorno natural de la ciudad de Baños de Agua Santa.	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Fotografía • Refrescarse • Disfrutar de naturaleza 	la	

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

Fuente: Atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua (GABRIELA, 2014)

En la siguiente etapa, después de haber identificado los atractivos, se llevó a cabo la recopilación de muestras válidas para el estudio.

Para el trabajo de Investigación en campo se presenta el cronograma de salidas de campo donde se muestran los resultados después de haber aplicado la técnica de recolección de datos, el mayor número de encuestas se realizó en los atractivos del cantón Baños, los cuales fueron: Pailón del Diablo, Cascada Manto de la Novia, Cascada Cabellera de la Virgen, Mirador de la Cruz de Bellavista, Termas el Salado. Donde se pudo observar que los turistas extranjeros viajan entre semana y los turistas nacionales el fin de semana sábado y domingo ya que, cuentan con tiempo libre para poder disfrutar en familia y cada uno de los atractivos que se encuentran dentro del lugar, pero más se logró encuestar a turistas nacionales, locales y a los turistas extranjero no se pudo tomar los datos por cuestiones de Idioma y por otras razones, por lo cual no accedían a realizar la encuesta.

A pesar de ello, existieron personas que tuvieron la predisposición de colaborar logrando el objetivo. Los atractivos como la Cascada de Mundug, Cerro Puñalica, Cascada Siete Chorros, Laguna Pisayambo son los atractivos que se encuentran alejados de la zona, por lo que no, era tan factible llegar, se tenía que caminar máximo una hora por los senderos y en ese tramo se podía apreciar algunos turistas nacionales y locales, gracias a ellos se pudo culminar la investigación.

El cronograma de visitas incluye, información como el número de encuestas realizadas, el nombre del atractivo, la fecha y hora de la visita, así como el tipo de evidencia recopilada. Una vez que el cronograma fue creado y aprobado por el equipo de investigación, se procedió a encuestar al total de turistas calculados previamente que estaban visitando los atractivos turísticos. Este proceso se llevó a cabo mediante el método de trabajo de campo directo y la técnica de muestreo accidental.

Tabla 41 Cronograma salida de campo

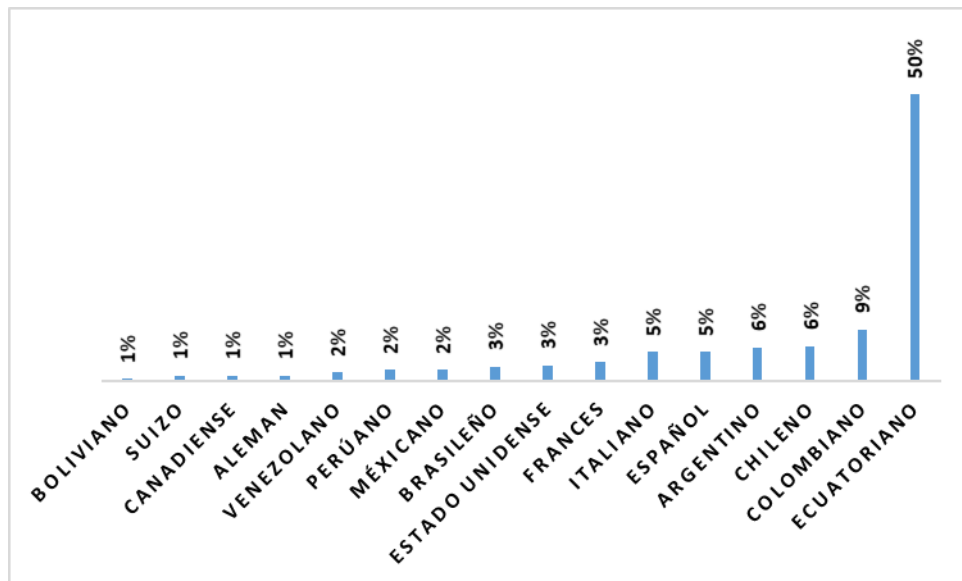
N° Encuestas	Atractivos Turísticos	Fecha de visita	Hora de visita	Evidencia
Baños de Agua Santa				
40	Pailón del diablo	26/11/2023	10:00 -17:00	Fotografías
40	Cascada Manto de la Novia	27/11/2023	10:00 - 16:00	Fotografías
40	Mirador de la Cruz de Bellavista	28/11/2023	10:00 - 17:00	Fotografías
40	Cascada Cabellera de la Virgen	29/11/2023	11:00 - 17:00	Fotografías
40	Termas el Salado	30/06/2023	10:00 - 17:30	Fotografías
Patate				
35	Cascada de Mundug	02/12/2023	10:00 - 17:00	Fotografías
Tisaleo y Mocha				
35	Cerro Puñalica	16/12/2023	11:00 -16:00	Fotografías
Pillaro				
39	Laguna Pisayambo	17/12/2023	11:00 - 17:00	Fotografías
Mocha				
38	Cascada siete chorros	10/12/2023	10:00 -17:00	Fotografías
Quero				
38	Cascada de "Jun Juan!	03/12/2023	10:00 - 17:00	Fotografías

10.3.5 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

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

10.3.5.1 Variable demográfica

Figura. 4 ¿Nacionalidad?

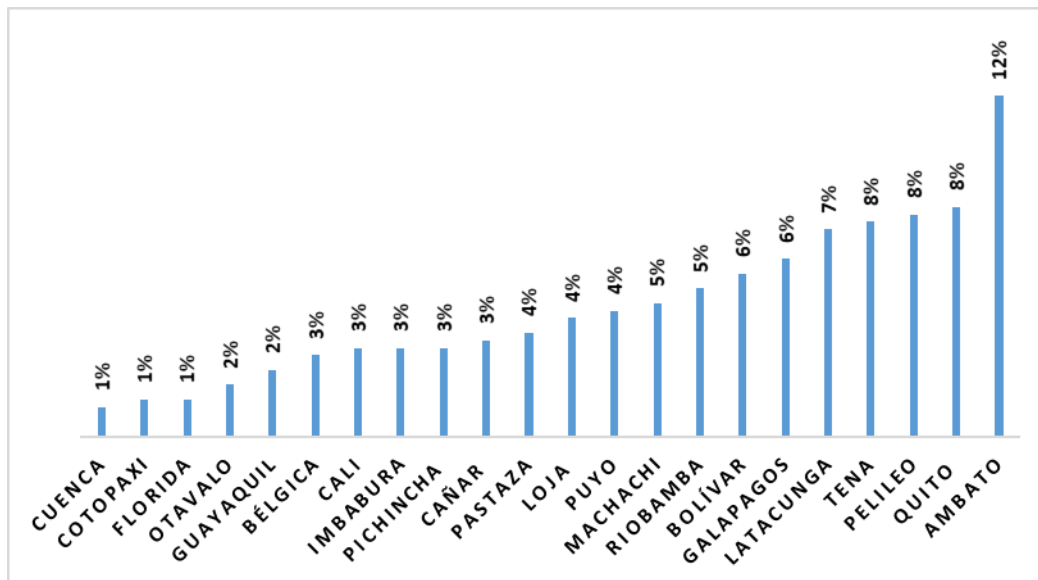


Interpretación

Según los resultados obtenidos tras de aplicación de las 385 encuestas dirigidas a los turistas se puede evidenciar que hay visitas de turistas con diferentes nacionalidades, es así que el 50% de la población en la provincia de Tungurahua es de nacionalidad ecuatoriana, lo que indica que la mayoría de los habitantes son ciudadanos locales. En segundo lugar, se aprecia las visitas colombianas con el 9%, ocupando el tercer lugar se cuenta con visitantes chilenos y argentinos que corresponden al 6% de los turistas que visitan a los atractivos turísticos.

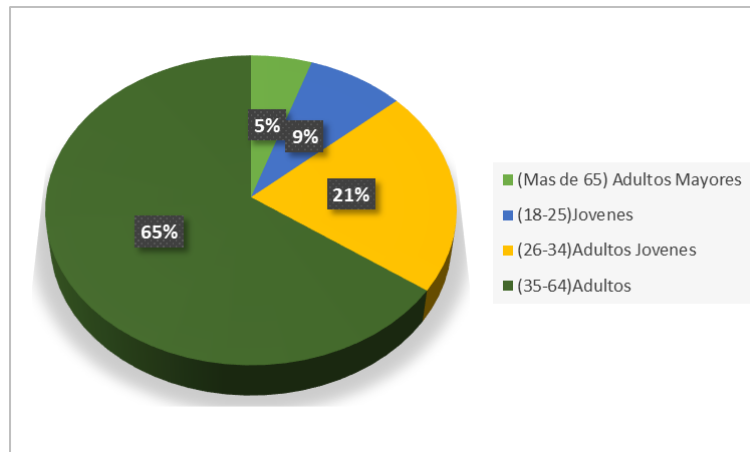
Un 5% de la población es de nacionalidad española e italiano lo que sugiere la presencia de una pequeña cantidad ubicándose en cuarto puesto. Tanto Estado unidense, brasileño y francés representan un 3% cada uno de la población, En quinto puesto son; peruano, venezolano y alemán representan el 2% de la población, lo que indican la presencia de unos pequeños grupos de 3 países. Y en los últimos puestos son canadiense, suizo y boliviano que corresponden con 1% de turistas.

De acuerdo con los resultados se determina que los visitantes son nacionales con mayor porcentaje, sin embargo, también se puede observar con menor porcentaje, a los turistas internacionales, pero con la ayuda de la investigación se puede reactivar el Turismo.

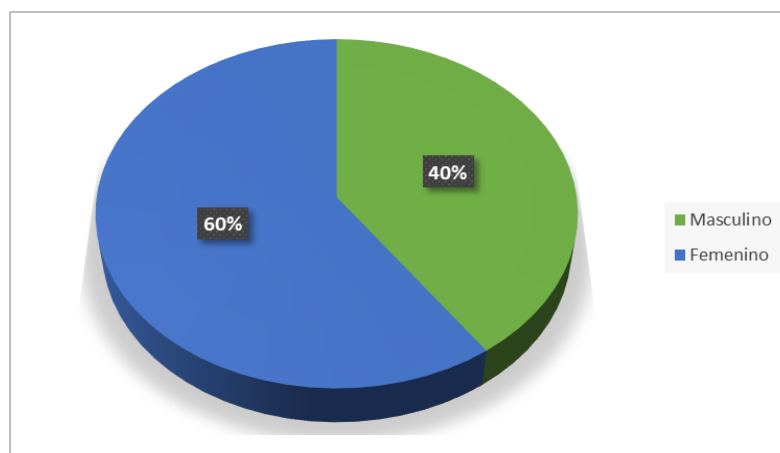
Figura. 5 ¿Residencia?**Interpretación**

El 12% da a conocer con el mayor número de turistas de la ciudad de Ambato que llegana visitar a los atractivos turísticos son personas residentes dentro de la provincia Tungurahua, ensegundo lugar, se puede observar con 8% de turistas que visitan Quito, Pelileo y Tena. En tercer lugar, tenemos de la ciudad de Latacunga con 7% de turistas que visitan a los atractivos turísticos. En cuarto lugar, tenemos Galápagos y Bolívar con 6% de turistas que visitan, de la misma forma tenemos en quinto lugar Riobamba y Machachi con 5% de turistas y también se puede observar en sexto lugar Puyo, Loja y Pastaza con el 4% de turista.

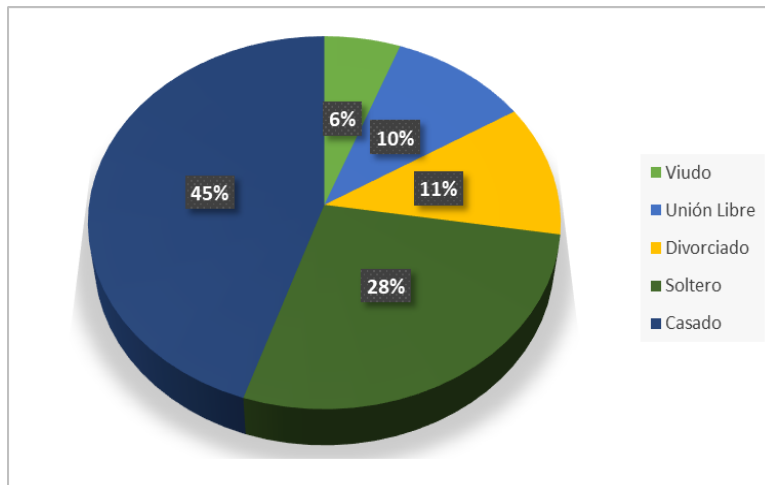
El 3% de turistas son de Cañar, Pichincha, Imbabura, Calí y Bélgica que han llegado a visitar los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua, también podemos observar con 2% de turistas de la región costa y de la región sierra y por último tenemos con 1% de turistas internacionales como Florida y también se puede verificar con 1% de visitantes de cantón Cuenca y de la provincia de Cotopaxi, los visitantes salen a disfrutar en los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua

Figura. 6 ¿Edad?**Interpretación**

Según las encuestas aplicadas, se evidencia que, el mayor grupo de turistas se encuentra en el rango de edad de (35-64) adultos, representando el 65% del total. Le siguen los turistas adultos en el rango de edad de (26-34) adultos Jóvenes, con el 21% del total. Los turistas jóvenes en el rango de edad de (18-25) conforman el 9% de los visitantes. Finalmente, Y por último se registra con el rango de edad (Mas de 65) adultos mayores con 5% de turistas en los atractivos turístico de la zona.

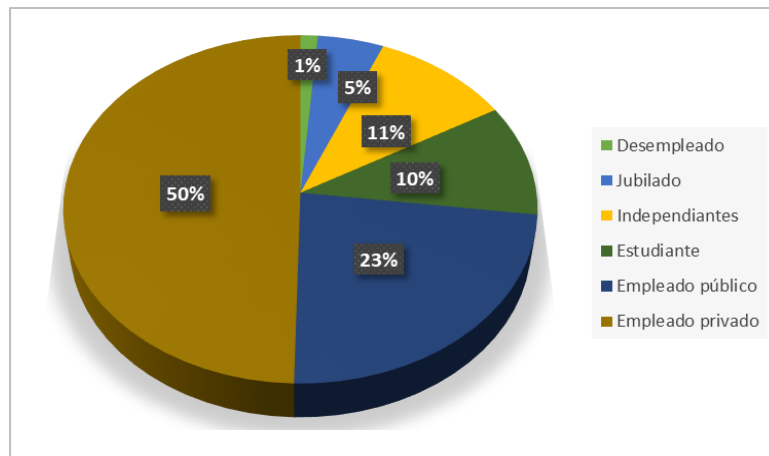
Figura. 7 ¿Genero?**Interpretación**

La provincia de Tungurahua recibe una mayor proporción de turistas femenino con un 60% en comparación al género masculino con un 40%, esto significa que el género femenino toma la decisión de visitar los atractivos turísticos para garantizar la responsabilidad y seguridad de la familiar.

Figura. 8 *¿Estado Civil?*

Interpretación

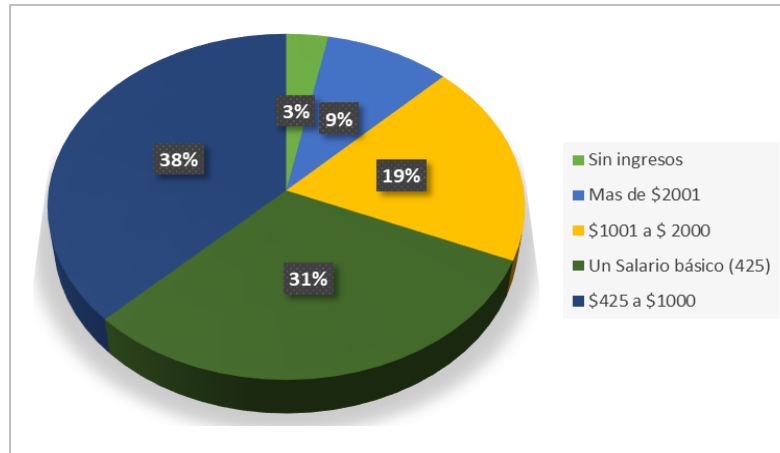
Según la encuesta se puede evidenciar el estado civil de los turistas que visitan a los atractivos turísticos de Tungurahua con 45% visitantes son Casados. Y los turistas solteros constituyen el segundo grupo, con un 28% del total. Un porcentaje más pequeño de turistas se encuentra con (11%), lo que indica en el resultado de la encuesta son parejas divorciadas. Los turistas de unión libre representan el 10% de la muestra, lo que sugiere una presencia significativa de personas que han pasado por un divorcio. Finalmente, el menor porcentaje corresponde a turistas que son viudos (6%), lo que indica de las personas que han perdido a su cónyuge.

Figura. 9 Situación Laboral?

Interpretación

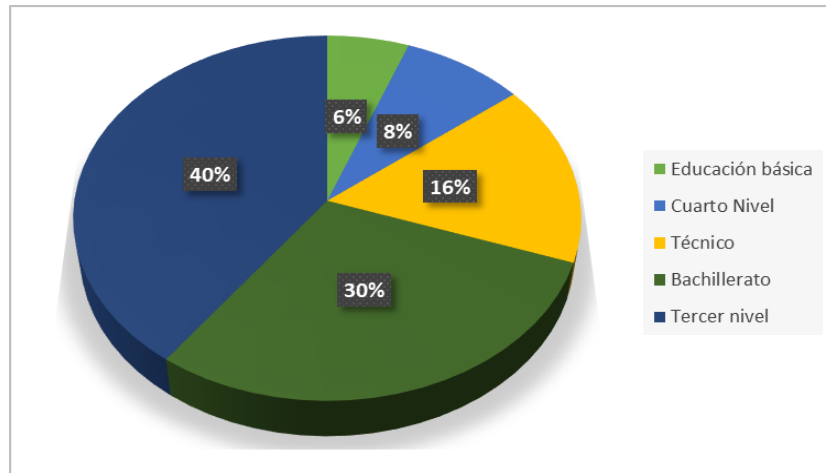
Se puede evidenciar que el grupo más numeroso de turistas que visitan Tungurahua son empleados privados, con el 50% del total. Los empleados públicos constituyen el segundo grupo, con un 23% del total. Un porcentaje menor de turistas se encuentran en situación de estudiante (10%), lo que indica la presencia de personas que están estudiando durante su viaje. Con el 11% del total, se puede observar en la muestra de las personas independientes; Los jubilados representan el 5% de la muestra, son personas retiradas de un cargo y que viajan a la provincia. Un porcentaje aún menor de turistas se encuentra desempleado (1%), lo que indica una presencia limitada de personas sin empleo en la muestra.

Figura. 10 ¿Promedio mensual de ingresos?



Interpretación

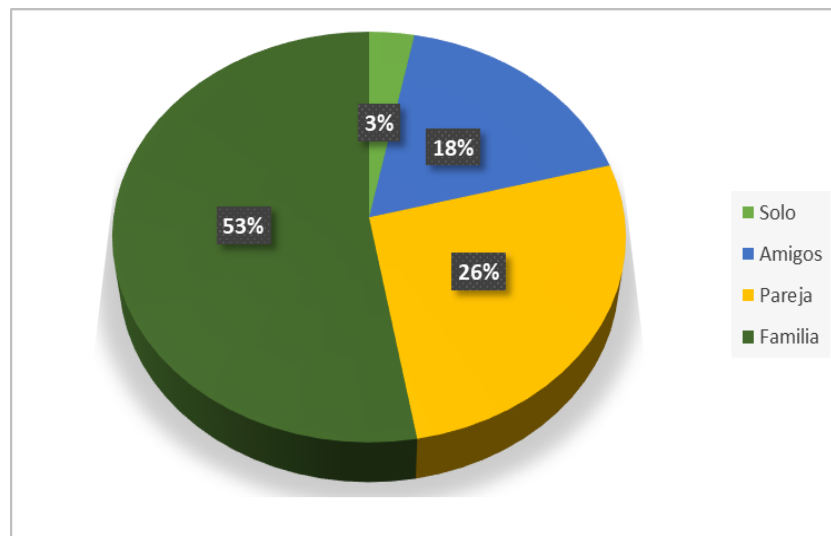
El mayor grupo de turistas que llegan a la provincia de Tungurahua tiene un salario en el rango de \$450 a \$1000, representando el 38% del total. Cerca de un 31% de los turistas tienen ingresos en el rango de un salario básico de (425). Un porcentaje menor de turistas (19%) tiene ingresos en el rango de \$1001 a \$2000. El 9% de los turistas que tienen ingresos superiores más de 2001 USD mensuales. Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas con (3%) sin ingresos que corresponden a las personas sin trabajo.

Figura. 11 Nivel estudio

Interpretación

El trabajo de campo según los datos recopilados al aplicar las encuestas se determinó que los turistas que llegan a la provincia de Tungurahua, los visitantes tienen estudios de tercer nivel, representando el 40 % del total. En segundo lugar, con 30% de los turistas tienen estudios de bachillerato. Un porcentaje menor de turistas (16%) tiene un nivel técnico de educación. El 8% de los turistas tiene un nivel de estudios de cuarto nivel, que generalmente indica estudios de posgrado. Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas (6%) tiene estudios de educación básica siendo el nivel más bajo obteniendo e la investigación.

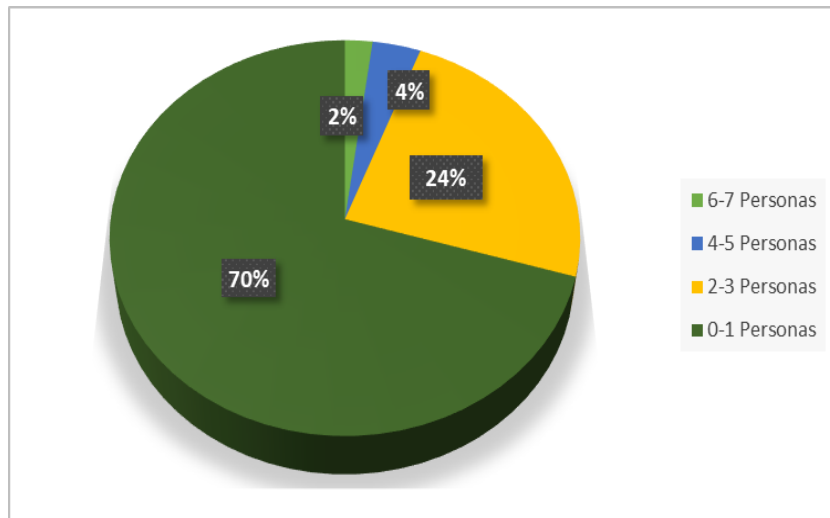
Figura. 12 ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?



Interpretación

Los resultados obtenidos mediante la investigación muestran el mayor grupo de turistas decide viajar con su familia, representando el 53% del total. El 26% de turistas viajan con pareja a los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua, lo que indica que este es el segundo grupo más numeroso que viajan en pareja. En tercer lugar, podemos observar con 18% de turistas que viajan con amigos. El 3% de los turistas viaja solo, lo que sugiere que un pequeño porcentaje de turistas prefiere realizar su viaje sin compañía.

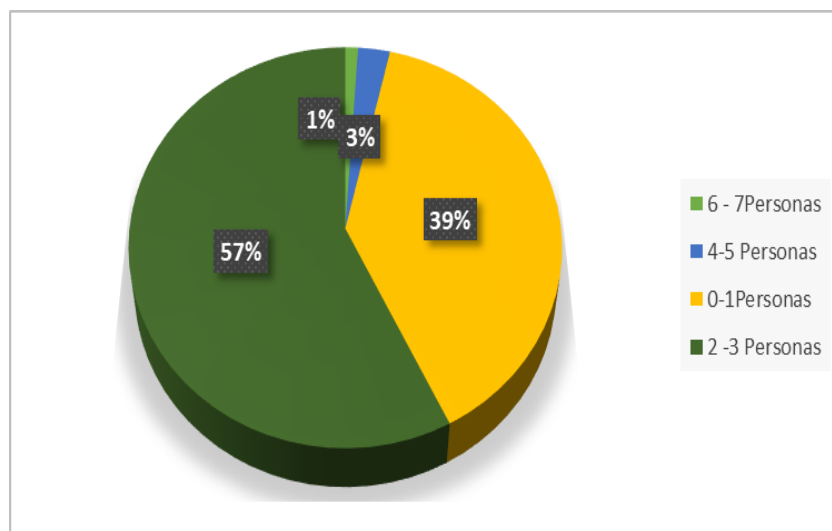
Figura. 13 ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?



Interpretación

El mayor grupo de turistas que llegan a la provincia de Tungurahua está acompañado por 1 persona menor de 16 años, representando el 70% del total. Un 24% de los turistas que viajan con 2 a 3 personas menores de 16 años. Un porcentaje menor de turistas 4% tiene 4 a 5 personas menores de 16 años acompañándolos. El 2% de los turistas está acompañado por 6 a 7 personas menores de 16 años que visitan a los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua.

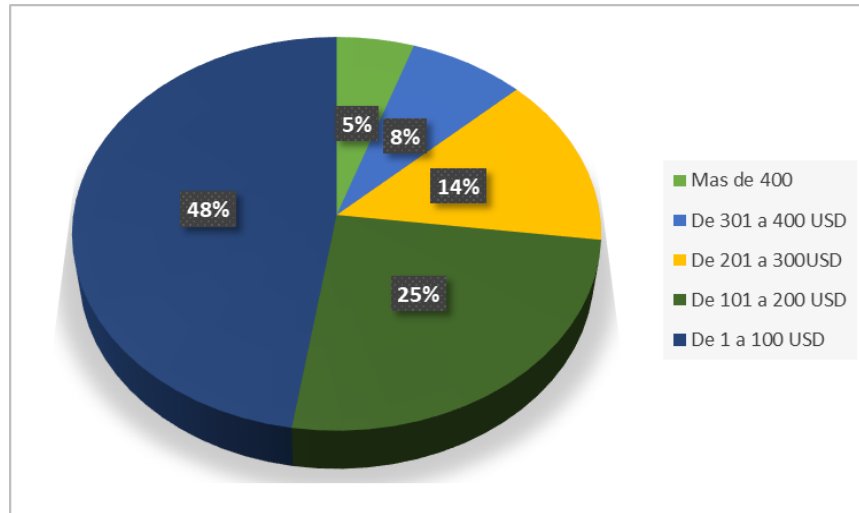
Figura. 14 ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?



Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos los turistas viajan en compañía de 2-3 personas mayores de 16 años, representando el 57% del total. En el segundo lugar tenemos con 39% de los turistas que viajan con 2 a 3 mayores de 16 años. Un porcentaje similar de turistas (3%) tiene 4 a 6 personas mayores de 16 años que acompañan. El 1% de los turistas está acompañado máximo de 6-7 persona mayor de 16 años

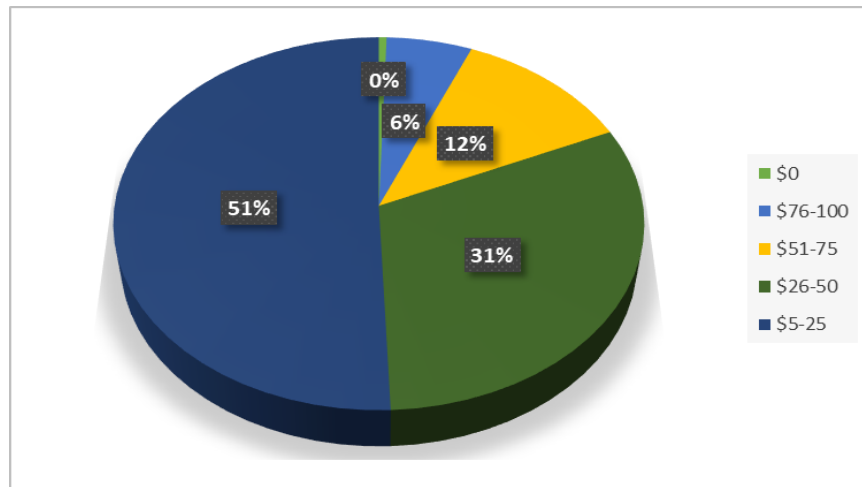
Figura. 15 ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia de Tungurahua?



Interpretación

El 48% del gasto el turista ha invertido durante el viaje es de \$1 a \$100, en segundo lugar, cerca del 25% de los turistas estiman gastar en el rango de \$101 a \$200. Un porcentaje similar de turistas (14%) estima gastar en el rango de \$201 a \$300 USD. El 8% de los turistas estiman gastaren el rango de \$301 a \$400 USD. Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas (5%) estima gastar más de \$400 USD durante su visita a la provincia de Tungurahua.

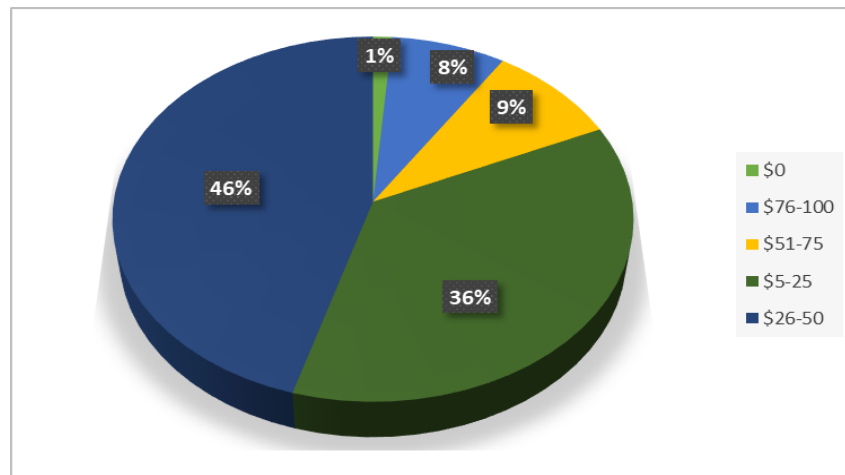
Figura. 16 ¿Qué porcentaje del gasto destinó para alojamiento?



Interpretación

El 51% de los turistas no incluye gastos de alojamiento durante su viaje, ya que, en su mayoría, viven dentro de la provincia de Tungurahua, por esa razón no es necesario cubrir este tipo de gastos, en segundo lugar tenemos con 31% de turistas que invierten entre \$26-50 dólares para el alojamiento, en tercer lugar tenemos con 12% de turistas que invierten una suma de dinero con \$51-75 dólares que cubre el gasto del servicio de alojamiento, de la misma forma tenemos con 6% de turistas que invierten de \$76-100 dólares por último tenemos con 0% de turista que no realizan gasto alguno en transporte.

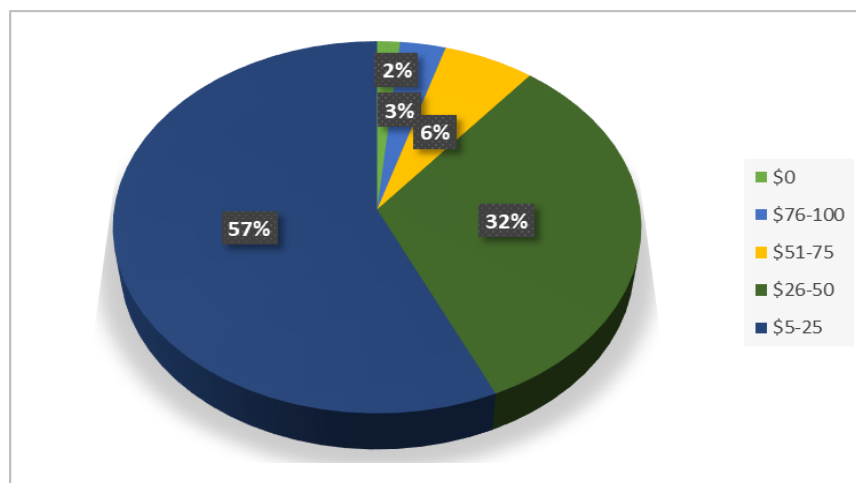
Figura. 17 ¿Qué porcentaje del gasto destinó para alimentación?



Impetración

Se ha determinado por medio de los datos que el 46% turista invierten en alimentación de \$26-50 por la cual, se aprecian gastar por que viajan con una cantidad mayor de personas, seguidamente ellos se encuentra con 36% de turistas invierten \$ 5-25 cuando viajan con menos cantidad de personas, de la misma forma tenemos con 9% y 8% de visitantes que gastan más de \$76-100 son personas que tienen mayor posibilidad económica para solventar el gasto.

Figura. 18 ¿Qué porcentaje del gasto destinó para transporte?

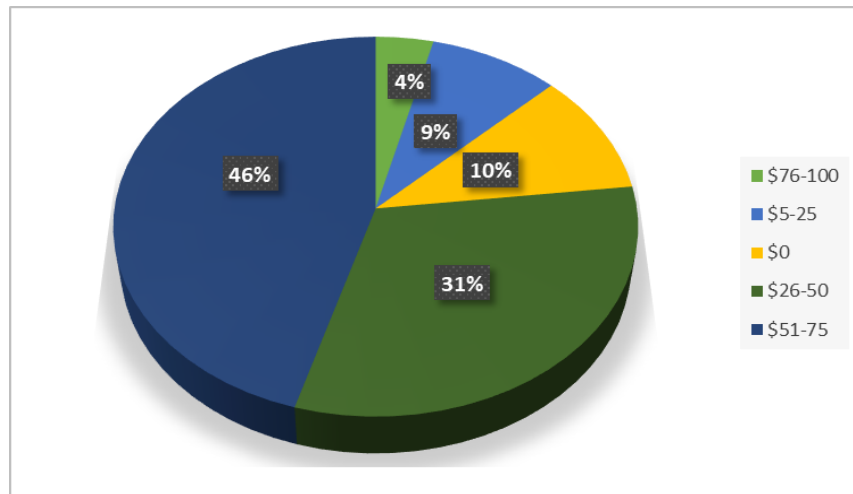


Interpretación

Los turistas que llegan a la Provincia de Tungurahua destinan diferentes porcentajes de su gasto para el transporte, El 57% de turistas están de acuerdo a gastar de \$5-25 dólares y en segundo lugar tenemos 32% de turista que estiman a gastar de \$26-50 dólares por el precio de la gasolina, peajes y otros, se conocen también que el 6% de turistas invierten \$51-75 dólares en gasto total

del transporte, por último, el 3%, un pequeño porcentaje de turistas gastan de \$76- 100 dólares en el transporte, Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas de (2%) no destinó ningún gasto para transporté, esto quiere decir que no realiza gasto alguno en transporte, esto puede ser a la cercanía los atractivos o a utilización de otros transportes.

Figura. 19 ¿Qué porcentaje del gasto destinó para otros (¿actividades de ocio y recreación?)

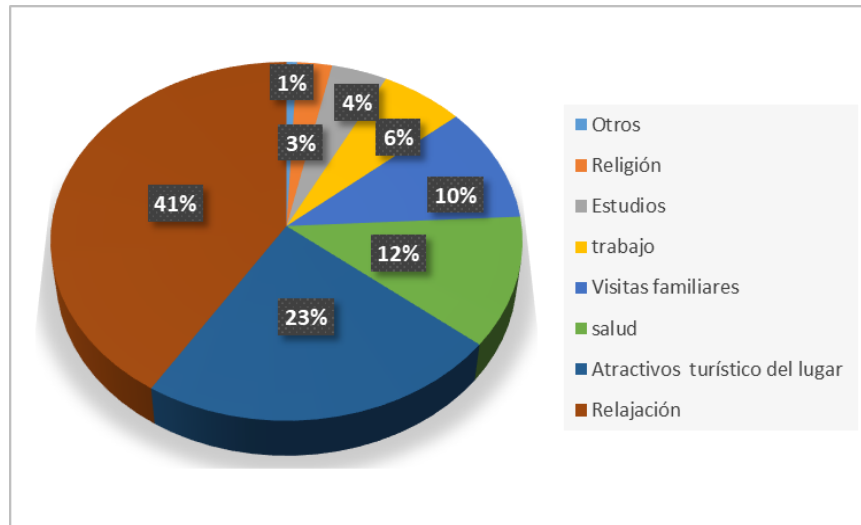


Interpretación

Los datos obtenidos de las 385 encuesta muestran que el mayor porcentaje que es 46% de turistas que invierten del \$51-75 dólares, en segundo lugar, tenemos con 31% de turistas que estiman a gastar de \$26-50 dólares en actividades turísticas, y los 10% de turistas no invierten o no realizan ningún tipo de gastos, por último, tenemos el 9% y 4% de turistas que invierten de \$5- 25 dólares, según los encuestados la mayor parte de los otros gastos corresponden a la cancelación de entradas a los atractivos turísticos, así como también la compra de artesanías locales.

10.3.5.2 Variable de Motivación

Figura. 20 ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

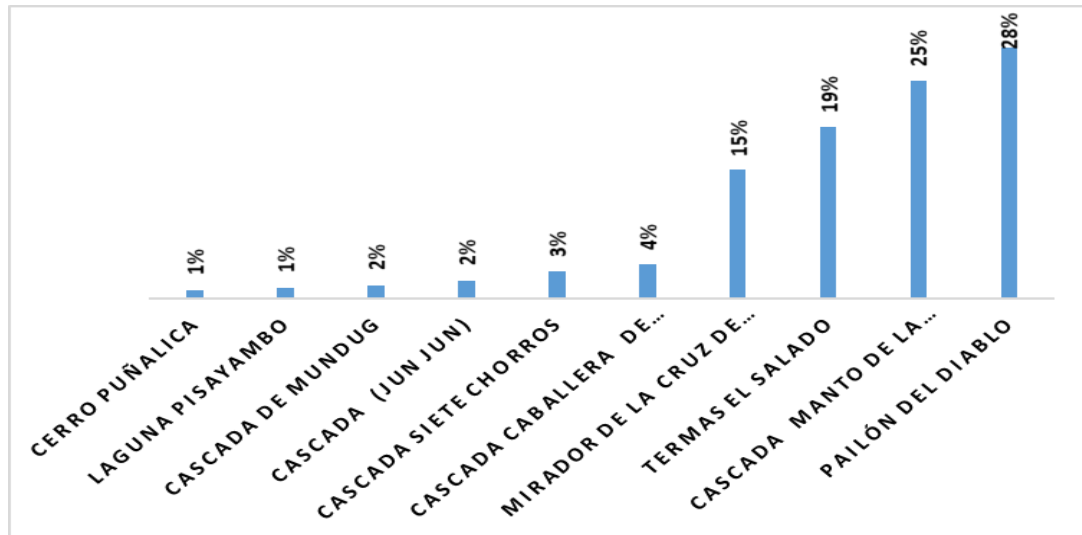


Interpretación

Las motivaciones más significativas para realizar un viaje de turismo en la encuesta tenemos el 41% de los turistas viajaron a la provincia de Tungurahua por el motivo de Relajación, siendo el motivo más importante de cada visitante. Un 23% de los turistas viajaron por motivos de atractivos turístico del lugar.

El 12% y el 10% de turistas viajan por el motivo de salud y visitas familiares son aquellas personas que tienen familia en Ecuador y viajan para visitarlos, también hay grupos menores que conforman de 6% y de 4% de turistas que realizan por el motivo de trabajo y de estudios y por último con el 3% y 1% de turistas realizan por el motivo de religión y por realizar turismo en la provincia de Tungurahua.

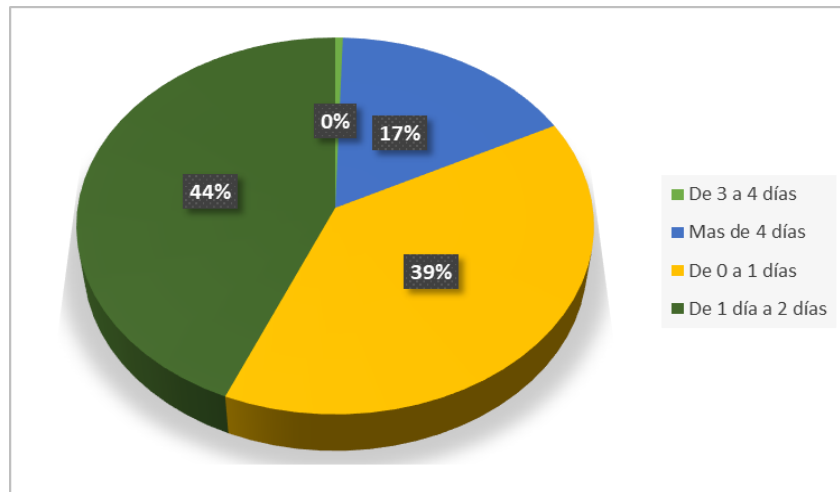
Figura. 21 ¿Qué atracción turística le gusta más de la provincia?



Interpretación

La atracción turística más popular entre los visitantes de la provincia de Tungurahua es el Pailón del Diablo, con un 28% de preferencia. En segundo lugar, se encuentra Cascada Mantodela Novia con un 25% de preferencia, y con el 19% de turistas prefieren visitar Termas el Saldo, también tenemos con el 15% y el 4% de turistas que le gustan visitar Mirador de la Cruz de Billavista y de Cascada Cabellera de la Virgen y con el 3% de turistas tienen la preferencia de visitar la Cascada Siete Chorros y por último con el 1% de turistas realizan y prefieren visitar Laguna de Pisayambo y Cerro Puñalica las personas han gustado los atractivos turísticos de sitios naturales para disfrutar la naturaleza de flora y fauna que rodean, porque la naturaleza les transmite más paz y armonía.

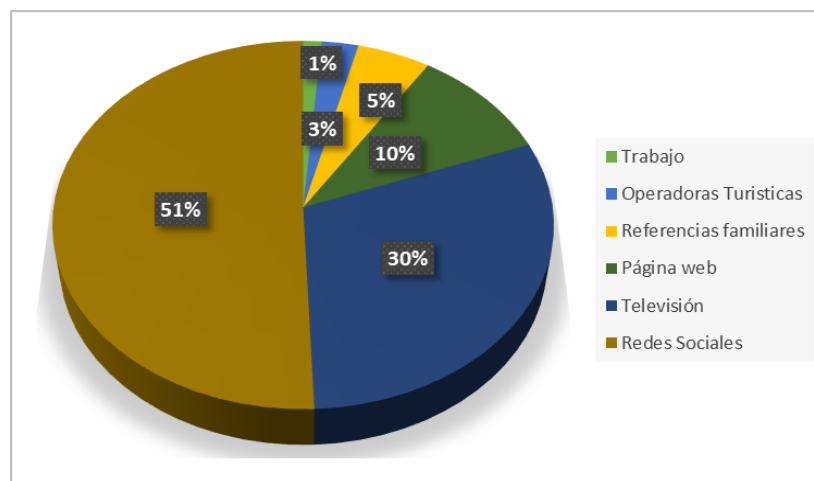
Figura. 22 ¿Qué tiempo estimó para su visita a la provincia?



Interpretación

El mayor grupo de turistas que llega a la provincia de Tungurahua estima pasar entre 1 día 2 días, lo que representa el 44% de turistas en total. Un 39% de los turistas realiza un viaje de 0 a 1 día en la provincia, ya que, son residentes de la zona y tienen transporte propio, por ende, regresan el mismo día. Solo un 17% de los turistas estima pasar más de 4 días y por último tenemos con el 0% de turistas que no desean realizar más de 3 a 4 días por motivos de trabajo.

Figura. 23 ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la Provincia?

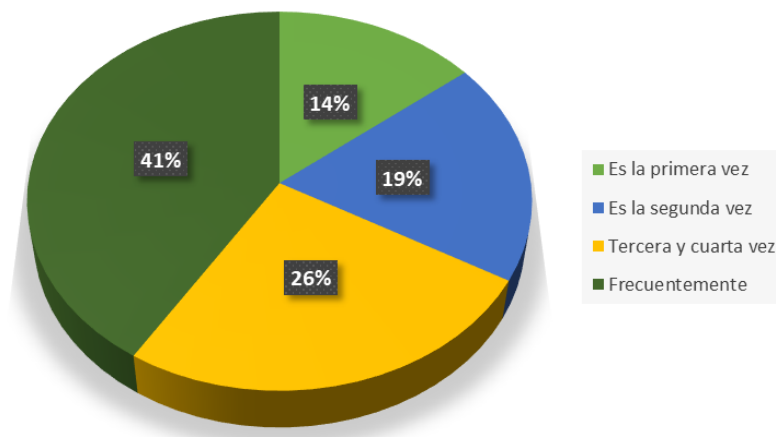


Interpretación

En la actualidad la tecnología nos facilita para informarnos de cualquier tema hoy en día por esa razón es la fuente de información más utilizada por los turistas es redes sociales, con un 51% de preferencia. En segundo lugar, se encuentra televisión, con un 30% de preferencia. Las

referencias familiares son la tercera fuente más utilizada, con un 5% de preferencia, También tenemos con el 3% de preferencia de operadoras turísticas y por último con el 1% de preferencia es el trabajo, de la misma forma tenemos otros medios de comunicación que corresponde a periódicos, amistades, casualidad, radio, son los menos solicitados en muchos países.

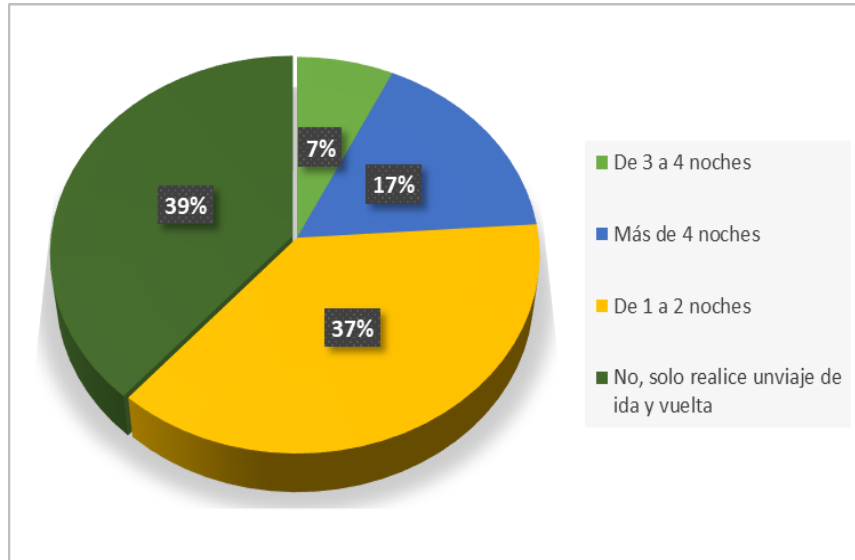
Figura. 24 ¿Cuántas veces ha visitado la provincia?



Interpretación

La mayoría de los turistas que visitan la Provincia de Tungurahua aprovecha los feriados para realizar actividades turísticas con 41% de turistas visitan frecuentemente, quiere decir que viajan los turistas mayormente nacionales y locales. En segundo lugar, tenemos el 26% de los turistas corresponden a tercera y cuarta vez y por último podemos observar 19% y 14% de turistas que visitan 1 o 2 veces al año, cada año, principalmente son los turistas extranjeros que podrían visitar a la familia una vez al año.

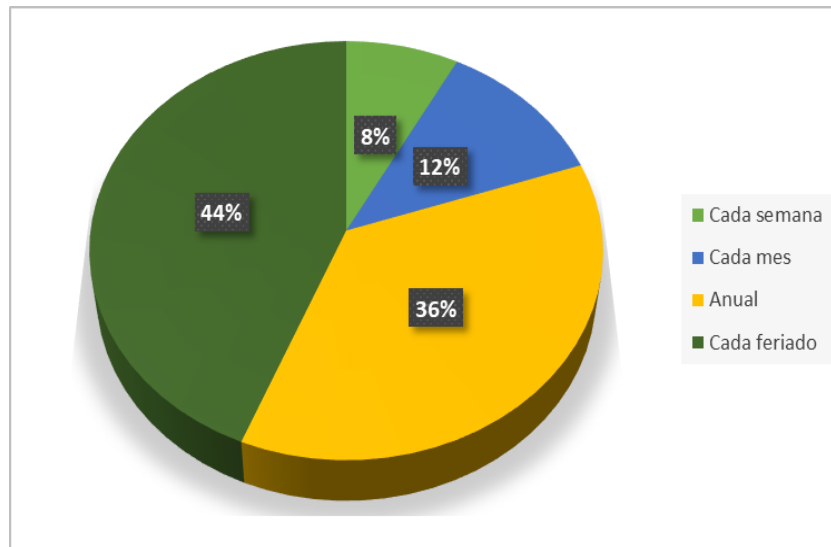
Figura. 25 ¿En promedio cuantas noches ha pernoctado en la provincia con motivos turísticos?



Interpretación

En la provincia de Tungurahua el 39% de turistas afirman no hospedarse por el motivo que realizan los viajes de ida y vuelta, en segundo lugar, es 37% de turistas afirman que han dormido de 1 a 2 noches. y en tercer lugar es el 17% que los turistas afirman que han pernoctado más de 4 noches y por último es de 7% de turistas hospedan de 3 a 4 noches por motivos turísticos.

Figura. 26 ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

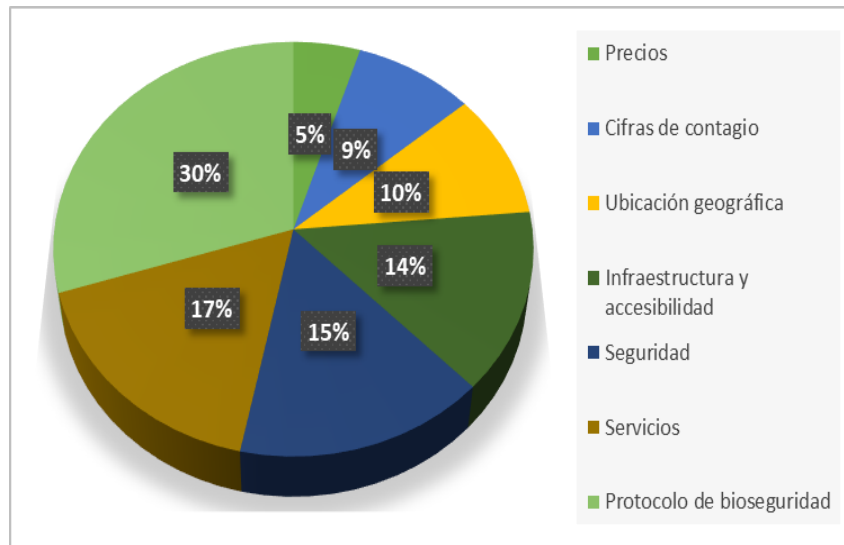


Interpretación

La frecuencia de viajes es de 44% de los turistas que visitan la Provincia de Tungurahua aprovecha los feriados para realizar actividades turísticas se conoce que justamente es en el tiempo libre cuando la población se desplaza a diferentes lugares de relajación.

El 36% de los turistas viaja mensual y anualmente, quiere decir que viajan en vacaciones, 1 o 2 veces al año, cada año. De la misma forma 12% de turistas viajan cada mes por motivos de atractivos turísticos de la provincia y por último tenemos un porcentaje mínimo de 8% de turistas que realizan actividades cada semana.

Figura. 27 ¿Cuál es la consideración más significativa que Ud., considera al realizar un viaje en tiemposde pandemia?

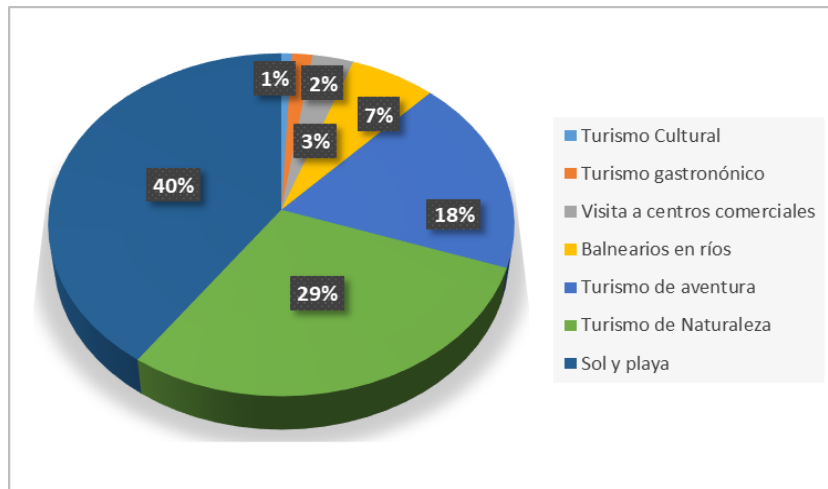


Interpretación

Antes de la pandemia, el turismo era una actividad sumamente importante, que generaba más del 10% del PIB (Producto interno bruto) mundial. En el trabajo de campo muestra que el 30% de turistas realizaron los viajes a los atractivos turísticos en tiempos de pandemia por el Protocolo de bioseguridad. Y en segundo lugar es de 15% de turista viajaron por servicios, de la misma forma el 14% y de 10% de turista realizaron por seguridad e Infraestructura accesibilidad del destino y los visitantes afirman que es importante la seguridad que ofrece cada lugar de la zona, por lo tanto, el 9% de los turistas visualizan no viajar por cifras de contagios y por último el 5% de turistas verifican los precios que tiene un atractivo para decidirse a visitarlo.

10.3.5.3 Variable de Preferencias

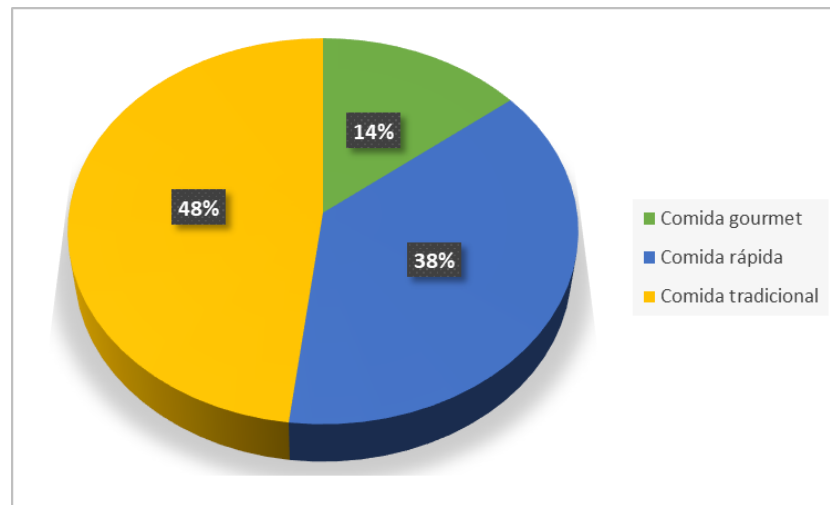
Figura. 28 ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?



Interpretación

El 40% de los turistas prefiere el turismo de Sol y playa el cual es uno de los más demandados mayormente por los visitantes que residen en la región Sierra, el 29% de turistas prefieren Turismo de la Naturaleza lo que indica que la belleza natural de la región es una atracción principal para los visitantes, seguido por el Turismo de aventura y los Balnearios en ríos con 18% y de 6%. El 3% de turistas quieren visitar centros comerciales para comprar prendas artesanales, Finalmente, un 2% y el 1% de los turistas tiene otras preferencias como el turismo gastronómico y turismo Cultural generalmente es para saber la historia y conocer y experimentar las formas de preparar los alimentos.

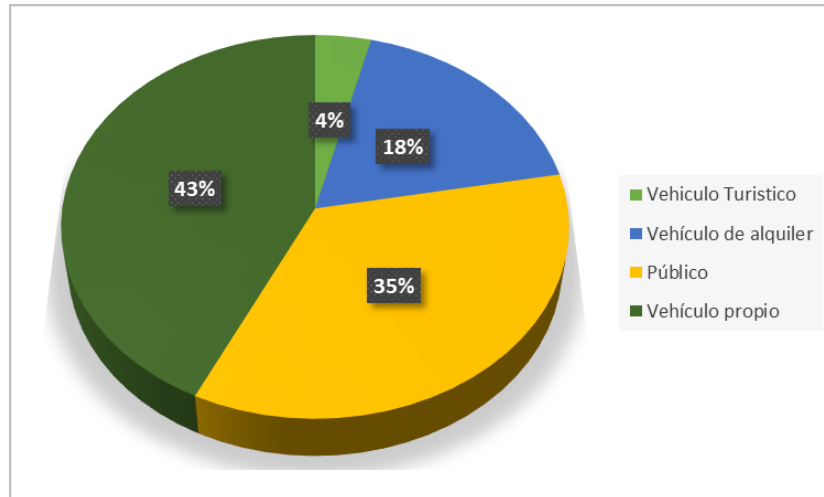
Figura. 29 ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?



Interpretación

La gastronomía mayormente con el 48% de los turistas prefiere disfrutar de la comida típica durante su estadía en Tungurahua, lo que indica que la gastronomía local es altamente valorada y atractiva para los visitantes, en segundo lugar, con 38% de los turistas eligen la comida rápida y por último con 14% de turistas consumen comida gourmet a la población encuestada prefiere consumir alimentos que cuentan con altos estándares de calidad por parte de los consumidores podrían consumir los turistas internacionales para prevenir enfermedades.

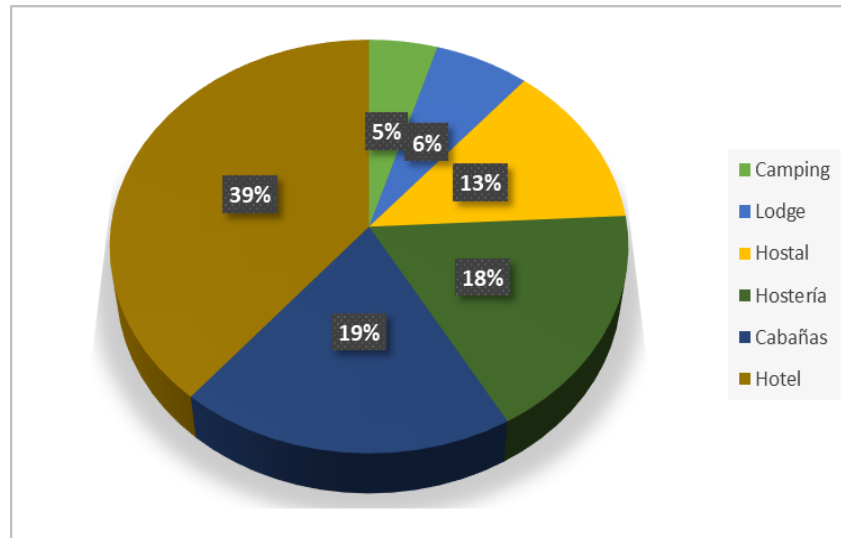
Figura 29 Otros ¿Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia?



Interpretación

El vehículo propio es el medio de transporte más preferido, con un 43% de turistas que eligen utilizar su propio vehículo para trasladarse a los diferentes puntos turísticos de la provincia. El 35% de turistas se moviliza por medio del transporte público, el 18% de turistas requieren vehículo de alquiler como; taxis y motos Y finalmente la categoría que es 4% de turistas pertenecen vehículo turístico para adquirir la seguridad del viaje al destino.

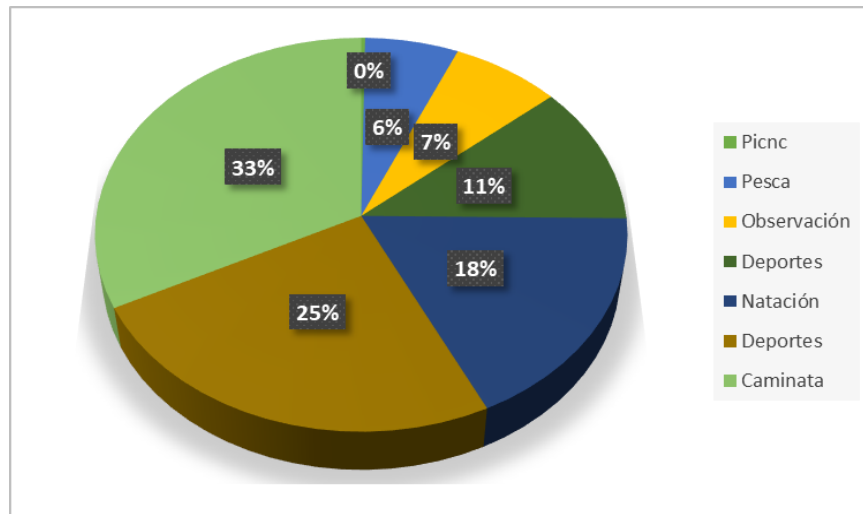
Figura. 30 ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?



Interpretación

En cuanto a los servicios de hospedaje se refiere, el 39% de los turistas prefiere hospedarse en los Hoteles en Tungurahua, lo que sugiere que esta opción de alojamiento es bastante popular entre los visitantes. El 19% y 18% de los turistas opta por Cabañas y Hostería para su alojamiento, lo que sugiere que algunos visitantes prefieren un ambiente más cercano a la naturaleza. Un 13% de los turistas hospedan en Hostal por el precio que es más económico y por último se puede visualizar con 6% de turistas que prefieren hospedar en Lodge, son alojamientos de bajo impacto ubicado en medio de la naturaleza las cuales son menos solicitadas por los turistas y por último es el 5% de turistas para extranjeros y para jóvenes, con el fin de disfrutar de la naturaleza esta actividad se realiza al aire libre, pernoctando una o más noches en una carpa.

Figura. 31 ¿Seleccione la actividad turística que más le guste hacer?



Interpretación

Este gráfico permite visualizar claramente las preferencias de actividades de los turistas en Tungurahua y proporciona información valiosa para entender sus intereses y necesidades durante su visita. El 25% de los turistas realizan caminata, el 18% de los visitantes realizan deportes, de la misma forma podemos observar con el 11% de los turistas que realizan natación con el fin de relajarse, el 7% y 6% realizan observaciones de flora y fauna en los atractivos turísticos, el 0% de los turistas realizan picnic, es una comida campestre entre amigos y familiares o jóvenes que se realizan en las jiras.

10.3.6 Resumen del perfil del Turista

Tabla 42 Resumen del perfil del turista

Variable demográfica	<p>El 50% de turistas que visitan la provincia son turistas nacionales.El 12% de residen en los diferentes cantones. El 65% de los turistas cuentan en el rango de (35-65) años.El 60% es de género femenino. El estado civil predominante con el 45% son solteros. El 50% de los visitantes laboran en instituciones privadas</p>
Variable socioeconómica	<p>El 38% perciben ingresos mensuales de \$450 a \$1000.EL 40% posee con tercer nivel. Decide viajar con sus familias y amigos y representa el 53% del total. El 70% de turistas realizan viajes en compañías 1 persona menor de 16 años y 57% personas mayores de 16 años. El 48% de turistas nacionales invierte durante el viaje es de \$1 a \$100; El 46% y 57% invierten en alimentación y en transporte y el 45% en actividades de ocio y recreación, cubriendo los gastos para entradas en las actividades turísticas.</p>
Variable de motivación	<p>El 40% de turistas viajan por relajación. El 28% visita a menudo en atractivo turístico Pailón del Diablo, ya que, la mayoría de los turistas viven dentro de la región. El 44% estima pasar entre 1 día y 2 días. El 51% utiliza las redes sociales como fuente para conseguir información de los atractivos.El 41% visita frecuentemente, los atractivos de la provincia. El 39% de turistas, solo realizan viaje de ida y vuelta. El 44% de turistas realizan actividades turísticas cada feriado y anualmente los visitantes que viven fuera del país. El 30% realizan por Protocolo de bioseguridad en la provincia de Tungurahua.</p>

Perfil del turista de la provincia de Tungurahua.

El perfil del turista se define tras la obtención de resultados de la encuesta aplicada en mes de noviembre y diciembre, en la que consta información de las cuatro variables de caracterización; variable demográfica, variable socioeconómicos, variable motivación y preferencia. En la investigación el 50% de visitantes que llegan a la provincia de Tungurahua son turistas locales residentes en los cantones de Ambato, Riobamba, Latacunga, Distrito Metropolitano de Quito, también de la región costa y de la región Insular Galápagos.

La provincia de Tungurahua recibe una mayor proporción de turistas femenino con un 60% de turista es el género masculino con un 40%, esto significa que el género femenino tomará decisión de visitar los atractivos turísticos para garantizar la responsabilidad y seguridad de la familiar.

Se puede evidenciar que el grupo más numeroso de turistas que visitan Tungurahua son empleados privados, con el 50% del total. Los empleados públicos constituyen el segundo grupo, con un 23% del total. Un porcentaje menor de turistas se encuentran en situación de estudiante (10%), lo que indica la presencia de personas que están estudiando durante su viaje. Con el 11% del total, se puede observar en la muestra de las personas independientes; Los jubilados representan el 5% de la muestra, son personas retiradas de un cargo y que viajan a la provincia. Un porcentaje aún menor de turistas se encuentra desempleado (1%), lo que indica una presencia limitada de personas sin empleo en la muestra.

El mayor grupo de turistas que llegan a la provincia de Tungurahua tiene un salario en el rango de \$450 a \$1000, representando el 38% del total y de la misma forma un pequeño porcentaje de turistas con (3%) sin ingresos que corresponden a las personas sin trabajo en el local que recién actualmente, los resultados obtenidos mediante la investigación muestran el mayor grupo de turistas decide viajar con su familia, representando el 53% del total; El 2% de los turistas está acompañado por 6 a 7 personas menores de 16 años que pertenecen a una institución privada que visitan a los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua.

El 48% del gasto el turista ha invertido durante el viaje es de \$1 a \$100, el 51% de los turistas no incluye gastos de alojamiento durante su viaje ya que, en su mayoría, viven dentro de la provincia.

El 57% de turista que estiman a gastar de \$26-50 dólares por el precio de la gasolina, peajes y otros, se conocen también que el 6% de turistas invierten \$51-75 dólares en gasto total del transporte y el mayor grupo de turistas que llega a la provincia de Tungurahua estima pasar

entre 1 día y 2 días.

Las referencias familiares son la tercera fuente más utilizada, con un 5% de preferencia en la actualidad la tecnología nos facilita para informarnos de cualquier tema hoy en día y por esa razón es la fuente de información más utilizada por los turistas es redes sociales, con un 51% de preferencia.

La mayoría de los turistas que visitan la Provincia de Tungurahua aprovecha los feriados para realizar actividades turísticas con 41% de turistas visitan frecuentemente quiere decir que viajan los turistas mayormente nacionales y locales a los atractivos turísticos del destino.

En el trabajo de campo muestra que el 30% de turistas realizaron los viajes antes de la pandemia, el turismo era una actividad sumamente importante, que generaba más del 10% del PIB (Producto interno bruto) mundial. El 40% de los turistas prefiere el turismo de Sol y playa el cual es uno de los más demandados mayormente por los visitantes que residen en la región Sierra, El 48% de los turistas prefiere disfrutar de la comida típica y el 43% de turistas que eligen utilizar su propio vehículo para trasladarse a los diferentes puntos turísticos, finalmente el 39% de los turistas prefiere hospedarse en Hoteles y el 25% realizan caminata en los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua.

10.4 Diseño de boletín informativo

La elaboración de diseño de boletín informativo tiene como objetivo principal para promocionar la información de las características que presentan sobre el perfil del turista actual que visitan la provincia de Tungurahua, ya que es necesario conocer la demanda para direccionarla oferta con el propósito de promover el turismo sostenible y para mejorar la oferta turística y sensibilizar tanto a los turistas como a la comunidad local sobre la importancia de conservar de los atractivos.

La consideración de los resultados obtenidos de la hoja de cálculo Excel fue fundamental para la elaboración del boletín informativo, ya que constituyen la información principal a presentar. Después de esto, se procedió a organizar la información, lo cual se describe a continuación junto con sus características.

10.4.1.1 Portada

Para la portada se usó la fotografía del volcán Tungurahua y caracteriza como región andina, además contiene sello del ministerio de turismo de la Universidad técnica de Cotopaxi.

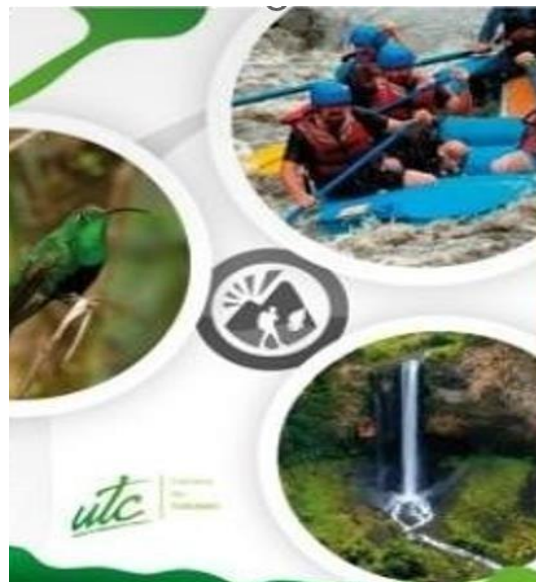
Figura. 32 *Portada*



10.4.2 *Provincia de Tungurahua.*

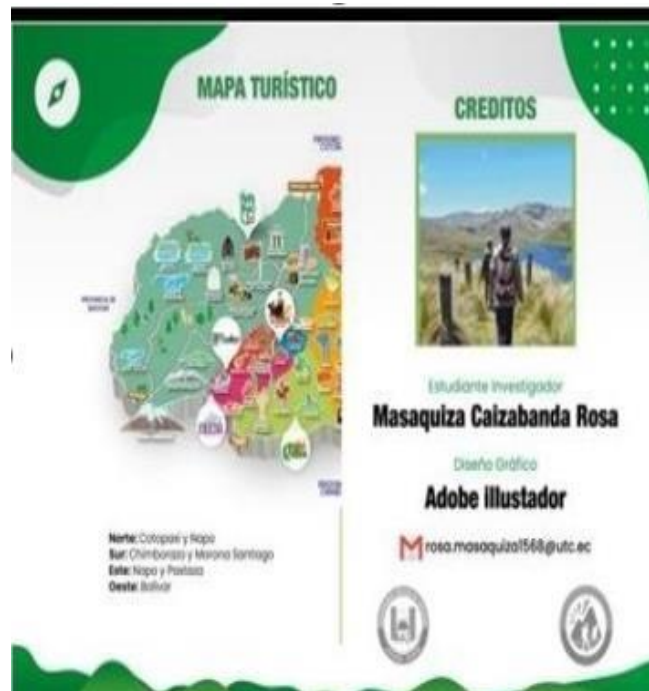
Contraportada del boletín informativo tiene el sello del ministerio de turismo de la Universidad de Cotopaxi de la misma forma esta los atractivos Turísticos de la provincia

Figura. 33 *Contraportada*



10.4.2.1 Datos generales de la provincia de Tungurahua

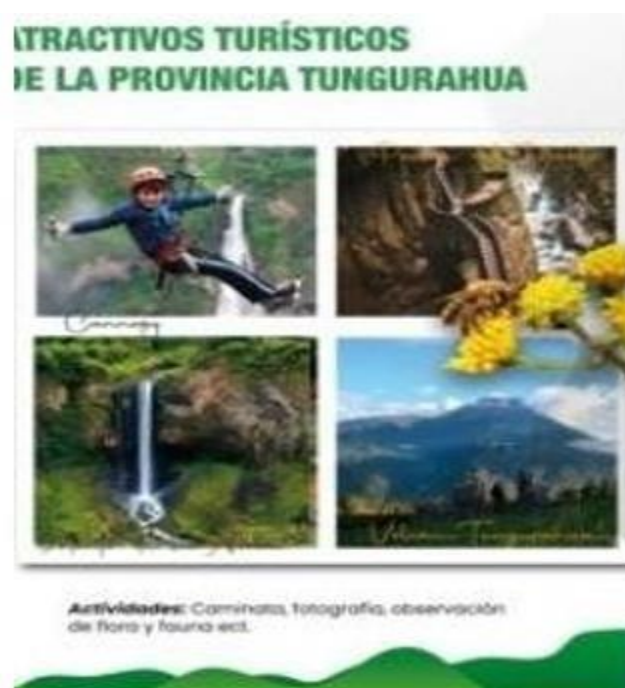
Figura. 34 Datos generales de la provincia



10.4.3 Atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua

Este segmento muestra los 10 destinos turísticos explorados los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua, y las diversas actividades que pueden realizarse en ese sitio específico.

Figura. 35 Atractivos de la provincia



10.4.6 Plano de Fotografía

Gran plano general (Atractivos Turísticos de Tungurahua)

10.4.7 Tipografía Letra para la portada:

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

10.4.8 Letra para los títulos de los resultados:

- Tipo de letra: Vivaldi Italic
- Tamaño para título principal: 39,8
- Tamaño para subtítulos: 29,5
- Tamaño variable de caracterización: 21

10.4.9 Letra para los resultados:

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

10.4.10 Colores



Verde: El color verde, además de transmitir la tranquilidad y paz, está relacionado con la naturaleza, la prosperidad, la fertilidad, la salud y la generosidad.

Negro: El color negro tiene una variedad de representaciones que abarcan desde la elegancia y el poder hasta el misterio, la tristeza o la muerte. En contextos artísticos y de marketing,

comprender el significado del color negro es fundamental para comunicar mensajes impactantes lograr el efecto deseado en las personas.

Rojo: Representa las aguas de las impresionantes cascadas y el resplandeciente cielo azul que ilumina la ciudad de Baños de Agua Santa.

Azul: El color azul está comúnmente asociado con elementos naturales como el agua y el aire, lo que genera una sensación de paz y tranquilidad. También evoca sentimientos de amistad, lealtad, seguridad y confianza.

11 IMPACTO

En el presente Investigación del proyecto se plasmará impactos Técnicos, sociales, ambientales y económicos.

11.1 Impacto Técnico

Durante el proceso de investigación para el perfil del turista que visita la provincia de Tungurahua, no se presentaron impactos técnicos, la metodología sirve como una herramienta para obtener la información acerca del perfil del turista, en el cual se añaden los resultados que se recopiló en las encuestas, por ende, no hubo cambios inoportunos.

11.2 Impactos Sociales

Positivo

- Desarrollo de nuevas ofertas turísticas basadas en el perfil del turista.
- Interés por conocer más atractivos alrededor de la provincia Tungurahua.
- Adecuada atención al turista.
- La creación del boletín informativo sirve como una herramienta que ayudara a difundirla información acerca del perfil del turista.

Negativos

- Disgusto por parte de la población al no aprobar la llegada de turista a los atractivos turísticos.
- Incomodidad por la mal accesibilidad vial para llegar a los atractivos naturales ubicados en el sector rural.
- Falta de acciones y estrategias por parte de los empresarios para brindar servicios de calidad.

11.3 Impactos ambientales

Dado que, el boletín turístico se lo encontrará de manera digital, se pretende reducir la cantidad de residuos de papel debido a que, de esta manera se reduce la desaparición de recursos naturales.

Positivo

Beneficios de los recursos naturales encontrados dentro de espacios privados ya que puede promover la conservación mediante la investigación.

Interés por conocer nuevos atractivos naturaleza alrededor de la provincia

Fácil acceso a la información plasmada en el documento, mediante el boletín informativo.

Negativo

Falta de compromiso por parte de la comunidad rural en la protección de las áreas naturales con presencias de flora y fauna.

Proyectos turísticos que no reciben regulación y aprobación del MINTUR.

Falta de capacitaciones con el tema de conservación ambiental.

11.4 Impactos económicos

Se generó un impacto positivo, ya que, se crearán nuevas ofertas turísticas basadas en el perfil del turista mediante la asignación del presupuesto que fomentara la calidad de los productos y servicios.

Positivos

Dentro del ámbito económico del estudio del perfil del turista de la provincia se conoce que la visita de turista a los atractivos está ascendiendo y nos ayuda a promover el turismo.

Negativo

Servicios turísticos que aprovechan la actividad turística pero que no se encuentran regularizados por MINTUR.

Desinterés por parte de las empresas en las actividades turísticas

12 CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

Tabla 43 Presupuesto

Objetivo	Detalle	Especificación	Material	Dimensión	Cantidad	Precio Individual	Precio total
Diseñar el boletín informativo que contenga las características del perfil del turista actual.	Tipo de libro	Full Color					
	Tipo de encuadernación	Mate blanco con Tapa					
	Numero impresiones				3	35	105
	Total, de paginas				16		
	Tipo de papel		Estucado, couchebriloso				
	Medidas impresión de			alto; 14,3 y ancho;10.5			
	Plastificado de la portada	Briloso					

13. Conclusiones y Recomendaciones

13.1. Conclusiones

Según el trabajo de campo se puede concluir que las características demográficas de los turistas visitantes de la provincia de Tungurahua tienen las siguientes características: la mayor parte de los turistas son de nacionalidad ecuatoriana, residentes en los cantones; Ambato y Latacunga. En el primer objetivo se realizó una revisión bibliográfica en el Ministerio de Turismo, lo cual dio como resultado que existen 407 atractivos registrados en la provincia de Tungurahua. Para poder seleccionar los 10 atractivos, se tomó en cuenta a los atractivos con mayor jerarquía en este caso fueron de II, III. Se realizó la revisión de la encuesta para lo cual se trabajó con una fórmula infinita, con un nivel del 95%, con un rango de error del 5% adquiriendo un resultado de 385 personas, se llevó a cabo el proceso de recolección de datos mediante la encuesta. Y finalmente, se obtuvo los resultados estableciendo así las variables demográficas con un porcentaje mayor del 50% de turistas que visitan la provincia son nacionales residentes de Ambato con un 65%, definiendo así su rango de edad de 35 a 65 años, por otro lado, la variable socioeconómica se visualizó que los turistas ganan un salario básico lo cual lo dividen para su alimentación, hospedaje, transporte y actividades de ocio y recreación.

Para la elaboración del boletín informativo se utilizó la aplicación (CANVA), la cual permitió dar un mejor diseño, representó un recurso importante para comprender las preferencias, comportamientos y necesidades de los turistas, el boletín ayudara a promover el turismo, para generar más estrategias en el ámbito turístico.

13.1. Recomendaciones

Mediante esta investigación se recomienda a los empresarios mayoristas y minoristas de la provincia de Tungurahua que apliquen las estrategias para el desarrollo económico de la zona. Se recomienda brindar la información sobre los atractivos turísticos mediante el boletín informativo el mismo que se hace la entrega a cada uno de los lectores y tutor de investigación, con el objetivo de conocer los productos y servicios que ofrece la provincia de Tungurahua.

Se recomienda a la autoridad competente de la provincia de Tungurahua y al MINTUR, con el objetivo de jerarquizarlos y así completar la información que está incompleta, además facilita y ofrece información de mayor confiabilidad en la investigación de trabajo, con la finalidad de mejorar la calidad de servicio turístico.

Se recomienda a los proveedores de turismo crear una mayor variedad de ofertas turísticas para este tipo de segmento se podría incluir descuentos u ofrecer paquetes de viajes familiares en el destino para que puedan disfrutar de las actividades.

14. REFERENCIAS

- Zumbana: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/10236/1/PC-002567.pdf
- Loor, Bravo: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/280/28065533022/28065533022.pdf 2008, C. D. (2008). 10.
- Ambato, P. d. (2023). *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://municipiobanos.gob.ec/banos/imagenes/LOTAIP2021/enero2021/PDOT_2019-2023.pdf*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://municipiobanos.gob.ec/banos/imagenes/LOTAIP2021/enero2021/PDOT_2019-2023.pdf: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://municipiobanos.gob.ec/banos/imagenes/LOTAIP2021/enero2021/PDOT_2019-2023.pdf
- Antonio, J. (3 de enero de 2018). *www.unwto.org*. Obtenido de [www.unwto.org:https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas- protegidas](https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas- protegidas)
- Banco central del Ecuador. (2021). *LA PANDEMIA POR EL COVID-19 GENERÓ UNA CAÍDA EN EL PIB DE 6,4% DE MARZO A DICIEMBRE DE 2020*. . Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletinesde-prensa-archivo/item/1427-la-pandemia-por-el-covid-19-genero-una-caida-en-el-pib-de-6-4-de-marzo-a-diciembre-de-2020#:~:text=Las%20p%C3%A9rdidas%20totales%20representan%20el,PIB%202020%20en%20valores%20corrient>
- Belém. (2012). http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322012000200005&script=sci_arttext&tlng=en. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322012000200005&script=sci_arttext&tlng=en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322012000200005&script=sci_arttext&tlng=en
- Bravo, L. L. (10 de septiembre de 2021). *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/280/28065533022/28065533022.pdf*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/280/28065533022/28065533022.pdf.
- Bravo, L. L. (2021). *Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28065533022/html/>

Cabanilla, E. (2021). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Revista inSiembra*, 25(11), 4-18.

Carlos ALBRIEU. (2015). *chrome-*

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/40206934/0

4_-

_Inventario_y_jerarquizacion_de_atractivos_y_recursos_naturales_culturales_en_el_tramo_Austral_de_la_RN40_1-libre.pdf?1448027419=&response-content-dispo.

Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/40206934/04

_-

_Inventario_y_jerarquizacion_de_atractivos_y_recursos_naturales_culturales_en_el_tramo_Austral_de

_la_RN40_1-libre.pdf?1448027419=&response-content-dispo: chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/40206934/04_-

_Inventario_y_jerarquizacion_de_atractivos_y_recursos_naturales_culturales_en_el_tramo_Austral_de

_la_RN40_1-libre.pdf?1448027419=&response-content-dispo

Censo de población de vivienda. (2010). *INEC*.

Obtenido de

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/memorias_Censo/Memorias-light.pdf

Coello Oviedo. (2019). <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/51623>.

Obtenido

de <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/51623>

3:

<https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/51623>

Constitución. (2008). 27.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008. (2008). Decreto Legislativo.

Estado: Vigente, 10. ECUADOR, C. D. (2008). 10.

Ecuador, C. d. (2008). Decreto legislativo. *Constitución*

del Ecuador, 10. ECUADOR, C. D. (2008). Decreto

Legislativo. 10.

Ecuador, C. d. (2008). ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO. 10.

ECUADOR, C. D. (2008). ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO. *Documental*, 10.

Ecuador, P. e. (2023). *hrome-*

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://guachapala.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Plan-Estrategico-de-desarrollo.pdf.

Obtenido de hrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://guachapala.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Plan-Estrategico-de-desarrollo.pdf:

hrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://guachapala.gob
.ec/wp-content/uploads/2014/09/Plan-Estrategico-de-desarrollo.pdf

Elena, L. (2017). *chrome-*

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://www.pasosonline.org/Publicados/15317/PS317

_13.pdf. Obtenido de *chrome-*

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://www.pasosonline.org/Publicados/15317/PS317

_13.pdf: *chrome-*

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://www.pasosonline.org/Publicados/15317/PS317

_13.pdf

Franco, M. C. (2017).

https://revistas.um.es/turismo/article/view/290461/212041.

Obtenido

de *https://revistas.um.es/turismo/article/view/290461/212041*:

https://revistas.um.es/turismo/article/view/290461/212041

Franco, W. C. (2017). *ANÁLISIS DEL PERFIL Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA*.

Obtenido de *ANÁLISIS DEL PERFIL Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA*:

https://revistas.um.es/turismo/article/view/290461/212041

Franco, W. C. (2017).

https://revistas.um.es/turismo/article/view/290461/212041.

Obtenido

de *https://revistas.um.es/turismo/article/view/290461/212041*:

https://revistas.um.es/turismo/article/view/290461/212041

GABRIELA, J. (2014). *https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/7920*.

Obtenido

de *https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/7920*:

0:

https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/7920

García, M. (2017). *TURISMO CIENTÍFICO Y CIUDADES DEL FUTURO*. *International*

Journal of Scientific Management and Tourism, 3(1), 123-130.

González, M. d. (2007). *chrome-*

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/29539729/Segmentacion_de_la_demanda_turistica-libre.pdf?1390876753=&response-content-

disposition=inline%3B+filename%3DSegmentacion_de_la_demanda_turistica_un.pdf&Exp.

Obtenido de *chrome-*

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/29539729/Segmentacion_de_la_demanda_turistica-libre.pdf?1390876753=&response-content-

disposition=inline%3B+filename%3DSegmentacion_de_la_demanda_turistica_un.pdf&Exp: *chrome-*

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/29

539729/Segmentacion_de_la_demanda_turistica-libre.pdf?1390876753=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DSegmentacion_de_la_demanda_turistica_un.pdf&Exp

Herrera, M. (2015). <http://dspace.casagrande.edu.ec/>. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec/>: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/742/1/Tesis996ARRp.pdf>

Hiernaux, D. (s.f.). *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/1/Apo2002a6v2pp11-27.pdf*. Obtenido de *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/1/Apo2002a6v2pp11-27.pdf*: *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/1/Apo2002a6v2pp11-27.pdf*

Hiernaux, D. (s.f.). *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/1/Apo2002a6v2pp11-27.pdf*. Obtenido de *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/1/Apo2002a6v2pp11-27.pdf*: *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/1/Apo2002a6v2pp11-27.pdf*

Hiernaux-Nicolas, D. (s.f.). *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/1/Apo2002a6v2pp11-27.pdf*. Obtenido de *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/1/Apo2002a6v2pp11-27.pdf*: *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/1/Apo2002a6v2pp11-27.pdf*

Hunziker, W. (2020). *hrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52002617/Turismo1c-libre.pdf?1488490863=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEL_TURISMO_CONCEPTOS_Y_DEFINICIONES_E_IM.pdf&Expires=1706247725&Signature=V*. Obtenido de *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52002617/Turismo1c-libre.pdf?1488490863=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEL_TURISMO_CONCEPTOS_Y_DEFINICIONES_E_IM.pdf&Expires=1706247725&Signature=V*: *chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52002617/Turismo1c-libre.pdf?1488490863=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEL_TURISMO_CONCEPTOS_Y_DEFINICIONES_E_IM.pdf&Expires=1706247725&Signature=V*

Ibarra, J. (2015). Artículos científicos sobre turismo para personas con discapacidad en revistas Iberoamericanas.

Una propuesta de categorización. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 14(7), 41-58.

- Inchaustegui, M. E. (2013). *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/271273/SEPARATA%20PATRIMONIO%20TUR%20C3%8DSTICO.pdf?sequence=3*.
 ¿Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/271273/SEPARATA%20PATRIMONIO%20TUR%20C3%8DSTICO.pdf?sequence=3:
 chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/271273/SEPARATA%20PATRIMONIO%20TUR%20C3%8DSTICO.pdf?sequence=3
- INEC. (2022). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/#>.
 Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/#>: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/#>
- INEC. (2022). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/#>.
 Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/#>: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/#>
- Jerarquización, M. (2023).
https://www.researchgate.net/publication/372226995_Jerarquizacion_y_ponderacion_de_los_atractivos_turisticos_del_canton_Caluma_provincia_de_Bolivar_Ecuador.
 Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/372226995_Jerarquizacion_y_ponderacion_de_los_atractivos_turisticos_del_canton_Caluma_provincia_de_Bolivar_Ecuador:
https://www.researchgate.net/publication/372226995_Jerarquizacion_y_ponderacion_de_los_atractivos_turisticos_del_canton_Caluma_provincia_de_Bolivar_Ecuador
- Jhonson, C. (2022). *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/113486/Castellares_JCE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/113486/Castellares_JCE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y: ¿chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/113486/Castellares_JCE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. Buenos Aires: 1, 66-86.
 Obtenido de Tipos de turismo: nueva clasificación.

- Ledhesma., M. (2018). *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf*. Obtenido de *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf*: *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf*
- Legislativo, D. (2008). CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008. *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*, 10.
- Ley. (2002). Ley del Turismo. 4.
- Martínez Roget, F. &. (2000). *A demanda turística en Galicia: o problema da concentración*. Obtenido de *Ademanda turística en Galicia: o problema da concentración*: <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>
- Martínez, C. (2016). <https://repositorio.puce.edu.ec/items/ce2a33a9-7b3b-4e88-9a02-313d60e2ea97>. Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/items/ce2a33a9-7b3b-4e88-9a02-313d60e2ea97>: <https://repositorio.puce.edu.ec/items/ce2a33a9-7b3b-4e88-9a02-313d60e2ea97>
- Martínez-Puche. (2022). <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/126434>. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/126434>: <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/126434>
- Medienta. (2022). Obtenido de *Cambios en el comportamiento turístico tras la COVID-19: hacia un nuevo perfil del turista y del viaje de ocio en España*. *Recta@*, 23(1).: <https://doi.org/10.24309/recta.2022.23.1.03>
- MÉRIDA VELÁZQUEZ, E. (2016). <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/57878>. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/57878>: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/57878>
- MÉRIDA VELÁZQUEZ, E. (2016). <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/57878>. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/57878>: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/57878>
- Moreno, F. (2018). <https://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1853>. Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1853>: <https://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1853>

Morillo Moreno. (2011). *Turismo y producto turístico*, 140.

Nicolau J. (s.f.). *El Comportamiento del turista*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/3/Tema%203.pdf>

Pereyra, T. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 3, 8-13.

Proaño Chipantaxi, P. L. (2018). *Perfil del turista en función de las motivaciones para productosturísticos patrimoniales – caso Ruta del Hielo II. Siembra*, 5(1), 105–110. Obtenido de <https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1431>

Quintana, V. M. (2017). <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2204>. Obtenido de <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2204>: <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2204>

Salud, O. M. (2024).

https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019?adgroupsurvey={adgroupsurvey}&gclid=EAIaIQobChMIj-7Tk633gwMVXYFaBR0YAw13EAAYASAAEgLdNfD_BwE.

Obtenido de

https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019?adgroupsurvey={adgroupsurvey}&gclid=EAIaIQobChMIj-7Tk633gwMVXYFaBR0YAw13EAAYASAAEgLdNfD_BwE:

https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019?adgroupsurvey={adgroupsurvey}&gclid=EAIaIQobChMIj-7Tk633gwMVXYFaBR0YAw13EAAYASAAEgLdNfD_BwE

wE

Sancho, A. (2008). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo.:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62796902/Introduccion_al_Turismo_OMT_primeira_parte202004_03-8256-4upj7n-libre.pdf?1586000160=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DIntroduccion_al_Turismo_OMT_Organizacion.pdf&Expires=1689219830&Signature=

Santamaría E & Bayas F. (2017). *EFFECTO ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE*

TUNGURAHUA, ECUADOR. Obtenido de

<https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/3788/4929>

Santamaría-Freire. (2019). *chrome-*

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/29059356007.pdf. Obtenido de chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/29059356007.pdf: chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/29059356007.pdf

Segovia, A. A. (2020). *chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7254/1/MUTC-000740.pdf*. Obtenido de chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7254/1
/MUTC-000740.pdf: chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7254/1
/MUTC-000740.pdf

Tungurahua, C. d. (2010). *chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf*. Obtenido de chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf.

Tungurahua, P. d. (2010).
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censos/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Censo%202010%2C%20Ec uador,11%2C7%25%20en%202010. Obtenido de
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censos/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Censo%202010%2C%20Ec uador,11%2C7%25%20en%202010.:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censos/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Censo%202010%2C%20Ec uador,11%2C7%25%20en%202010.

Tungurahua, P. d. (2023). *chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTA IP2021/enero2021/PDOT_2019-2023.pdf*. Obtenido de chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTA IP2021/enero2021/PDOT_2019-2023.pdf: chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTA IP2021/enero2021/PDOT_2019-2023.pdf

TUNGURAHUA, S. T. (2021). *chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://obest.uta.edu.ec/wp-content/uploads/2022/03/Analisis-turismo-vacacional-2.pdf*. Obtenido de chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://obest.uta.edu.ec/wp-content/uploads/2022/03/Analisis-turismo-vacacional-2.pdf: chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://obest.uta.edu.ec/wp-content/uploads/2022/03/Analisis-turismo-vacacional-2.pdf

Tungurahua, S. t. (2022). <https://www.goraymi.com/es-ec/tungurahua/servicios-turisticos/todas-publicaciones-e2b04c833>. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/tungurahua/servicios-turisticos/todas-publicaciones-e2b04c833>: <https://www.goraymi.com/es-ec/tungurahua/servicios-turisticos/todas-publicaciones-e2b04c833>

Turismo, L. d. (2002). 2.

Turismo, M. d. (19 de 12 de 2019). *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Informe-de-Rendici%C3%B3n-de-cuentas-2019-vf9.pdf*. Obtenido de *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Informe-de-Rendici%C3%B3n-de-cuentas-2019-vf9.pdf*: *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Informe-de-Rendici%C3%B3n-de-cuentas-2019-vf9.pdf*

Turismo, M. d. (6 de octubre de 2023).

Turismo, M. d. (2023). <https://datosabiertos.gob.ec/dataset/https-servicios-turismo-gob-ec-turismo-en-cifras-entradas-y-salidas-internacionales>. Obtenido de <https://datosabiertos.gob.ec/dataset/https-servicios-turismo-gob-ec-turismo-en-cifras-entradas-y-salidas-internacionales>: <https://datosabiertos.gob.ec/dataset/https-servicios-turismo-gob-ec-turismo-en-cifras-entradas-y-salidas-internacionales>

Turismo, M. d. (2023). <https://datosabiertos.gob.ec/dataset/https-servicios-turismo-gob-ec-turismo-en-cifras-entradas-y-salidas-internacionales/resource/5fad2676-c6bd-46cc-9921-676eb9780bcc>. Obtenido de <https://datosabiertos.gob.ec/dataset/https-servicios-turismo-gob-ec-turismo-en-cifras-entradas-y-salidas-internacionales/resource/5fad2676-c6bd-46cc-9921-676eb9780bcc>: <https://datosabiertos.gob.ec/dataset/https-servicios-turismo-gob-ec-turismo-en-cifras-entradas-y-salidas-internacionales/resource/5fad2676-c6bd-46cc-9921-676eb9780bcc>

Turismo, O. M. (28 de junio de 2021). [https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales#:~:text=El%20turismo%20mundial%20registr%C3%B3%20su,Mundial%20del%20Turismo%20\(OMT\)](https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales#:~:text=El%20turismo%20mundial%20registr%C3%B3%20su,Mundial%20del%20Turismo%20(OMT)). Obtenido de [https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales#:~:text=El%20turismo%20mundial%20registr%C3%B3%20su,Mundial%20del%20Turismo%20\(OMT\)](https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales#:~:text=El%20turismo%20mundial%20registr%C3%B3%20su,Mundial%20del%20Turismo%20(OMT)): [https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales#:~:text=El%20turismo%20mundial%20registr%C3%B3%20su,Mundial%20del%20Turismo%20\(OMT\)](https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales#:~:text=El%20turismo%20mundial%20registr%C3%B3%20su,Mundial%20del%20Turismo%20(OMT)).

Turismo, S. d. (2022).

turísticas, A. (2002). TURISTICAS, REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES. 3.

vivienda, C. d.(2010).

vivienda, C. d.(2010).

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censos/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Censo%202010%2C>

%20Ec uador,11%2C7%25%20en%202010. Obtenido de

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censos/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Censo%202010%2C>

%20Ec uador,11%2C7%25%20en%202010.:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censos/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Censo%202010%2C>

%20Ec uador,11%2C7%25%20en%202010.

Yumisaca Tuquinga, J. E. (2017). *PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN ECUADOR.: REFERENCIAS PARA NUEVAS PROPUESTAS DE*

DESARROLLO. Revista Universidad y

Sociedad, 9(3), 52–59. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300008