



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA COTOPAXI**

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

### **CARRERA DE TURISMO**

### **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

## **“ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**

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

**Autora:**

Guamani Oña Nayeli Lorena **Tutor:**

Álvarez Lema Freddy Anaximandro

**LATACUNGA-ECUADOR**

**Agosto 2024**

## DECLARACIÓN DE AUDITORÍA

Guamani Oña Nayeli Lorena, con cédula de ciudadanía No. 0504442286, declaro ser autora del presente Proyecto de Investigación: **“ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, siendo el Ingeniero Mg. Freddy Anaximandro Álvarez Lema, 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, 16 de agosto del 2024



Nayeli Lorena Guamani Oña  
C.C: 0504442286  
**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 **GUAMANI OÑA NAYELI LORENA**, identificada con cédula de ciudadanía **0504442286** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI**”, 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: Mayo 2020 - Septiembre 2020

Finalización de la carrera: Abril – Agosto 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 29 de febrero del 2024

Tutor: Ing. Freddy Anaximandro Álvarez Lema, Mg.

Tema: “**ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI**”

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.** - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare. En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 16 días de agosto del 2024.



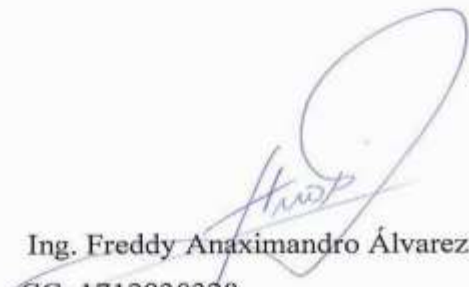
Nayeli Lorena Guamani Oña  
**LA CEDENTE**

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

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

**“ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, de Guamani Oña Nayeli Lorena, de la Carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 16 de agosto del 2024



Ing. Freddy Anaximandro Álvarez Lema, Mg.

CC: 1712930328

**DOCENTE TUTOR**

**AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**



## 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: Guamani Oña Nayeli Lorena, con el título del proyecto de investigación: **“ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

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

Latacunga, 16 de agosto del 2024



Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.

CC: 1722220868

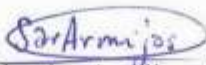
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**



Lcda. Norma Lucia Benavides Zura, Mg.

CC: 1002669644

**LECTOR 2 (MIEMBRO)**



Ing. Sara Alejandra Armijos Anjo, Mg.

CC: 18003993995

**LECTOR 3 (MIEMBRO)**

**AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios, por guiarme en mi camino, al mantenerme firme ante las adversidades y permitirme terminar mi carrera universitaria. A la vez agradezco mis padres quienes son mi motor principal para ser mejor día a día, quienes sin duda ellos me motivan a seguir esforzándome para cumplir mis sueños. A mis queridos hermanos por su amor y apoyo incondicional siendo el soporte emocional en mi vida, de igual manera agradezco a los docentes de la Carrera de Turismo por brindarme sus conocimientos necesarios para formarme profesionalmente. Para culminar agradezco de manera especial a mi tutor al Ing. Freddy Álvarez por guiarme en el desarrollo de mi proyecto de investigación que me permitirá culminar con mi carrera profesional.*

***Nayeli Lorena Guamani Oña***

## ***DEDICATORIA***

*Con mucho amor y cariño a mis padres Eusebia y Gustavo, quienes fueron mi motor de apoyo, gracias su sacrificio, paciencia y constante aliento a lo largo de mi formación de vida como también académica, su ejemplo de dedicación ha sido mi mayor inspiración.*

*A mi hermano Jorge, por su comprensión, aliento y alegría compartida y obligación para culminar con mis estudios, este logro no habría sido posibles sin su constante presencia y motivación.*

*A mi hijo Thiago, ha sido mi fuente de constante inspiración y fortaleza para seguir con mis estudios y estar presente para darme aliento, incluso en los momentos de mi ausencia fuiste el niño más fuerte durante esta travesía para culminar mi carrera profesional, Te dedico este proyecto de investigación con todo mi amor, esperando que siempre persigas tus sueños y recuerdes que todo es posible con esfuerzo y dedicación.*

*Nayeli Lorena Guamani Oña*

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

**TÍTULO: “ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”.**

**Autor:**  
Guamani Oña Nayeli Lorena

**RESUMEN**

Esta investigación se realizó con la finalidad de conocer el perfil del turista de la provincia de Cotopaxi, para el cual se hizo una investigación de enfoque cualitativo y nivel descriptivo, a través de un estudio descriptivo que contribuye al desarrollo turístico de la provincia de Cotopaxi, para la recopilación de datos y análisis de muestras se caracterizó el perfil del turista. Para el cumplimiento del primer objetivo, se empleó revisión bibliográfica del inventario de atractivos turísticos, tesis, libros, Plan Ordenamiento Territorial (PDyOT), revistas y artículos. La misma que ayudó a la construcción de la fundamentación científica técnica y la elaboración del instrumento para el levantamiento de información como resultado del análisis de la investigación de varios autores donde se determinaron las variables: demográficas, socioeconómicas, motivacional, preferencial para la validación de encuestas se realizó un estudio piloto el mismo que fue aplicado a 20 personas. Al seleccionar los atractivos turísticos y el instrumento de recopilación de datos se calculó el tamaño de muestra mediante la fórmula del muestreo no probabilístico con un total de 385 encuestas la misma que se aplicó a los atractivos turísticos con más afluencia, cumpliendo con el objetivo de la investigación como resultado que el 94% de turistas son de nacionalidad ecuatoriana, residentes de las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua, con un rango de edad 31 a 40 año, de género masculino, su estado civil casado, su estado laboral son empleados privados, sus

ingreso promedio es entre \$ 461 a \$1000 dólares mensuales, su nivel de estudios es de tercer nivel, viajan acompañados con sus familias, estiman en gastar entre \$ 50 a \$ 100 dólares y gastan en alimentación y actividades de recreación, prefieren visitar la Laguna del Quilotoa, Laguna de Yambo y Parque Nacional Cotopaxi, el tiempo para su viaje es de 1 día, se informan mediante redes sociales, realizan turismo durante feriados, prefieren el turismo de aventura, deciden hospedarse en hoteles, degustan comida típica, las actividades turísticas que realizan es observación de flora y fauna, y para ello prefieren viajar en vehículo propio. El segundo objetivo se realizó un boletín informativo cuya herramienta plasmó los resultados obtenidos del primer objetivo centrado en investigaciones con el diseño a través de análisis de resultados con el instrumento Canva permitiendo el diseño para visualizar la portada, descripción del lugar de estudio, descripción de atractivos seleccionados y el último apartado detalla las variables; demográficas, socioeconómicas, motivacional, y preferencial en gráficas presentando como resultado el boletín informativo del perfil del turista beneficiando.

**Palabras clave:** boletín, cualitativo, desarrollo, encuesta, perfil.

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

**THEME: “ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**

**Author:**

Guamani Oña Nayeli Lorena

**ABSTRACT**

This research was conducted with the purpose of knowing the profile of the tourist in the province of Cotopaxi, located in the central region of Ecuador, being known for its impressive mountainous landscape and its rich indigenous culture, for which a qualitative approach research and descriptive level was made, The objective was to characterize the profile of the tourist through a descriptive study contributing to the tourism development of the province of Cotopaxi, with the purpose of improving the economy for the development of this research a literature review was conducted, where information was collected through theses, books, Land Management Plan (PDyOT), magazines and articles. This helped in the construction of the technical scientific basis and the development of the instrument for the collection of information as a result of the analysis of the research of several authors where the variables were determined: demographic, socioeconomic, motivational and preferential, for the validation of surveys a pilot study was conducted which was applied to 20 people. When selecting the tourist attractions and the data collection instrument, the sample size was calculated using the non-probabilistic sampling formula with a total of 385 surveys which were applied in the tourist attractions with more affluence, fulfilling the objective of the research as a result 94% of tourists are of Ecuadorian nationality, residents of the provinces of Pichincha, Cotopaxi and Tungurahua, an age range 31 to 40 years of male gender, their marital status married, their employment status are private employees, their economic income is between 461 to 1000 \$ per month, their level of studies is third level, they travel accompanied by their

families, they estimate spending between 50 to 100 \$ and spend on food and recreational activities, they prefer to visit the Quilotoa Lagoon, Yambo Lagoon and Cotopaxi National Park, The time for their trip is 1 day, they get information through social networks, they go sightseeing during holidays, they prefer adventure tourism, they decide to stay in hotels, they taste typical food, the tourist activities they do are flora and fauna observation, and for this they prefer to travel in their own vehicle. In addition, the second objective was carried out a newsletter whose tool reflected the results obtained from the first objective focused on research with the design through analysis of results with the Canva tool allowing the design to visualize the cover, description of the study site, description of selected attractions and the last section details the variables; demographic, socioeconomic, motivational, and preferential in graphs presenting as a result the newsletter of the profile of the tourist benefiting.

**Key words:** newsletter, qualitative, development, survey, profile.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR .....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	vii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	vii
<i>AGRADECIMIENTO</i> .....	viii
<i>DEDICATORIA</i> .....	ix
ÍNDICE DE TABLAS .....	xvi
ÍNDICE DE FIGURA .....	xvii
DE IMAGEN .....	xix
1. Información general. ....	1
2. Justificación .....	2
3. Beneficiarios del Proyecto .....	3 a. Beneficiario
Directo .....	3

b. Beneficiarios Indirectos.....	3
4. Problema de Investigación.....	4
5. Objetivos .....	6
5.1. Objetivo General.....	6
5.2. Objetivos Específicos .....	6
6. Actividades y sistematización de tareas en relación con los objetivos planteados .....	7
7. Fundamentación Científico Técnico .....	9
7.1. Marco legal .....	9
7.2. Ley del turismo.....	9
7.2.1. Constitución del Ecuador .....	9
7.3. Definición del Turismo .....	10
7.4. Perfil del Turista .....	11
7.6. Demanda Turística .....	15
7.7. Oferta Turística .....	15
7.8. Características del perfil de un turista .....	16
7.4.1. Variables demográficas .....	16
7.4.2. Variables socioeconómicas .....	16
7.4.3. Variable de motivación .....	16
7.4.4. Variable Preferencial .....	16
7.9. Jerarquización De Atractivos .....	17
7.10. Boletín Informativo .....	18
7.10.1. Para que sirve el boletín informativo .....	18
7.10.2. Estructura del boletín informativo.....	19
7.10.3. Créditos .....	20

8.	Validación de las Preguntas Científicas .....	21
9.	Metodología de la investigación .....	22
9.1.	Cualitativo .....	22
9.2.	Descripción del área de estudio .....	23
	9.2.1. División Política y Administrativa.....	23
9.1.2.	Límites .....	24
9.4.1.	Atractivos turísticos que existen en la provincia de Cotopaxi .....	25
9.4.2.	Atractivos seleccionados .....	28
9.4.3.	Descripción de los atractivos. ....	31
9.2.	Objetivo 1 .....	34
	9.2.1. <i>Tipo De Investigación</i> .....	34
	Cronograma de salidas de campo para la aplicación de la encuesta. ....	34
	9.2.2. <i>Técnicas</i> .....	36
	Cálculo del tamaño de la muestra .....	41
	Muestreo no probabilístico .....	41
	Fórmula del cálculo de muestra .....	42
9.2.3.	<i>Instrumentos</i> .....	43
	Instrumentos de recolección de datos .....	43
9.3.	Objetivo 2 .....	44
	9.3.1. <i>Tipo de investigación</i> .....	44
	9.3.2. <i>Método</i> .....	44
	9.3.3. <i>Técnicas</i> .....	45
	9.3.4. <i>Instrumentos de investigación</i> .....	45
10.	Análisis y discusión de resultados .....	45
10.1.	Interpretación de los resultados de las encuestas .....	46

10.1.1.	Variable demográfica .....	46
10.1.2.	Variable socioeconómica .....	51
10.1.3.	Variable de motivación .....	56
10.1.4.	Variable preferencial .....	60
10.2.	Estructura del boletín Informativo .....	67
10.1.2.	Portada .....	67
10.1.3.	Tipografía .....	68
10.1.4.	Atractivos turísticos principales de la Provincia de Cotopaxi .....	70
10.1.5.	Perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi .....	72
11.	Impactos.....	77
11.1.	Impacto técnico .....	77
11.2.	Impacto sociocultural. ....	77
11.3.	Impacto económico .....	77
12.	Conclusiones y Recomendaciones.....	78
12.1.	Conclusiones .....	78
12.2.	Recomendaciones .....	80
13.	Bibliografía .....	81
Apéndice .....		87
Apéndice 1; <i>Modelo de la Encuesta</i> .....		87
<b>TABLAS</b>		
<b>Tabla 1</b>	Número de beneficiarios directos.....	3
<b>Tabla 2</b>	Número de beneficiarios indirectos.....	4
<b>Tabla 3</b>	Actividades y sistematización de tareas en relación con los objetivos.....	7
<b>Tabla 4</b>	Descripción de Jerarquías para los atractivos turísticos. ....	19

<b>Tabla 5</b> División de la política de la provincia de Cotopaxi.....	26
<b>Tabla 6</b> Atractivos turísticos.....	27
<b>Tabla 7</b> Atractivos seleccionados .....	30
<b>Tabla 8</b> Descripción de los atractivos.....	33
<b>Tabla 9</b> Cronograma de salidas de campo. ....	37
<b>Tabla 10. Encuesta</b> .....	39
<b>Tabla 11</b> Clasificación de los atractivos .....	45
<b>Tabla 12</b> Perfil del turista.....	66
<b>Tabla 13.</b> Cuadro comparativo del perfil de turista de la provincia de Cotopaxi. ....	68

## ÍNDICE DE FIGURA

<b>Figura 1</b> División cantonal de la provincia de Cotopaxi .....	23
<b>Figura 2</b> Nacionalidad .....	46
<b>Figura 3</b> Lugar de residencia .....	47
<b>Figura 4</b> Edad .....	48
<b>Figura 5</b> Género .....	49
<b>Figura 6</b> Estado civil. ....	49
<b>Figura 7</b> Situación Laboral .....	50
<b>Figura 8</b> Promedio mensual de ingresos .....	51
<b>Figura 9</b> Nivel de estudios .....	52
<b>Figura 10</b> Con quién viaja .....	52
<b>Figura 11</b> Cuántos mayores de 17 años le acompañan .....	53
<b>Figura 12</b> Cuántos menores de 17 años le acompañan .....	53
<b>Figura 13</b> Cuánto estima gastar durante la visita a la provincia de Cotopaxi .....	54

<b>Figura 14</b> A que va destinado sus gastos al viajar .....	55
<b>Figura 15</b> Cuál fue el motivo de su viaje .....	56
<b>Figura 16</b> Qué atractivo turístico le gustaría visitar dentro de la provincia .....	57
<b>Figura 17</b> Qué tiempo estima para su visita a la provincia .....	58
<b>Figura 18</b> A través de que medio se informó de los atractivos turísticos de la Provincia de Cotopaxi .....	58
<b>Figura 19</b> Cada que tiempo realiza actividades turísticas .....	59
<b>Figura 20</b> Cuántas veces ha visitado la provincia de Cotopaxi .....	60
<b>Figura 21</b> Cuál es su tipo de turismo favorito .....	60
<b>Figura 22</b> Qué tipo de hospedaje prefiere. ....	61
<b>Figura 23</b> Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo .....	62
<b>Figura 24</b> Qué actividades prefiere realizar en su visita a la provincia .....	62
<b>Figura 25</b> Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia .....	63
<b>ÍNDICE DE IMAGEN</b>	
<b>Imagen 1</b> Boletín informativo del perfil del turista .....	69
<b>Imagen 2</b> Descripción de los atractivos turísticos .....	70
<b>Imagen 3</b> Descripción de los atractivos turísticos .....	70
<b>Imagen 4</b> Datos demográficos.....	72
<b>Imagen 5</b> Datos Socioeconómicas .....	73
<b>Imagen 6</b> Datos Motivacional .....	74
<b>Imagen 7</b> Datos preferenciales .....	75
<b>Imagen 8</b> Créditos .....	76



## **1. Información general.**

### **Título del proyecto**

Estudio del perfil del turista de la provincia de Cotopaxi.

**Fecha de inicio:** Abril/ 2024 **Fecha**

**de finalización:** Agosto/ 2024

### **Lugar de ejecución.**

**Provincia:** Cotopaxi - **Zona:** 3

**Institución:** Universidad Técnica de Cotopaxi

**Unidad académica:** Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales.

**Carrera que auspicia:** Licenciatura en Turismo

**Proyecto de investigación vinculado:** Observatorio turístico de la provincia de Cotopaxi

**Equipo de trabajo:**

### **Tutor de Titulación**

Ing. Freddy Anaximandro Álvarez Lema. Mgs

**Número telefónico:** 0995845012

**Correo electrónico institucional:** [freddy.alvarez@utc.edu.ec](mailto:freddy.alvarez@utc.edu.ec)

**Estudiante / Investigador:** Nayeli Lorena Guamani Oña

**Número telefónico:** 0992261936

**Correo electrónico institucional:** [nayeli.guamani2286@utc.edu.ec](mailto:nayeli.guamani2286@utc.edu.ec)

**Área de Conocimiento:** Servicios

**Línea de investigación:** Análisis del turismo

**Sublínea de Investigación:** Análisis del turismo

## **2. Justificación**

El presente proyecto de investigación titulado “Estudio del perfil del turista de la provincia de Cotopaxi”, es comprender las cuatro variables; demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferenciales de los turistas. Es importante conocer las características del perfil del turista que visita la provincia, para ofertar servicios y productos personalizados que cumplan con las expectativas y necesidades del turista, debido a que este contribuye en el factor económico de la provincia.

El proyecto de investigación aportará información necesaria para los prestadores de servicios, ya que, al informarse y conocer las variables demográficas, socioeconómica, motivacional y preferenciales de los turistas nacionales e internacionales, permitirá generar nuevas perspectivas para el desarrollo turísticos de la provincia.

Para este estudio los beneficiarios principales son las autoridades locales, agencias de viajes, prestadores de servicios, comunidades locales, estudiantes de la Carrera de Turismo teniendo información actualizada y diseñen estrategias efectivas así garanticen experiencias satisfactorias para mejorar sus productos y servicios turísticos y ofertarlos

La investigación del perfil del turista de la provincia de Cotopaxi cuenta con atractivos y recursos necesario para ejecutar el estudio, se recopiló información del Ministerio de Turismo (MINTUR); obteniendo información mediante encuestas en el sitio permitiendo conocer los datos reales del lugar turístico y desarrollar el perfil que contribuya para los prestadores de servicios, utilizando documentos bibliográficos para el desarrollo de un estudio.

## **3. Beneficiarios del Proyecto**

### **a. Beneficiario Directo**

Los beneficiarios directos serán los turistas nacionales e internacionales se considera directos pues los mismo permitirán la recolección de la información necesaria para identificar el perfil del turista, lo que también mejorará el desarrollo turístico en la provincia, el número de turistas nacionales 479,174 y extranjeros 2,429,790.

Otro grupo de beneficiarios directos son los establecimientos registrados en la provincia de Cotopaxi, ya que servirá como fuentes de datos para diseñar paquetes turísticos de acuerdo a las necesidades que tiene el turista al momento de visitar los atractivos turísticos.

**Tabla 1** *Número de beneficiarios directos.*

Turistas nacionales	479, 174
Turistas extranjeros	2,429,790
Establecimientos registrados en la provincia de Cotopaxi.	217 establecimientos

**Fuente:** Total, de empresas turísticas registradas en la provincia de Cotopaxi, Tomado de (Catastros nacional de establecimiento Turísticos y Guías Turísticos Contiene, 2023) y turistas que han visitado los diferentes cantones de la provincia. Tomado de (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2018)

### **b. Beneficiarios Indirectos**

Los beneficiarios indirectos serán la población local de la provincia de Cotopaxi, mismos que serán beneficiados, ya que por medio de la investigación se desarrollarán proyectos para la difusión del turismo. Tras identificar el perfil del turista se logrará cumplir con las necesidades del turista, mejorando la economía de la provincia.

Otro grupo de beneficiarios indirectos son los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi de cierta manera, la información recolectada servirá como una fuente de datos para contribuir al conocimiento de las características del perfil del turista, permitiendo el diseño de productos turísticos y servicios.

**Tabla 2** *Número de beneficiarios indirectos.*

Habitantes de la provincia de Cotopaxi	409. 205 habitantes
Estudiantes de la Carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi.	157 estudiantes

**Fuente:** Total, de personas que habitan en la provincia. Tomado de (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2019) y número de estudiantes de la carrera de Turismo.

#### **4. Problema de Investigación**

Este estudio de investigación, genera el desinterés por parte de los visitantes al momento de recorrer los atractivos turísticos puesto que estos no superan las expectativas debido al desconocimiento de las características del turista. Teniendo en cuenta que es necesario comprender cuáles son sus hábitos de consumo, el comportamiento, las preferencias y gastos dentro de los destinos para un mejoramiento de los sitios de acuerdo al turista y así aumentar el turismo dentro de la provincia. (Pereira, 2017)

Según la Organización Mundial del Turismo (2023), se registraron alrededor de 1.300 millones de turistas, alcanzando el 88% de niveles de 2019, se proyecta para fines del 2024 el turismo internacional recuperará los niveles prepandémicos, con un crecimiento del 2% por encima de los niveles del 2019, esta recuperación se basa en la liberación de la demanda acumulada y para mejorar la conectividad y el impulso de los mercados asiáticos. Pero la industria turística a nivel mundial requiere una continua investigación y actualización de acuerdo al perfil del turista para así comprender las nuevas demandas y tendencias del mercado (ONU Turismo, 2023)

El perfil del turista en Ecuador revela que la mayoría proviene de países vecinos como Colombia y Perú, así como de Estados Unidos y Europa, con edades predominantes entre 25 y 45 años, estos visitantes buscan experimentar en la biodiversidad y los paisajes naturales del país como ecoturismo y turismo de aventura, prefieren alojarse en hoteles, hostales o cabañas, suelen gastar en alojamientos, alimentación y actividades recreativas. Sin embargo, la falta de alineación entre

expectativas de los turistas y la percepción de las comunidades locales sobre el impacto del turismo limita el desarrollo económico potencial de la región, creando desafíos para la integración efectiva del turismo en economía local (MINTUR, 2018)

En la provincia de Cotopaxi, los estudios acerca del perfil del turista son escasos debido los documentos existentes como: perfil del turistas de naturaleza de la provincia de Cotopaxi, perfil del turistas de la provincia de Cotopaxi, perfil del turista cultural que visita la provincia de Cotopaxi, estos datos reverentes sobre el ingreso de personas a los sectores turísticos de la provincia tiendo en cuenta la oferta, cultura, tradicional y natural que se enraíza con la comunidad indígena, convirtiendo a una de las primeras provincias para realizar actividades de aventura, culturales, y tradicionales. Teniendo en cuenta que las comunidades se enfrentan a desafíos relacionados con las motivaciones y características del turista con sus preferencias y comportamientos pueden sobrepasar la capacidad de carga de los destinos locales, generando problemas de congestión, degradación ambiental y tensiones sociales. (Guzmán Muñoz, 2018). Además, la población local no percibe el turismo como una opción viable para mejorar su economía. Tomando en cuenta se debe integrar a las poblaciones locales en el desarrollo turístico. Al involucrarse activamente, se puede transformar los atractivos locales en destinos turísticos, no solo preserva el patrimonio cultural y natural, sino también genera beneficios económicos directos para la región (Cotopaxi, 2018).

La falta de información a nivel local sobre el perfil del turista dentro de la provincia que permitirá identificar 4 variables son; demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferenciales siendo aplicadas en la encuetas a los turistas que visitan la provincia de Cotopaxi con la finalidad de caracterizar el perfil del turista a través de un enfoque cualitativo y nivel descriptivo contribuyendo al desarrollo turístico, de manera que, pueda mejorar la oferta turística,

de acuerdo a las necesidades del visitante permitiendo potencializar el desarrollo del turismo dentro de la provincia.

## **5. Objetivos**

### **5.1. Objetivo General**

- Caracterizar el perfil del turista a través de un estudio descriptivo contribuyendo al desarrollo turístico de la provincia de Cotopaxi.

### **5.2. Objetivos Específicos**

- Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, que consta de variables: demográficas, socio económicas, preferencias y motivacionales.
- Elaborar un boletín informativo describiendo los principales resultados que ayuden a la toma de decisiones en los organismos pertinentes

## 6. Actividades y sistematización de tareas en relación con los objetivos planteados

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

**Tabla 3** *Actividades y sistematización de tareas en relación con los objetivos.*

Objetivo	Actividades	Metodología	Resultado
<b>Objetivo 1.</b> • Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de una encuesta, que consta de variables: demográficas, socio económicas, preferencias, y motivaciones.	Descripción del área de estudio • Identificación de atractivos según la jerarquización II y III • Salidas de campo Aplicación de encuestas Tabulación de datos. • Caracterizar las características del perfil del turista.	<b>Tipo de investigación</b> • - Descriptiva - De campo - Documental <b>Métodos</b> - Método Cualitativo <b>Técnicas</b> - Recolección de datos - Muestreo no probabilístico <b>Instrumento</b> - Base de datos del Ministerio de Turismo (MINTUR). - Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial (PDOT) - Cuestionario	Perfil del turista

<p><b>Objetivo 2.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar un boletín informativo describiendo los principales resultados ya ayuden a la toma de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un boletín digital.</li> <li>• Diseñar la tipografía, contenido, imágenes, estilo y espaciado.</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• - Investigación documental</li> </ul> <p><b>Métodos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Método descriptivo</li> </ul> <p><b>Técnicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de contenido</li> </ul>	<p>Boletín informativo</p>
--	--	--	----------------------------

decisiones en los organismos pertinentes. **Instrumento** - Diseño gráfico

- Canva

**Nota:** Elaborado por Nayeli Guamani.



## **7. Fundamentación Científico Técnico**

### **7.1. Marco legal**

Es cierto que el turismo es una industria clave para Ecuador aportando significativamente a los ingresos económicos del país, por lo cual es preciso la actividad que posee un regulamiento adecuado ante las diferentes leyes que se encuentran en vigencia, además esta investigación fomentará un equilibrio en los ámbitos como cultural, natural y económico.

### **7.2. Ley del turismo**

#### **7.2.1. Constitución del Ecuador**

##### CAPITULO I

##### ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (Ley del Turismo, 2014)

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades. (Ley del Turismo, 2014)

- a. Alojamiento
- b. Servicio de alimentos y bebidas
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones

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

### **7.3. Definición del Turismo**

El turismo como manifestación sociocultural es de origen relativamente reciente. Sin embargo, para comprender su desarrollo, rápida expansión y fortaleza, es importante abordar sus antecedentes más remotos. El turismo ha evolucionado a lo largo de la historia del hombre, de allí que se ha diversificado las razones por las cuales se realiza el turismo, así como los medios y sistemas de los cuales el turismo se ha valido para su realización. Al igual que la industria y el comercio, el turismo ha impulsado y a su vez ha sido impulsado, por el desarrollo de medios de transporte y vías de comunicación. (Morillo M, 2018)

Según la OMT el turismo es un término social, cultural y económico, las actividades que realizan las personas durante sus viajes en diferentes lugares por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y por otros motivos. (OMT, 2021)

Según (Ledhesma, 2018) el turismo en Buenos Aires es generado una acción que implica un desplazamiento hacia los seres humanos a salir a diferentes lugares de su residencia hacia las actividades recreativas como descanso contacto con algún lugar turístico. El turismo es el fenómeno ubicuo, complejo y multidisciplinar que se detalla en la economía, sociales, políticas,

artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas, gastronómicas y culturales que se unen simultáneamente al sector de las poblaciones que habitan cada destino turístico.

El turismo es una actividad donde las personas viajan a diferentes lugares, ya sea dentro o fuera del país, con fines de ocio, recreación, negocios, involucrando el desplazamiento y la estancia temporal en destinos que ofrecen atractivos turísticos. El turismo abarca la interacción con las comunidades locales y por ende el consumo de bienes y servicios que generan ingresos y desarrollo económico, además es un intercambio de culturas.

#### **7.4. Perfil del Turista**

El perfil del turista se refiere a las características de los turistas que visitan un lugar. Conocer el perfil del turista es importante para adaptar los servicios turísticos y ofrecer una experiencia personalizada y satisfactoria. (Planetou, 2020)

Los turistas pueden ser clasificados según su motivación de viaje, como turistas de ocio, turistas de negocios, turistas culturales, turistas de salud, entre otros. También se pueden segmentar por aspectos sociodemográficos, como edad, género, lugar de procedencia, entre otros. La inteligencia turística es una herramienta que puede ayudar a recopilar y analizar información en tiempo real sobre los turistas y sus intereses. (ATRIBUS, 2019)

Según el Gobierno de España, el perfil del turista es considerado aspectos como la diferencia entre turistas y excursionista, el turista es aquel que se traslada a un punto geográfico distinto de su domicilio habitual y pernocta en el destino al menos 24 horas, como el motivo de viaje que puede ser personal, ocio o trabajo. Además, un excursionista no pernocta en el destino y generalmente realiza viajes de un día. En el análisis del perfil del turista extranjero en España se

centró en aspectos como el volumen de llegadas, gastos totales, pernoctaciones y tipo de alojamiento, destacándose en actividades turísticas influenciadas por la oferta, recursos, empresas turísticas, instituciones públicas y la demanda. Como estrategia del turismo sostenible 2030 busca transformar el turismo hacia un modelo sostenible, basado en la mejora de la competitividad y rentabilidad del sector, la preservación de los valores naturales y culturales ya se equitativa distribución de beneficios. La estrategia se enfocada en pilares socioeconómicos, medioambiental, y territorial para mantener el liderazgo turístico de España. En el 2023 España recibió más de 85 millones de turistas internacionales, generando un récord de gasto turístico de 108.662 millones de euros, el gasto medio por viajero fue de 1.278 euros con un aumento de 5.1% respecto al año anterior, donde obtuvieron una estancia media de 7.3 días, reflejando un turismo de mayor calidad y crecimiento en el sector. El objetivo de la nueva estrategia en bases de la transformación del turismo español hacia el crecimiento, que permite mantener su posición de liderazgo mundial. El nuevo modelo, estará apoyado en la mejora de la capacidad de competitividad y rentabilidad de la industria, en los valores naturales y culturales y en la distribución equitativa de los beneficios y las cargas del turismo. (TURISMO, 2023)

El Gobierno de México el turismo depende de que sean turistas nacional o internaciones que visitan la Ciudad de México, en el caso de los turistas nacionales, en su mayoría son adultos jóvenes entre 18 y 45 años, sin distinción de género, con una estancia promedio de cuatros días y un gasto diario promedio de mil ochenta y dos pesos durante su visita. Por otro lado, los turistas internacionales provienen principalmente de Estados Unidos, con un promedio de seis días y un gasto diario promedio de dos mil treinta y dos pesos.

Teniendo en cuenta la mayoría de los turistas que visitan la Ciudad de México siendo tendencia mayor en turistas internacionales. Es una actividad económica que contribuye al crecimiento y

desarrollo sustentable del país. Desarrollada por los tres niveles de gobierno que son (federal, estatal, y municipal) y los prestadores de servicios.

El gobierno federal busca fortalecer la oferta turística, diversificada el producto turístico nacional y aumentar las corrientes de visitantes extranjeros. La Secretaría de Turismo es responsable del desarrollo y regulación de la actividad turística en la Ciudad de México, teniendo como objetivo fomentar el crecimiento y desarrollo sustentable del sector, promover la inversión pública y privada, también mejorar la calidad de servicios turísticos. (México, 2022)

Según el Gobierno de Ecuador el estudio del perfil del turista internacional el 2017, los turistas que visitan a Ecuador principalmente de Estados Unidos, Colombia, Chile, Perú y Argentina, gran parte son adultos entre 25 y 44 años, con un nivel de educación superior y un ingreso medio-alto. El motivo principal de su viaje es ocio, aventura y destinos urbanos y naturales. Además, el gasto turístico ha aumentado un 7 % entre 2013 y 2017, y las visitas de extranjeros en el Ecuador crecieron en 8.9% por encima del promedio mundial.

En el caso del turismo nacional el perfil del turista en Ecuador obtiene una diversidad de características, su edad oscila entre 16 y 45 años, teniendo en cuenta el consumo de preferencias de destinos y características del turista son importantes para incrementar el turismo receptivo alrededor del país. (MINTUR, TURISMO DE ECUADOR, 2017)

## **7.5. Estudio de arte**

El estudio del arte es una categoría deductiva que aborda y se propone como estrategia, con la finalidad de elaborar una reflexión epistemológica sobre la construcción de un estado de arte de un objeto de estudio. Esto significa que concibe el proceso metodológico y técnico de la investigación. El estudio de arte requiere un análisis hermenéutico y crítico de su objetivo de estudio para la transformación de significados, de manera que permita superar la visión técnica de análisis del

conocimiento investigado. En la actualidad, se ha convertido en una herramienta esencial en universidades y centros de investigación para revisar la situación actual de conocimientos de su investigación.

Dentro del estudio del perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi, Revista Recursos Nacional Producción y Sostenibilidad (RENPYS), el estudio realizado en enero – junio del 2022. El propósito de esta investigación fue describir el perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi, en tiempos de pandemia. Validando el instrumento de recolección de datos, a través de un estudio piloto de aplicación del instrumento a 100 personas. Validando cuatro variables de caracterización; demográfica, socioeconómica, motivación y preferencial. La población de estudios fueron los turistas que visitaron la provincia, en el año 2020. Al no contar con datos referenciales, tampoco marco muestral, se utilizó la fórmula para población infinita y variable categórica al 95% de confianza, y 5% de margen de error, obteniendo 385 turistas a ser encuestados. Para la aplicación de la encuesta se seleccionaron 10 atractivos turísticos de mayor jerarquía y mayor frecuencia de turistas. La recolección de los datos tuvo lugar mediante el cumplimiento de un cronograma de salidas de campo que duró 3 meses. Mediante la tabulación de los ítems se obtuvo que los turistas que más visitan la provincia son hombres (53%), de nacionalidad ecuatoriana (97%), promedio de edad de (28-32 años), solteros (59%), empleados públicos (33%), empleados privados (31%), ingreso promedio de (\$400 a 1000 \$), promedio de gasto de (\$ 50 - \$100), buscan relajación (86%), el tiempo promedio de visita es de un día (80%), se enteraron por redes sociales (50%), prefieren el turismo de naturaleza (47%), comida típica (85%), y les gusta viajar en transporte propio (80%). (Abarca. M, Vinueza. D, Andrade. A, 2022)

Dentro del estudio del perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi en la Universidad Técnica de Cotopaxi, el estudio realizado en agosto de 2023. De acuerdo a la investigación sobre las caracterizar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de

Cotopaxi, mediante una investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo, utilizando la estadística para la recopilación y análisis de las muestras válidas que se obtuvieron de la aplicación de las encuestas para caracterizar al turista y conocer la oferta en los destinos de naturaleza de la provincia. Con revisión bibliográfica para el inventario de atractivos turísticos, libros, tesis y planes de desarrollo y ordenamiento territorial con el propósito de seleccionar 10 atractivos de naturaleza, las características que se evaluaron son la ubicación, cantidad de turistas y el nivel de jerarquía de II y III. Para caracterizar el perfil del turista, se aplicaron 385 encuestas analizando las variables demográficas, socioeconómicas, motivación y preferencia. Se definió que los turistas que visitan la provincia, con el 51% de turistas extranjeros y el 49% son turistas nacionales provenientes de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Cotopaxi con un rango de edad de 31 a 40 años, realizan sus viajes acompañados por su familia y destinan su tiempo a realizar actividades como caminata y fotografía. Se informaron a través de redes sociales, sus gastos son en alimentación y transporte, destinando un promedio de \$100 en recursos naturales, áreas protegidas, bosques, montañas y lagunas, convirtiéndose en los principales recursos naturales que los turistas deciden visitar. (Gangotena, 2023)

## **7.6. Demanda Turística**

La demanda turística se refiere a los posibles consumidores de los productos y servicios turísticos. También es una serie de personas que se movilizan de un lado a otro, dentro o fuera de su lugar de residencia. (MGTS, 2009)

## **7.7. Oferta Turística**

La oferta turística es el número de establecimientos que brindan servicios y productos a los visitantes en los atractivos turísticos. Dándonos a entender que se ha ido convertido en una esfera

importante de la economía dentro de los sitios cercanos a los sitios turísticos. (Naranjo R Y Mat3nez M, 2017)

### **7.8.Características del perfil de un turista**

El perfil del turista incluye informaciones demogr3ficas relacionadas con el viaje de los turistas, preferencias, motivaciones, al momento de realizar un viaje y el gasto. (Guti3rrez, 2016). Las caracter3sticas de un perfil del turista son esenciales para adaptar sus productos y servicios para satisfacer las necesidades y expectativas de la demanda de mercado. (Garcia, 2018)

El perfil puede ser analizado a partir del an3lisis de diferente tipo de variables:

#### **7.8.1. Variables demogr3ficas**

Las variables demogr3ficas del perfil tur3stico acorde se describen las caracter3sticas del turista como nacionalidad, lugar de residencia, edad, g3nero, nivel educativo, ocupaci3n y estado civil.

#### **7.8.2. Variables socioecon3micas**

Las variables socioecon3micas muestran un estado de situaci3n del consumidor, como el nivel de ingreso, ocupaci3n y el nivel de estudios.

#### **7.8.3. Variable de motivaci3n**

Las motivaciones ejercen significativamente el comportamiento del turista consumidor por los principales factores que motivan a viajar, identificando los tipos de motivaciones relacionadas con la salud f3sica y mental, entretenimiento, descanso, relajaci3n, visitas a familiares y amigos, culturales. (Pereira A, 2017)

#### **7.8.4. Variable Preferencial**

Se puede interpretar como variable preferencial con mayor interés o prioridad en este proyecto de investigación, siendo crucial conocer el turista.

A continuación, exploraremos tres aspectos clave que impulsan a las personas a explorar nuevos destinos:

**Descanso y relajación:** Muchos turistas buscan escapar del estrés habitual y cambiar energías. Ya sea tumbados en una playa o practicando actividades al aire libre, el objetivo es hallar un mejor equilibrio y bienestar. Las necesidades que motivan a las personas a buscar entornos más agradables que el hábito diario.

**Exploración cultural y personal:** Algunos viajeros buscan avalar su sabiduría y el crecimiento personal. Visitar museos, sitios históricos o participar en actividades culturales les permite sentirse realizados. El descubrimiento de experimentar una nueva cultura, sentir diferentes comidas e introducirse en costumbres locales es una motivación poderosa.

**Emociones intensas y aventura:** Otros turistas buscan emociones fuertes. Pueden ser aventureros que desean subir montañas, bucear en aguas profundas o explorar nuevos lugares. La adrenalina es un factor que influye en sus decisiones de viaje.

## 7.9. Jerarquización De Atractivos

La jerarquización nos ayudará a identificar y ordenar los diferentes atractivos turísticos de la provincia, básicamente esto nos ayudará a la oferta y a desarrollar nuevos atractivos de manera sostenible teniendo en cuenta las necesidades y preferencias de los visitantes.

Las jerarquías corresponden a un proceso de revisión metodológica para los inventarios de atractivos turísticos (MINTUR, 2004) teniendo en cuenta los criterios dados por la OEA.

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

**Tabla 4** Descripción de Jerarquías para los atractivos turísticos.

<b>Jerarquía</b>	<b>Descripción</b>
<b>Jerarquía IV</b>	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)
<b>Jerarquía III</b>	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.
<b>Jerarquía II</b>	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.
<b>Jerarquía I</b>	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
<b>Recursos</b>	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo

**Nota:** tomado de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, (MINTUR, Manual de atractivos turísticos, 2018)

### 7.10. Boletín Informativo

Según Jorge Luis Alonso G se citó en (Denisse, 2013) es una herramienta de comunicación que permite crear, consolidar y dinamizar comunidades virtuales. Básicamente es un contenido de información acerca del tema realizado enviado por correo electrónico.

En este caso, el boletín ofrece una visión detallada con aspectos más destacados con el enfoque informativo y atractivo proporcionando a los lectores como una guía complementaria para apreciar y explorar atractivos turísticos que ofrece la provincia de Cotopaxi.

### **7.10.1. Para qué sirve el boletín informativo**

El boletín informativo es importante como una herramienta efectiva para mantener al cliente actualizado, ofrecer ofertas y descuentos, promocionar productos o servicios y fortalecer la relación de los lectores. Además, es una forma de comunicación concreta y periódica que brinda información relevante para grupos de personas (Staff, 2018)

### **7.10.2. Estructura del boletín informativo**

El boletín informativo tiene función de promover el intercambio de información, experiencias y conocimientos sobre la comunicación científica. De acuerdo con tema a tratar, el boletín informativo permitirá de esta forma conocer al turista sobre información necesaria para realizar sus visitas a diferentes destinos turísticos (Franzolini, 2019)

Los boletines informativos no se distinguen por el contenido, también por su diseño, elementos visuales, tipografía, colores, nombres, y distintos gráficos.

- 1. Encabezado:** esta sección aparece al principio como la primera impresión del boletín, identificando la visualidad, la marca desde un principio, optando para los lectores una indicación de que se trata el boletín.
- 2. Secciones temáticas:** el boletín informativo son divisiones específicas del contenido que optan por temas particulares o también categorías de información. Las secciones se utilizan para organizar y presentar de manera clara y concisa, como eventos, novedades, secciones de preguntas, noticias destacadas, etc.

3. **Contenido:** Es un núcleo del documento, donde presenta información detallada para comunicarse con los lectores. Se deben adecuar los datos, citas o la información tomada de otras fuentes.
4. **Imágenes y gráficos:** Opta por mejorar la presentación visual de un boletín, haciendo que sean más atractivos y fáciles de entender para los lectores.
5. **Enlaces y llamada a la acción:** Es fundamental para convertir a los lectores en participantes hacia los sitios web relevantes u otras plataformas donde puedan optar por más información.
6. **Datos de contacto:** Al incluir contactos en un boletín, siendo esencial para facilitar la comunicación entre lector y entidad que emite el boletín, permitiendo obtener respuestas a las preguntas y expresar comentarios.

### 7.10.3. Créditos

Los créditos dentro del boletín informativo corresponden a un apartado que incluye datos relevantes sobre los colaboradores, nombres de personas, grupos, asociaciones, redes sociales, direcciones e-mail, páginas web, diseño fotográfico, edición y redacción; de acuerdo a quienes participaron en la ejecución del boletín (Augusto. R, 2022).

## **8. Validación de las Preguntas Científicas.**

*¿Cuáles son las características del perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi?*

El turista que visita la provincia de Cotopaxi se caracterizó de acuerdo a las siguientes variables, socioeconómicas, demográficas, motivacionales y preferenciales.

Demográficamente, los turistas son de nacionalidad ecuatoriana, residentes de la provincia de Pichincha, Tungurahua y Cotopaxi, con un promedio de edad entre 31 a 50 años, de estado civil casado, con género masculino, laboralmente son empleados públicos y empleados privados, con sus características socioeconómicas son: ingresos mensuales entre los \$ 461 a \$ 1000 dólares, con un nivel de estudio de tercer nivel, por lo general viajan con su familia y amigos, acompañados de 1 a 3 mayores de 17 años y 1 a 3 menores de 17 años, el promedio de gasto al viajar \$ 50 a \$ 100 dólares, los gastos van la alimentación y actividades de recreación. Características motivacionales, al turista le motiva viajar por relajación, de preferencia en la Laguna del Quilotoa y la Laguna de Yambo, las actividades turísticas que más les prefieren; observación de flora y fauna y visitas a sitios arqueológicos y patrimoniales. El tiempo que estiman para su visita es de 1 día, se informan a través de redes sociales y referenciales familiares, realizan actividades turísticas cada feriado y otras fechas, viajan frecuentemente a la provincia. Características preferenciales tiene como preferencia al turismo de aventura. El tipo de hospedaje es hotel y hostales, para alimentarse prefieren degustar comida típica que ofrece la provincia de Cotopaxi, y para ello prefieren viajar en su vehículo propio.

## **9. Metodología de la investigación**

La presente investigación es de tipo transversal para estudios que poseen una misma variable; con enfoque cualitativo para selección de atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi mediante la revisión documental, donde se recopiló información a través de tesis, libros, Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT), revistas y artículos, de nivel descriptivo se determinó las variables; demográficas, socioeconómicas, motivacional y preferencial, para la encuestas se hicieron preguntas cerradas, la encuesta se aplicó a 385 , para identificar los 8 atractivos turísticos se utilizó cuatro criterios como; la jerarquización II y III, oferta turística, demanda turística, accesibilidad, logrando sistematizar los resultados obtenidos, al realizar el boletín informativo, logrando identificar las características del perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi.

### **9.1. Cualitativo**

Esta metodología de investigación fue usada en el estudio, ya que son investigaciones que buscan profundizar y comprender, en este caso se busca comprender las motivaciones y características del perfil del turista que visitan a la provincia de Cotopaxi, enfocados en las principales características de la turista, amplia aspectos que definen su comportamiento y preferencias durante sus viajes. Estas incluyen factores demográficos, como motivaciones de viaje, personalidad y estilo de vida, son fundamentales para comprender las expectativas y experiencias deseadas por los turistas. Para esto, principalmente, se utilizará como un instrumento principal como el cuestionario que nos ayudará a obtener resultados de lo que desea saber, llevando a comprender el objetivo planteado. Esta investigación busca comprender las motivaciones y características del perfil del turista que visitan la provincia de Cotopaxi, enfocados en las

principales características del turista con aspectos que definen su comportamiento y preferencias durante su viaje.

## **9.2. Descripción del área de estudio**

### **9.2.1. División Política y Administrativa**

La información que se presentaran en el marco de la división política se las tomo del (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Cotopaxi, 2021) y del instituto Nacional de Estadística y Censo del 2010

**País:** República del Ecuador

**Región:** Interandina norte

**Provincia:** Cotopaxi

**Extensión:** de 6. 187, 85 Km<sup>2</sup>

**Población:** 409. 205 habitantes

**Figura 1** *División cantonal de la provincia de Cotopaxi*



*Fuentes:* (Google Maps, 2024)

## Ubicación

El estudio se realizó en la provincia de Cotopaxi que se encuentra ubicada en el sector centro sur del país del Ecuador, conocida también como “el cuello de la Luna” reconocida por sus paisajes como las cordilleras de los Andes y el diverso paisaje territorial del volcán Cotopaxi se caracteriza por presentar explosiones, emisiones de gases y ceniza, flujos de lava y lahares. La provincia de Cotopaxi cuenta con una extensión territorial de 6108, 23 km<sup>2</sup>, con una altura de 5897 msnm.

### 9.1.2. Límites

- **Norte:** Pichincha y Santo Domingo de los Tsáchilas
- **Sur:** Tungurahua y Bolívar
- **Este:** Napo
- **Oeste:** Los Ríos

**Cantones:** La provincia de Cotopaxi se encuentra dividido por 7 cantones, Latacunga, Pujilí, Salcedo, Pangua, Saquisilí, La Maná y Sigchos. De las que se derivan en 45 parroquias de las que son 33 rurales y 12 urbanas.

**Tabla 5** *División de la política de la provincia de Cotopaxi*

<b>Cantones</b>	<b>Parroquias Urbanas</b>	<b>Parroquias rurales</b>
<b>Latacunga</b>	Eloy Alfaro, Latacunga	11 de Noviembre, Alaquez, Belisario Quevedo, Guaytacama, Joseguanjo Bajo, Mulaló, Poaló, Pastocalle, San Buenaventura, Tanicuchí, Toacaso.
<b>La Maná</b>	La Maná, El Carmen, El Triunfo.	Guasaganda, Pucayacu
<b>Pangua</b>	El Corazón	Moraspungo, Pinllopata, Ramón Campaña.
<b>Pujilí</b>	Pujilí	Angamarca. Guangaje, La Victoria, Pilaló, Tingo, Zumbahua
<b>Salcedo</b>	San Miguel	Antonio José Holguín, Cusubamba, Mulalillo, Mulliquindil, Pansaleo.
<b>Saquisilí</b>	Saquisilí	Canchagua, Chantilín, Cochapamba
<b>Sigchos</b>	Sigchos	Chugchilán, Isinlivi, Las Pampas, Palo Quemado

*Fuentes:* (Censo de la población y vivienda Cotopaxi, 2010)

#### **9.4.1. Atractivos turísticos que existen en la provincia de Cotopaxi**

Para la selección de los atractivos se realizó una revisión bibliográfica en diferentes fuentes, una de ellas fue el Ministerio de Turismo (MINTUR), resultó muy factible, dando que dentro de este se encontró un registro de 42 atractivos turísticos (tabla 7) ubicados en los cantones de la provincia de Cotopaxi, donde se seleccionaron 8 atractivos para su respectivo análisis y aplicación de encuesta.

**Tabla 6** Atractivos turísticos

<b>Provincia: Cotopaxi</b>		<b>Clasificación del atractivo</b>			
<b>Cantón</b>	<b>Sitio</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>
<b>Latacunga</b>	Parque Nacional Cotopaxi	Unión para la conservación de la Naturaleza (UICN)	Sistema de áreas Protegidas	Parques Nacionales y vida silvestre	III
<b>Latacunga</b>	Catedral Latacunga	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
<b>Latacunga</b>	Iglesia de La Merced	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
<b>Latacunga</b>	"Hacienda San Agustín de Callo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II
<b>Latacunga</b>	Cerro Putzalahua	Sitios Naturales	Montañas	Colina	II
<b>Latacunga</b>	Museo Vicente León	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museo	II
<b>Latacunga</b>	Laguna de Limpiopungo	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II
<b>Latacunga</b>	"Área Nacional de recreación El Boliche"	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Área Nacional de Recreación	II
<b>Latacunga</b>	Centro Histórico Latacunga	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Colonial	II
<b>Latacunga</b>	Piedra Silintosa	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Tradiciones Populares	II
<b>Latacunga</b>	"Casa de los Marqueses de Maenza"	Manifestaciones Culturales	Históricas	Tradición Popular	II
<b>Latacunga</b>	Iglesia De San Francisco	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
<b>Latacunga</b>	"Iglesia Nuestra Señora del Salto"	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II

<b>Latacunga</b>	Iglesia De Santo Domingo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
<b>Latacunga</b>	Iglesia de San Sebastián	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
<b>Latacunga</b>	Iglesia De San Agustín	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
<b>La Maná</b>	Chorreras del Zapanal	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II
<b>Pangua</b>	El Corazón	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Costumbrismo	II
<b>Pangua</b>	Trapiches Tradicionales	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Producción Artesanal	II
<b>Pangua</b>	Piedra de La Cruz	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Río	II
<b>Pujilí</b>	Artesanías la Victoria	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Pintura Artesanía	II
<b>Pujilí</b>	Danzantes de Pujilí	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Música y Danza	II
<b>Pujilí</b>	Alfarería La Victoria	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Artesanía Alfarería	II
<b>Pujilí</b>	Angamarca La Vieja	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas Arqueológicas	II
<b>Pujilí</b>	Iglesia Matriz de Pujilí	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
<b>Pujilí</b>	"Pintura y Artesanía Indígena Tigua"	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Tradiciones Populares	II
<b>Pujilí</b>	Santuario del Divino Niño Manuelito de Isinche	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Tradiciones Religiosas	II
<b>Pujilí</b>	Laguna de Quilotoa	Sitios Naturales	Ambiente lacustre	Laguna	II
<b>Salcedo</b>	"Iglesia de San Miguel de Salcedo"	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II

<b>Salcedo</b>	Hacienda El Galpón	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II
<b>Salcedo</b>	Laguna de Yambo	Manifestaciones Culturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II
<b>Salcedo</b>	La laguna de Anteojos	Manifestaciones Culturales	Ambiente lacustre	Laguna	II
<b>Saquisilí</b>	"Artesanía en cestería de la Comunidad de Pupana Sur"	Manifestaciones Culturales	Etnografía	"Tejido en Fibras Vegetales (Totoras y carrizo)"	II
<b>Saquisilí</b>	Iglesia Matriz de Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
<b>Saquisilí</b>	"Santuario del Señor del Árbol de Cuicuno"	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
<b>Sigchos</b>	Iglesia de Yalo	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Arquitectura Religiosa	II
<b>Sigchos</b>	"Iglesia Matriz ""San Miguel de Sigchos"	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Arquitectura Religiosa	II
<b>Sigchos</b>	"Reserva Ecológica de Los Illinizas"	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Reserva Ecológica	II
<b>Sigchos</b>	"Bosque Húmedo ""Toachi Pilatón"	Sitios Naturales	Bosques	Montano Bajo Occidental	II
<b>Sigchos</b>	Cañón del Toachi	Sitios Naturales	Fenómenos Geológicos	Montano Bajo Occidental	II
<b>Sigchos</b>	Cascada de Licamancha	Sitios Naturales	Ríos	Salto de Agua	II
<b>Sigchos</b>	Churo de Amanta	Sitios Naturales	Bosques	Montano Nublado	II

**Fuentes:** (Matriz de Inventario de Atractivos, 2004)

Mediante la recolección de datos obtenidos se evidencio que existen 42 atractivos turísticos, para la calificación del atractivo de detalle lo siguiente, el cantón donde se entra cada atractivo,

categoría, tipo, subtipo y jerarquía para la selección de 8 atractivos, se tomó en cuenta la jerarquía II y III de acuerdo al MINTUR, oferta turística, demanda turística y la accesibilidad, la elección de estos atractivos se fundamentó con la elaboración de la matriz donde consta; cantón, sitio, categoría, tipo, subtipo.

#### 9.4.2. Atractivos seleccionados

Para la selección de los atractivos se tomaron en cuenta los siguientes criterios: jerarquía II y III de acuerdo al MINTUR, demanda turística, oferta turística, accesibilidad, en la revisión bibliográfica para la identificación de los atractivos, se valoró la clasificación de cada atractivo que se presentará en las siguientes tablas (7 y 8).

*Tabla 7 Atractivos seleccionados*

Provincia: Cotopaxi				Clasificación del atractivo		
No.	Cantón	Sitio	Jerarquía	Demanda	Oferta	Accesibilidad
1	Latacunga	La Catedral de la Latacunga	II	Los turistas que llegan al cantón Latacunga son de 456.634 turistas (Almache A, 2021)	Existen 217 establecimientos como: alimentación, alojamiento, transporte, agencias de viajes dentro del cantón Latacunga (García M, 2023)	Sus vías accesibles para llegar al sitio debido a que se encuentra en el centro de la ciudad de Latacunga.

<b>2</b>	Latacunga	Parque Nacional Cotopaxi	III	Los turistas que llegan al cantón Latacunga son de 456.634 turistas (Almache A, 2021)	Existen 217 establecimientos como: alimentación, alojamiento, transporte, agencias de viajes cercanos del atractivo (Garcia M, 2023)	Las vías son accesibles de primer orden para llegar al atractivo turístico.
<b>3</b>	Pujilí	Laguna del Quilotoa	II	El número de turistas que ingresan a la Laguna del Quilotoa son de 263688 (Ante J, 2022)	Oferta existe 19 establecimientos entre hoteles, hostales, hostelería, cabañas, restaurantes y cafeterías (Lisintuña I, 2018)	Las vías son accesibles debido que tiene una infraestructura de asfaltado hasta llegar al sitio.
<b>4</b>	Salcedo	Laguna de Yambo	II	Según (Bravo Zambrano, 2020) el número de visitantes es 296 turistas al día.	Según (Sangucho, 2022) la oferta turística cuenta con un mayor conjunto de productos y servicios para comercializar en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.	Según (Sangucho, 2022) vía de acceso cuenta con infraestructura vial de acceso en todo vehículo se hace un destino fácil de visitar.
<b>5</b>	Pujilí	Pintura y Artesanía	II	El número de turistas que ingresan a la	Cuenta con pequeños locales	Las vías son accesibles debido que tiene una
		Indígena de Tigua		Laguna del Quilotoa son de 263688 (Ante J, 2022)	de comida típica y comida rápida.	infraestructura de asfaltado hasta llegar al sitio.
<b>6</b>	Pujilí	Santuario del niño de Isinche	II	El número de turistas que visita son de 383 (Soria V, 2021)	Cuentan con puestos de comida rápida y durante los días festivos.	El acceso vial es para el llegar sitio es accesible.

<b>7</b>	Pujilí	Chorreras del Zapanal	II	El número de turistas que ingresan son de 280 por fin de semana (Toala P, 2018)	Cuentan con 32 establecimientos como hospedaje, restaurantes, agencias y complejos turísticas (Toala P, 2018)	Al inicio del camino se encuentra pavimentado, mientras se va acercando al sitio el camino está sin pavimentar hasta llegar al sitio.
<b>8</b>	Latacunga	"Santuario del Señor del Árbol de Cuicuno"	II	Cada semana llegan más de 5mil visitantes al sitio. (Osorio S, 2017)	Cuenta con 23 establecimiento como alojamientos, alimentos y bebidas, transporte (Llumiyinga K, 2024)	Para el ingreso el camino no se encuentra pavimentado, al acercarse más a Cuicuno la vía va mejorando (Llumiyinga K, 2024)



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

Para la elección de los atractivos turísticos se utilizó 4 criterios como la jerarquización II y III, demanda, oferta y accesibilidad, teniendo en cuenta que algunos de los atractivos cuentan con la jerarquización II, pero no tienen la valoración de oferta, demanda, accesibilidad, mientras los 8 atractivos turísticos son aptos debido a que cumplen con las valoraciones que se plantearon dentro de esta investigación para así aplicar la encuesta en los atractivos turísticos.



### 9.4.3. Descripción de los atractivos.

A través de las salidas de campo se implementó elaborar la siguiente tabla, la cual permite dar a conocer las características de selección de los atractivos de la provincia de Cotopaxi en las cuales se empleará el instrumento de recolección de datos; en la presente tabla se encuentra la descripción de los atractivos.

**Tabla 8** Descripción de los atractivos

	<b>Descripción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Fotografía</b>
<b>La Catedral de la Latacunga</b>	La Catedral de Latacunga, conocida oficialmente como la Catedral de San José, es un monumento emblemático de la ciudad. Construida en el siglo XVII y completada en el XVIII, presenta una arquitectura colonial española con detalle en piedra y yeso. El interior alberga altares barrocos, esculturas y pinturas religiosas. (Viajandox, 2017)	Misas Diarias y Dominicales Festividades Religiosas Eventos Culturales Servicios Comunitarios	
<b>Parque Nacional Cotopaxi</b>	El Parque Nacional Cotopaxi, ubicado en la provincia de Cotopaxi, es una de las áreas protegidas más emblemáticas del país, alberga al volcán Cotopaxi, uno de los volcanes más activos más altos del mundo con 5,897 metros. El parque es famoso por su impresionante paisaje de páramos andinos, lagunas, y rica biodiversidad, incluyendo especies como el cóndor andino y el lobo del páramo. (Lety, 2011)	Senderismo Montañismo Observación de fauna	

<b>Laguna del Quilotoa</b>	<p>La Laguna del Quilotoa, ubicada en la provincia de Cotopaxi, es un cráter volcánico lleno de agua de color turquesa que se formó tras una erupción hace unos 800 años este sitio es parte de la Reserva ecológica Los Ilinizas y se encuentra en una altitud de 3,914 metros sobre el nivel del mar. (Turismo, 2020)</p>	<p>Senderismo Kayak Observación de flora y fauna Espectaculares paisajes</p>	
<b>Laguna de Yambo</b>	<p>La Laguna de Yambo, ubicada en la provincia de Cotopaxi, es un atractivo natural conocido por sus aguas esmeraldas con su entorno pintoresco. Situada a una altitud de aproximadamente 2,714 metros sobre el nivel del mal, se formó en una depresión natural entre montañas. (Cabrera, 2020)</p>	<p>Paseos en votes Pesca Observación de flora y fauna Senderismo</p>	
<b>Pintura y Artesanía</b>	<p>Conocida por sus vibrantes colores y detalladas representaciones de la vida cotidiana, festividades y paisajes andinos, estas expresiones artísticas, realizadas principalmente en cureo y madera, refleja las tradiciones y cosmovisión de la cultura Kichwa. (Velasquí, 2019)</p>	<p>Observación de las artesanías</p>	
<b>Santuario del niño de Isinche</b>	<p>Ubicado en la comunidad de Isinche, es importante lugar de peregrinación y devoción religiosa, el santuario dedicado al Niño Jesús, es muy visitada especialmente en las festividades del 6 de enero, la imagen del Niño de Isinche es venerada por su historia de milagros y protección a la comunidad. (Peralta, 2016)</p>	<p>Misas Procesiones Actividades religiosas</p>	

Chorreras del Zapanal	Son un conjunto de cascadas impresionantes rodeadas de exuberante vegetación estas cascadas forman parte de un paisaje escénico, el sonido relajante del agua y la belleza del entorno hacen de las chorreras un destino popular para obtener tranquilidad y contacto con la belleza. (Díaz, 2017)	Senderismo Vistas espectaculares del paisaje Observación de flora y fauna local	
"Santuario del Señor del Árbol de"	Es un lugar sagrado ubicado en una pintoresca religión natural, tiene sus raíces en la tradición indígena de los originarios de la religión, se cree que su culto y veneración comenzaron hace varios siglos. (Carrión, 2017)	Degustación de la gastronomía Observación de artesanías Actividades religiosas Observación de danzas	

**Nota:** *Elaborado por Nayeli Guamani*

En esta tabla se describe a los 8 atractivos turísticos que se identificaron para aplicar la encuesta, teniendo en cuenta que se debe conocer la descripción del mismo. Dentro de la tabla se detalla la ubicación, breve historia, años de aparición, actividades que realizan dependiendo del lugar. Se colocó una fotografía por cada atractivo tomadas en las salidas de campo que se realizaron.

## **9.2. Objetivo 1**

Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, que consta de variables: demográficas, socioeconómicas, preferencias y motivacionales.

### **9.2.1. Tipo De Investigación**

#### **Investigación descriptiva**

Esta investigación permitió realizar la descripción del perfil del turista mediante análisis de los resultados obtenidos enfocados en las variables de estudio que fueron aplicadas a través de las encuestas a las personas que visitan los diferentes lugares turísticos de la provincia de Cotopaxi.

#### **Investigación de campo**

La investigación de campo consta en la recopilación de datos directos sin manipular o controlar las variables, ya que estudia los fenómenos sociales. Es una técnica que obtiene información detallada específicamente en los parámetros que el investigador busca en su estudio, teniendo en cuenta que es la única forma de obtener datos relevantes y precisos. Las encuestas se realizaron de manera presencial, permitiendo conocer las características de los atractivos.

#### **Cronograma de salidas de campo para la aplicación de la encuesta.**

Se efectuó en 8 salidas de campo la recopilación de los datos, donde el principal propósito fue encuestar 385 encuestas aplicadas en diferentes atractivos turísticos que ayudaron a determinar del perfil de turista que visita la provincia de Cotopaxi. Teniendo en cuenta que fueron aplicadas más encuestas debido a la gran afluencia de turistas que llegan al lugar, para la recolección de muestra válidas se desarrolló el siguiente cronograma.

**Tabla 9** Cronograma de salidas de campo.

No.	Sitio	Fecha de visita	Actividades	Encuestas programadas
1	La Catedral de la Latacunga	12 de junio	Aplicación de encuestas. Descripción	25
2	Parque Nacional Cotopaxi	6 de julio	Aplicación de encuestas. Descripción	50
3	Laguna del Quilotoa	22 de julio	Aplicación de encuestas. Descripción	60
4	Laguna de Yambo	15 de julio	Aplicación de encuestas. Descripción	45
5	Pintura y Artesanía Indígena de Tigua	22 de julio	Aplicación de encuestas. Descripción	20
6	Santuario del niño de Isinche	23 de julio	Aplicación de encuestas. Descripción	45
7	Chorreras del Zapanal	13 de julio	Aplicación de encuestas. Descripción	80
8	"Santuario del Señor del Árbol de Cuicuno"	16 de julio	Aplicación de encuestas. Descripción	60
<b>Total, de encuetas</b>				<b>385</b>

*Nota:* Cronograma establecido para la ejecución del proyecto previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo.

Las salidas de campo se iniciaron el 12 de junio y finalizó el 16 de julio del presente año, de acuerdo al cronograma planteado a los distintos atractivos turísticos, determinando que los días

que tienen mayor afluencia de turistas son los fines de semana, teniendo en cuenta que son los días que el visitante tiene disponibilidad de tiempo.

### **Investigación documental**

Para el presente proyecto de investigación se realizó una investigación documental a través de revisión bibliográfica en documentos como libros, revistas, tesis, artículos científicos, PDOT, entre otros. Esto permitirá extraer información acerca del perfil del turista. La recolección de información de la construcción del científico técnico que formará parte de la investigación será útil para informarse acerca de los atractivos turísticos con jerarquía II y III.

El análisis documental posee pasos o fases que llevan al investigador a tomar datos relevantes para proporcionar los aportes o fundamentos y así sustentar científicamente el estudio dentro de esta investigación. Esta técnica implica un conjunto de operaciones destinadas a describir y organizar un documento, con el objetivo de facilitar su recuperación y posterior identificación. Para ello, es necesario llevar a cabo un proceso de interpretación y análisis de la información contenida en el documento. (Peña, 2022)

#### ***9.2.2. Técnicas***

##### **Recolección de datos**

La recolección de datos refiere a asumir y medir información de diversas fuentes con el fin de obtener un panorama completo y preciso de una zona de interés, permitiendo al individuo evaluar los resultados y anticipar las probabilidades, la recolección de datos es esencial para garantizar la integridad de un estudio. La recolección de datos es una técnica por la cual el investigador recopile y mida información de diferentes fuentes para evaluar los resultados.

## Encuesta piloto

La encuesta piloto es una estrategia que nos ayudó a evaluar un cuestionario utilizando una muestra pequeña. Aplicando la encuesta piloto a un total de 20 personas, el propósito es determinar la viabilidad del instrumento que será utilizado para identificar el perfil del turista de Cotopaxi. La encuesta consta de 24 preguntas, logrando obtener las encuestas.

**Tabla 10. Encuesta**

Variable de caracterización	Indicador – instrumento
Demografía	¿Nacionalidad? ¿Residencia? ¿Edad? ¿Género? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino</li> <li>• Femenino</li> <li>• Otros</li> </ul> ¿Estado civil? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soltero</li> <li>• Casado</li> <li>• Divorciado</li> <li>• Viudo</li> <li>• Unión Libre</li> </ul> ¿Situación Laboral? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiante</li> <li>• Empleado público</li> <li>• Jubilado</li> <li>• Empleado privado</li> <li>• Desempleado</li> <li>• Otros</li> </ul>
Socioeconómica	¿Promedio mensual de ingresos? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin ingresos</li> <li>• Salario básico unificado (\$ 460)</li> <li>• \$ 461 a \$ 1000</li> <li>• \$ 1002 a \$ 2000</li> <li>• Más de \$ 2001 USD. ¿Nivel de estudios?</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación básica</li> <li>• Bachillerato</li> <li>• Técnico</li> <li>• Tercer nivel</li> <li>• Cuarto nivel</li> </ul> <p>¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?</p> <p>¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?</p> <p>¿Cuánto estima gastar durante su visita a la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De \$ 50 a \$ 100 UDS</li> <li>• De \$ 102 a \$ 200 UDS</li> <li>• De \$ 201 a \$ 300 UDS</li> </ul> <p>¿A que va destinado sus gastos al viajar?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Transporte</li> <li>• Actividades de creación</li> </ul>
Motivacional	<p>¿Cuál fue el motivo de su viaje?</p> <p>Relajación</p> <p>Estudios</p> <p>Visita familias / amigos</p> <p>Trabajo</p> <p>Salud</p> <p>Religión</p> <p>Negocios Otros:</p> <p>¿Qué atractivos turísticos le gustaría visitar dentro de la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Catedral de la Latacunga</li> <li>• Parque Nacional Cotopaxi</li> <li>• Área Nacional de recreación El Boliche</li> <li>• Laguna del Quilotoa</li> <li>• Laguna de Yambo</li> <li>• Galería del primer Pintor de Tigua</li> <li>• Santuario del niño de Isinche</li> <li>• Chorreras del Zapanal</li> </ul>

	<p>¿Qué tiempo estima para su visita a la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 0 a 1 día</li> <li>• De 1 a 2 días</li> <li>• De 2 a 3 días</li> <li>• De 3 a 4 días</li> </ul> <p>¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Referencias familiares</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Televisión</li> <li>• Páginas web</li> <li>• Operadoras turísticas</li> <li>• Otros</li> </ul> <p>¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada semana</li> <li>• Cada mes • Cada feriado</li> <li>• Otros:</li> </ul> <p>¿Cuántas veces a visitado la provincia de Cotopaxi?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Primera vez</li> <li>• Segunda vez</li> <li>• Frecuentemente</li> </ul>
Preferencial	<p>¿Cuál es su tipo de turismo favorito?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo de aventura</li> <li>• Turismo religioso</li> <li>• Turismo de salud y bienestar</li> <li>• Turismo de ocio y vacaciones</li> <li>• Turismo cultural</li> <li>• Turismo gastronómico</li> <li>• Turismo de negocios</li> <li>• Otros</li> </ul> <p>¿Qué tipo de hospedaje prefiere?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hostal</li> <li>• Hotel</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logde</li> <li>• Cabañas</li> <li>• Otros</li> </ul> <p>¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comida típica</li> <li>• Comida rápida</li> <li>• Comida Goumet</li> <li>• Otros</li> </ul> <p>¿Qué actividades realizan la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Viajes de negocios</li> <li>• Viajes para tratamientos médicos y terapias</li> <li>• Visita a sitios arqueológicos y patrimoniales</li> <li>• Degustación de productos locales y cocina tradicional</li> <li>• Deportes extremos</li> <li>• Otras actividades</li> </ul> <p>¿Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vehículo propio</li> <li>• Publico</li> <li>• Vehículo de alquiler</li> </ul>
--	--

**Nota:** *Elaborado por Nayeli Guamani*

Al aplicar la encuesta piloto en el estudio, se identifica el error de dos preguntas de las variables socioeconómicas y las actividades del ítem 23, rectificando las preguntas de la variable socioeconómica ítem 13, ¿Qué porcentaje de gastos destinó para? se cambió a ¿A qué va destinado sus gastos al viajar?, variable preferencial, ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita a la provincia? Actividades; caminata, picnic, deportes, gastronomía, pesca, natación, otras actividades. La encuesta modifica las actividades; visita a sitios arqueológicos y patrimoniales, degustación de productos locales, cocina tradicional, deportes extremos, senderismo, observación

de flora y fauna, viajes de negocios, viajes para tratamientos médicos y terapias. Después de los cambios se aplicó la respectiva encuesta en los sitios turísticos, logrando identificar las principales características del perfil del turista.

### **Método no probabilístico**

Se entiende que en el muestreo no todos pueden ser seleccionados o no tienen oportunidad de entrar en selección probabilístico; esto se diferencia del muestreo probabilístico. Donde el muestreo no probabilístico son resultados de manera aleatorio puesto que están sujetos a relacionarse acorde de la decisión o disponibilidad del investigador.

### **Cálculo del tamaño de la muestra**

Se recopiló suficiente información secundaria mediante revisión bibliográfica, que permitió elaborar las variables de estudios, surgiendo cuatro variables principales demográficas (con seis preguntas), socioeconómicas (con siete preguntas), motivacional (con seis preguntas) y preferenciales (con cinco preguntas). Utilizando estas variables, se diseñó el cuestionario.

Para validar el instrumento, se realizó un estudio piloto, en el cual se aplicó a 20 estudiantes de la carrera de turismo y familiares. Donde los datos obtenidos en este piloto fueron tabulados para modificar correctamente las preguntas formuladas, optan por cambiar tres preguntas de las variables motivacional y preferencial y se logró aplicar la encuesta en los 8 atractivos turísticos.

### **Muestreo no probabilístico**

Para definir la población de los turistas que han visitado sitios turísticos de la provincia, se ejecutó la búsqueda de información en fuentes bibliográficas y en el PDyOT de cada cantón, sin embargo, no se obtuvo con el número total de turistas que visitan.

Por tal razón, se utilizó el muestreo no probabilístico (para poblaciones infinitas) en que consistió en encuestar a los turistas que se encuentren en los atractivos seleccionados, es decir, elegidos de manera casual, tomando en cuenta solamente la edad del turista.

### Fórmula del cálculo de muestra

Para obtener el número total de la muestra poblacional se aplicará la fórmula determinada para poblaciones infinitas.

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

Los elementos a considerar son:

**n**= Tamaño de muestra **z**= Parámetro estadístico que

dependen el NC **e**= Error máximo aceptable

(generalmente: 0.05) **p**= Probabilidad de ocurrencia de

un fenómeno ( $p=0,5$ ) **q**= Probabilidad de no ocurrencia

del fenómeno ( $q=0,5$ ) **Solución:**

$$n = \frac{z^2 \cdot Pq}{e^2} = \frac{(196)^2 \cdot (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.025} = 384.16 = 385$$

Se trabajó con un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5%, obteniendo así el total de 385 turistas que visitan la provincia de Cotopaxi a ser encuestados.

### 9.2.3. Instrumentos

### Base de datos del Ministerio de Turismo (MINTUR).

Para la selección de los atractivos turísticos se tomó en cuenta los atractivos que cuentan con jerarquía II y III de acuerdo al MINTUR, demanda turística, oferta turística, accesibilidad, revisión bibliográfica para la identificación de los atractivos, por último, se valoró las actividades y características que presentará en las siguientes tablas (8 y 9).

**Tabla 11** *Clasificación de los atractivos*

Provincia: Cotopaxi			Clasificación del atractivo		
No.	Cantón	Jerarquía	Demanda	Oferta	Accesibilidad

**Nota:** *Elaborado por Nayeli Guamani*

### Instrumentos de recolección de datos

#### Cuestionario (encuesta)

El cuestionario es un instrumento útil para la colección de datos para obtener resultados, para la aplicación de la encuesta se deberá tener un documento simple y llamativo, utilizando instrucciones claras a la hora de su aplicación. Para la selección de los atractivos turísticos se consideraron cuatro criterios que son; jerarquías II y III, demanda turística, oferta turística y accesibilidad, seleccionando 8 atractivos turísticos debido a que cumplen con los criterios propuestos La Catedral de Latacunga, Laguna del Quilotoa, Laguna de Yambo, Parque Nacional Cotopaxi, Galería del Primer Pintor de Tigua, Santuario del Niño de Isinche, Santuario del Señor del Árbol de Cuicuno, Chorreras del Zapanal (Ortiz B, Santiago A, Albarrán, Labajo E, Perea E, 2018).

Para este estudio, se realizó un cuestionario en que se puedan visualizar preguntas abiertas como cerradas, siendo en total 24 preguntas cerradas. Se plantó por el grupo de investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi. El instrumento de recolección de datos es conocer el perfil del

turista con la relación de variables demográficas, socioeconómicas, motivacional y preferencial, que fueron tomadas en cuenta. La encuesta está estructurada en el encabezado, se presenta el nombre de la institución, facultad y la carrera, después planteará una introducción acerca del objetivo de realizar la encuesta, finalmente se formarán las preguntas, terminando el cuestionario.

### **9.3. Objetivo 2**

Elaborar un boletín informativo describiendo los principales resultados que ayuden a la toma de decisiones en los organismos pertinentes

#### ***9.3.1. Tipo de investigación***

##### **Investigación documental**

Esta investigación fue utilizada para el boletín informativo. Se realizó para mantener informados a los beneficiarios directos e indirectos de la provincia de Cotopaxi, se efectuó la lectura del perfil del turista obtenido en la recopilación de datos, se analizó e interpretó dicha información para incorporar el diseño del boletín informativo.

#### ***9.3.2. Método***

##### **Descriptivo**

En el método descriptivo, de acuerdo a la información de los datos interpretados y recolectados, utilizando los siguientes criterios, jerarquización II y II, demanda turística, oferta turística y accesibilidad, permitiendo establecer una estructura con respecto a la información ejecutada mediante la recopilación de datos en distintas fuentes obtenidas como de los catastros GAD provincial y el MINTUR, dicha información será utilizada.

#### ***9.3.3. Técnicas***

##### **Diseño gráfico**

El diseño gráfico es una innovación que representa gráficas que nos ayudan a comunicar, orientada hacia la acción comunicativa que pretende modificar una situación cuando va destinado el mensaje visual y explicar de manera más clara utilizando un lenguaje claro hacia las personas a las que va dirigido el boletín informativo. (Guzmán L, 2018)

#### ***9.3.4. Instrumentos de investigación***

##### **Canva**

Canva es una herramienta de diseño gráfico reconocida por ofrecer una amplia variedad de planillas que nos permite a los usuarios crear diferentes diseños sin la necesidad de optar habilidades en el área, es muy fácil de usar, lo que la convierte en una de las herramientas más usadas en el ámbito de marketing digital. (Canva, 2012). Canva es una herramienta de diseño en líneas, donde se pueda crear contenido de comunicaciones: infografías, afiches, imágenes para las redes sociales, presentaciones y videos.

Esta investigación se utilizó como herramienta de diseño gráfico debido a que nos ofrece una amplia variedad de planillas, teniendo como primera opción para diseñar gráficas. Inserta fotografías, letras, elementos visuales y así complementar la información recopilada para comunicar los resultados de manera accesible.

## **10. Análisis y discusión de resultados**

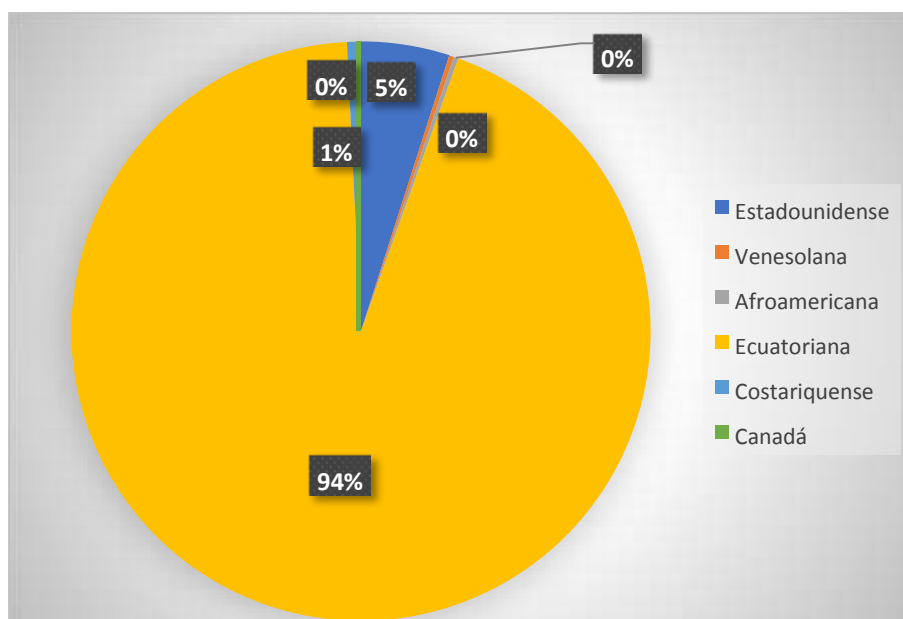
Para definir el perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi, de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas determinando las variables demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferenciales, se interpreta de manera detallada, siendo una clave que define al turista.

## 10.1. Interpretación de los resultados de las encuestas

### 10.1.1. Variable demográfica

#### 1. ¿Cuál es su nacionalidad?

**Figura 2** Nacionalidad

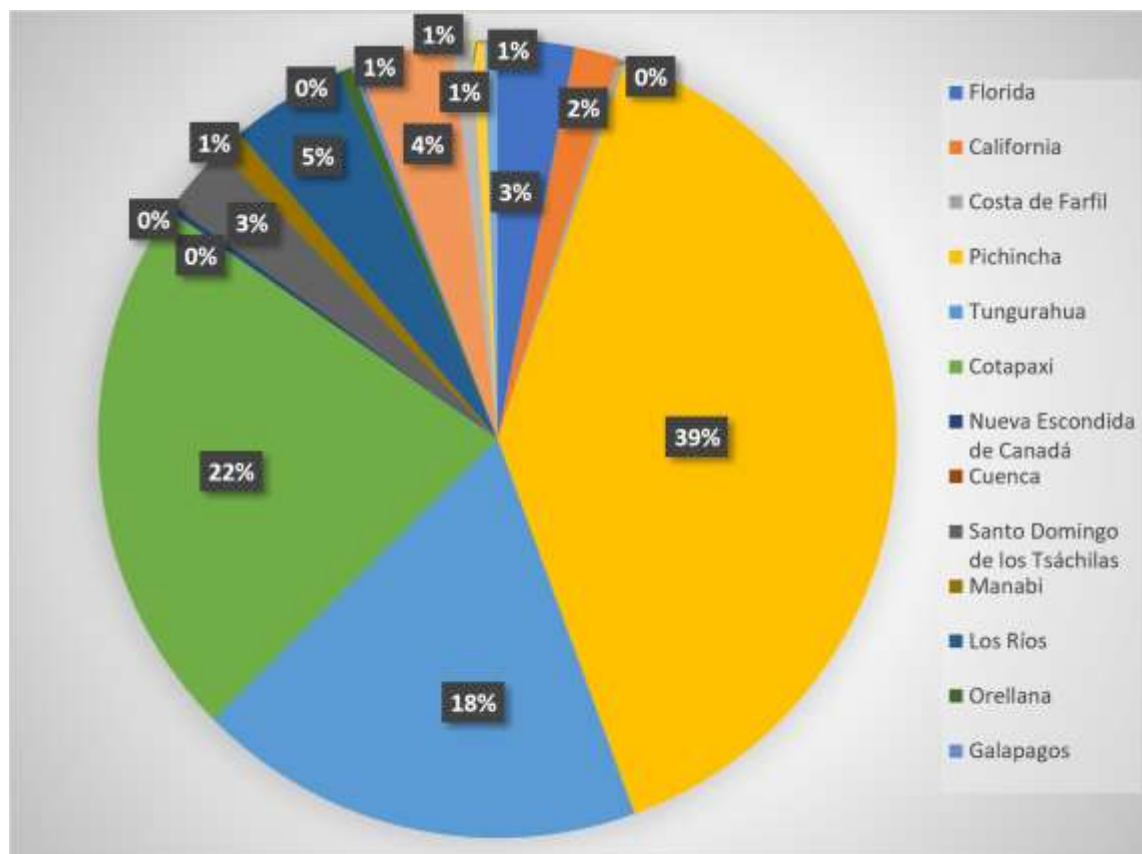


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

El total de los encuestados, en su 94% en cuanto a su nacionalidad ecuatoriana/o, lo que quiere decir que en la provincia de Cotopaxi se promueve el turismo local y nacional, mientras que el 6% son de nacionalidad extranjera; esta información obtenida nos permitió determinar la nacionalidad de los turistas.

#### 2. ¿Lugar de residencia?

**Figura 3** Lugar de residencia

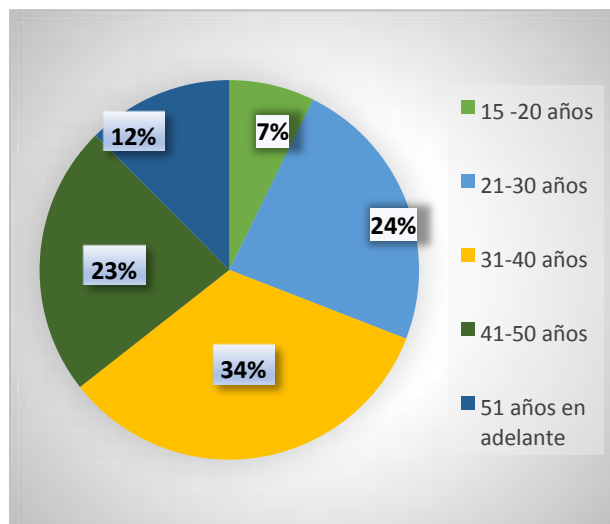


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

De acuerdo al total de las respuestas obtenidas en cuanto al lugar de residencia, en su mayoría son turistas que residen en diferentes provincias de la sierra centro del país como Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua siendo los turistas que más visitan la provincia, por lo cual el boletín informativo será dirigido para los turistas, teniendo la presencia del turismo local y nacional dentro de los atractivos de la provincia de Cotopaxi.

### 3. ¿Edad?

**Figura 4** Edad

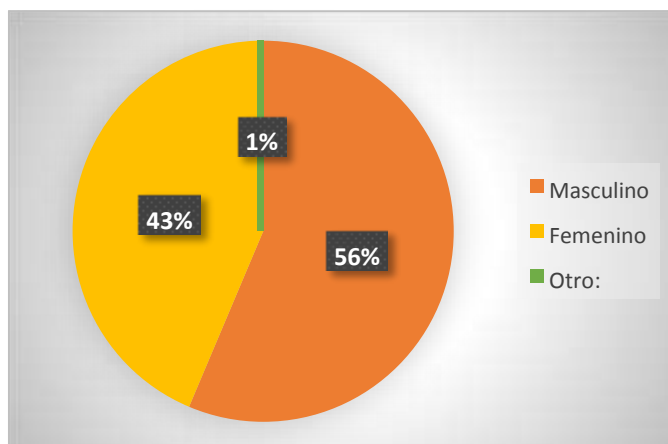


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

En cuanto a las respuestas obtenidas con referencia a la pregunta de la edad, se obtiene un rango entre los 31 a 40 años respectivamente, siguiendo, una característica del turista que pertenece a un grupo adultos de 21 a 30 años y por consiguiente, la característica de que son un grupo de jóvenes con un rango de 15 a 20 años de edad que corresponde al 7 %.

#### 4. Género.

*Figura 5 Género*

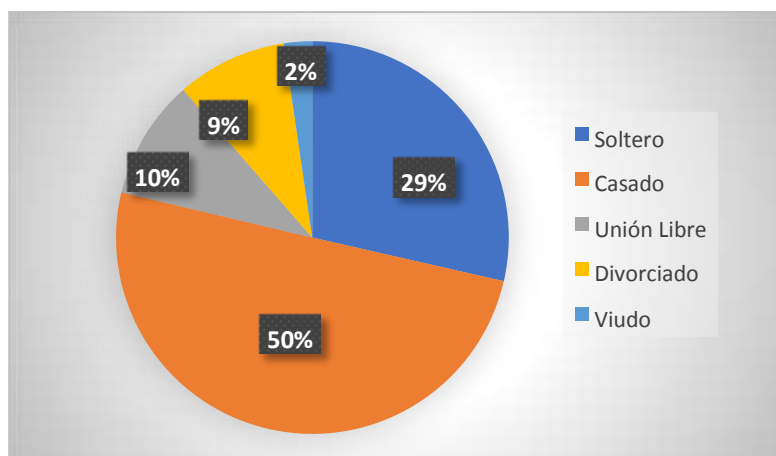


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

De acuerdo a las respuestas obtenidas, se puede establecer que los turistas se identifican con su estado civil de casado que corresponde al 56%; el género femenino representa el 43%, teniendo como iniciativa viajar siempre acompañados con su familia.

## 5. ¿Estado civil?

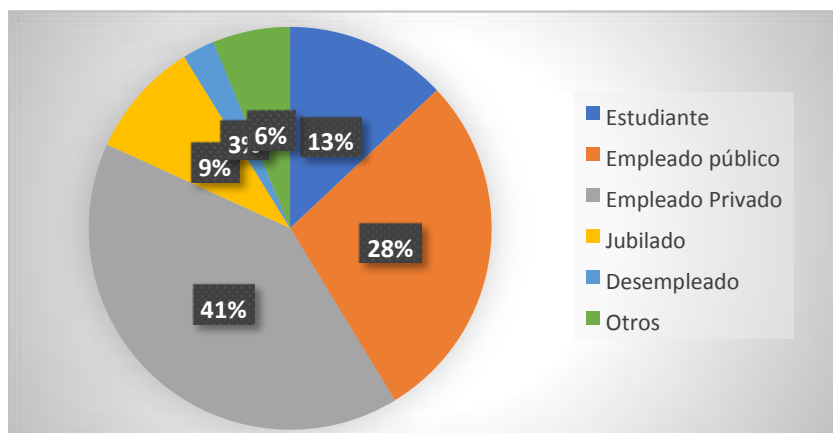
**Figura 6** Estado civil.



**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

El resultado de la pregunta sobre el estado civil de los encuestados, es que los turistas están casados con el 50%, teniendo como iniciativa viajar siempre acompañados con sus familias.

## 6. ¿Situación laboral?

**Figura 7** *Situación Laboral*

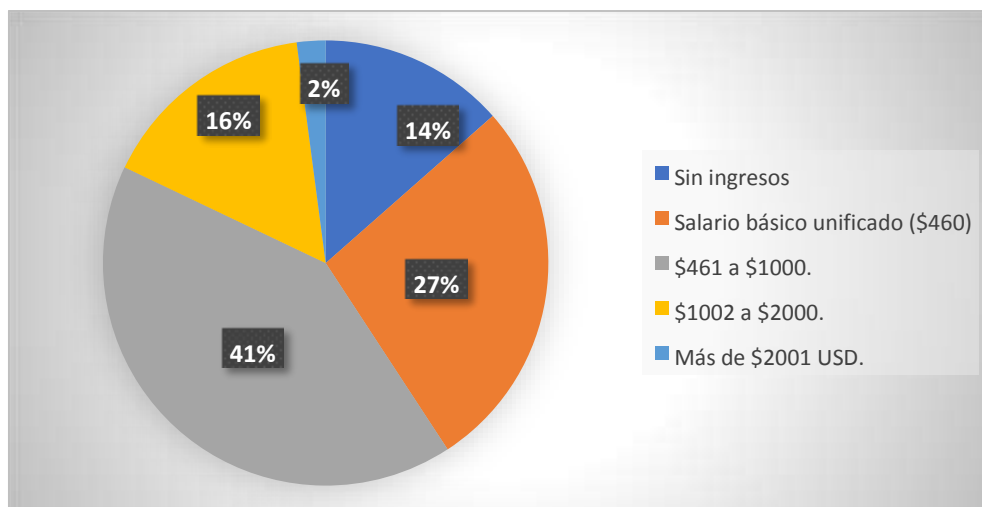
**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

Del total de encuestados, sobre su situación laboral, como un breve análisis en relación también a la edad de los turistas, la mayoría de ellos son empleados privados, que ven al turismo como una actividad.

### **10.1.2. Variable socioeconómica**

#### **7. ¿Promedio mensual de ingresos?**

**Figura 8** *Promedio mensual de ingresos*

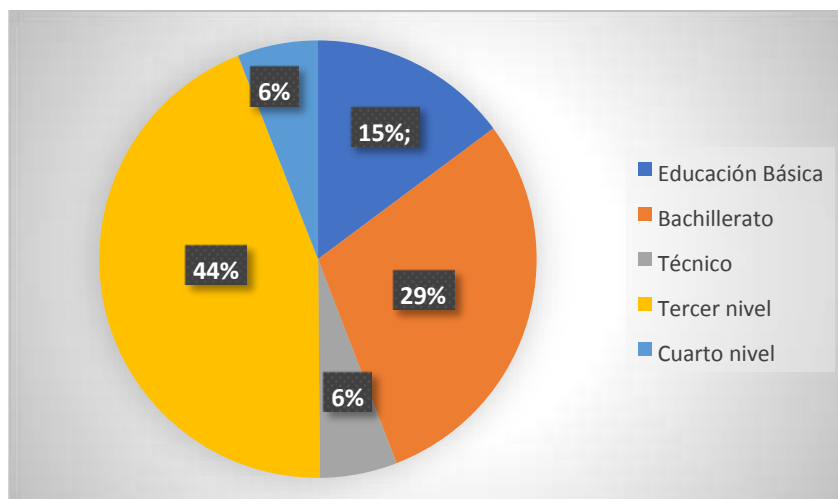


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

Del total de las respuestas obtenidas en la pregunta del promedio mensual de ingresos de los encuestados, entre un promedio mensual de \$ 461 a \$ 1000 dólares americanos al mes de los turistas, mientras que 27% corresponde al salario básico unificado.

## 8. ¿Nivel de estudios?

**Figura 9** *Nivel de estudios*

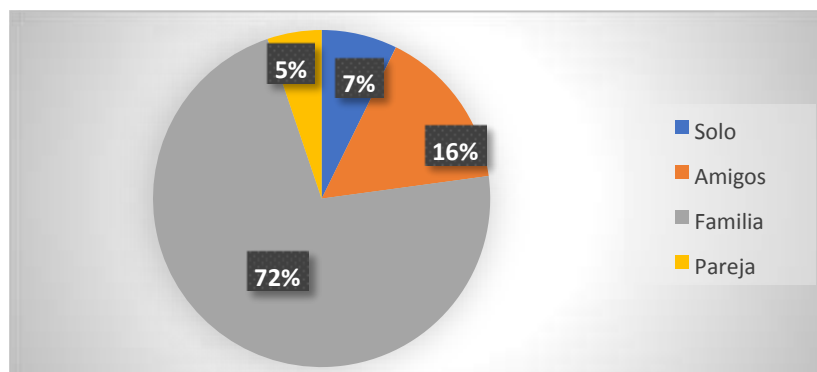


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

En los resultados de la pregunta sobre el nivel de estudios de los encuestados, el mayor porcentaje se puede constatar que el turista tiene un tercer nivel de estudios de la mayoría de encuestados dentro de los atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi.

## 9. ¿Con quién viaja?

**Figura 10** Con quién viaja

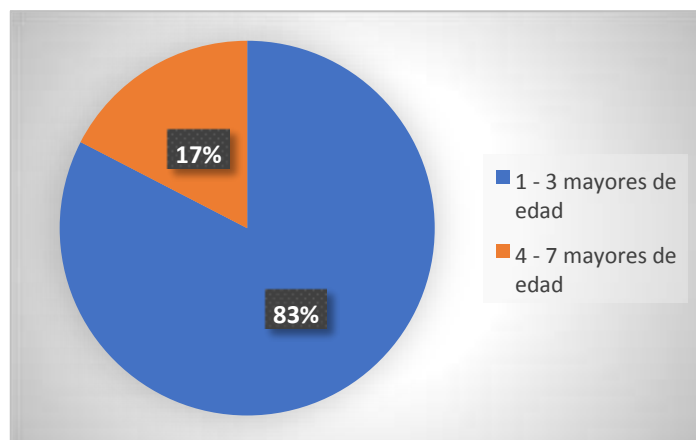


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

En el resultado de la pregunta con quien viaja como un breve análisis dentro de esta investigación, optan por realizar turismo local acompañados de su familia dentro de la provincia.

## 10. ¿Cuántos mayores de 17 años le acompañan?

**Figura 11** Cuántos mayores de 17 años le acompañan

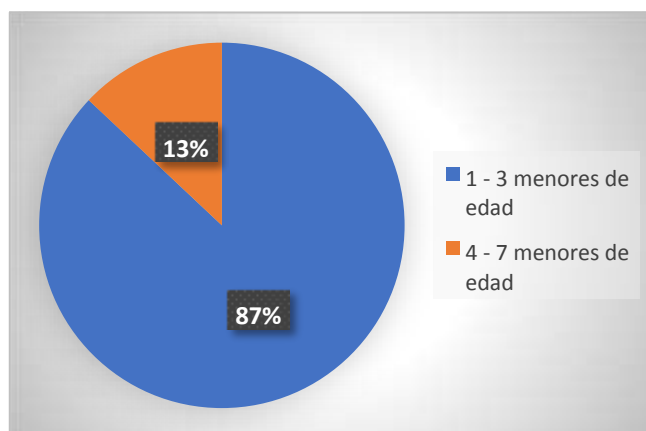


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

Del total de encuestados, sobre cuantos mayores de 17 años le acompañan al turista durante su viaje, son entre 1 a 3 mayores de 17 años para realizar turismo dentro de la provincia de Cotopaxi.

### 11. ¿Cuántos menores de 17 años le acompañan?

**Figura 12** Cuantos menores de 17 años le acompañan

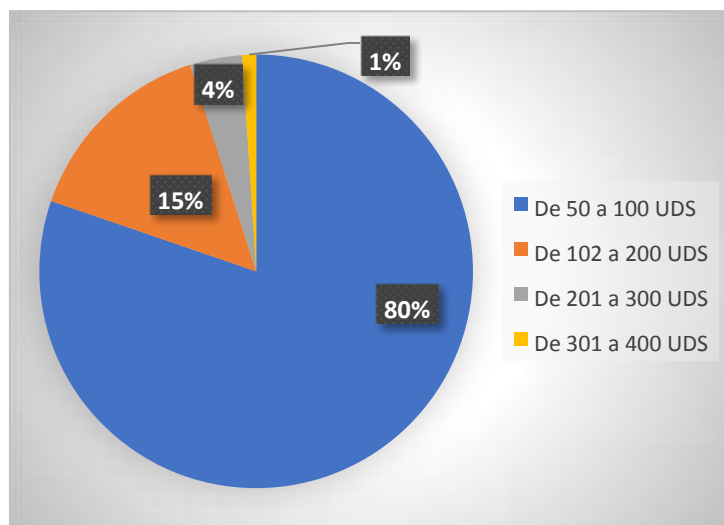


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

Del total de encuestados, sobre cuantos menores de 17 años le acompañan al turista durante su viaje, son entre 1 a 3 menores de 17 años de edad para viajar dentro de la provincia de Cotopaxi.

### 12. ¿Cuánto estiman gastar durante la visita a la provincia de Cotopaxi?

**Figura 13** Cuánto estima gastar durante la visita a la provincia de Cotopaxi

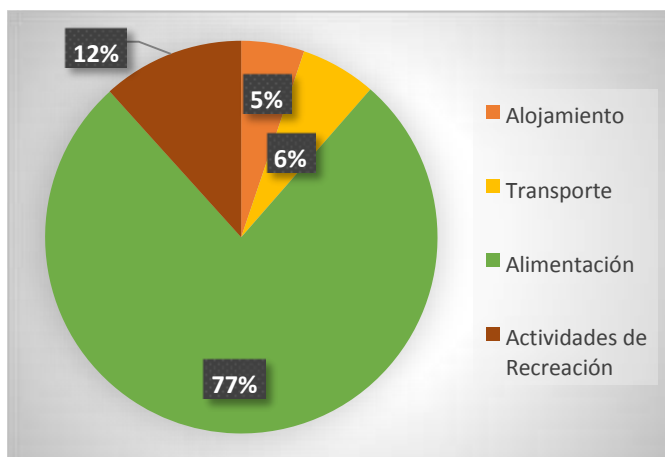


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

En la pregunta sobre cuánto estima en gastar durante la visita a la provincia, en su mayoría consideran entre \$ 50 a \$ 100 dólares americanos como un monto básico para realizar turismo; sin embargo, no se subestima que debería variar de acuerdo al sitio que visiten, sea en alimentación, actividades de recreación, artesanías, hospedaje o transporte.

### 13. ¿A que va destinado sus gastos al viajar?

**Figura 14** *A que va destinado sus gastos al viajar*



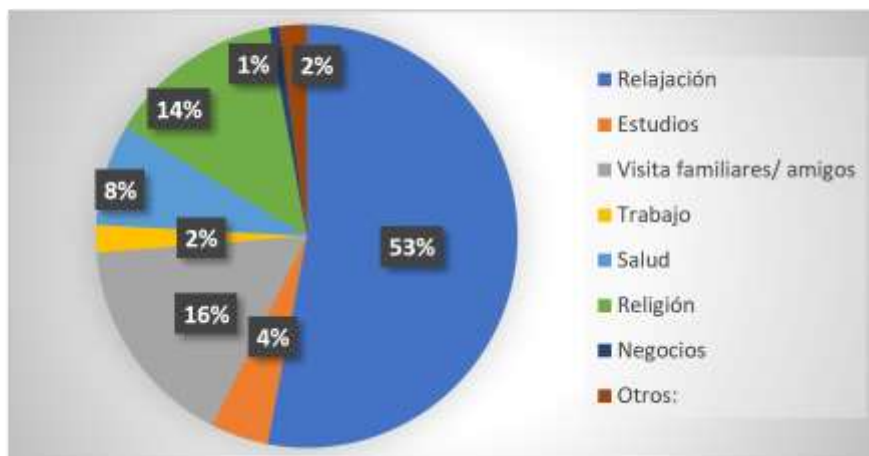
**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

Del total de encuestados, sobre a qué van destinados sus gastos al viajar, con el 77% los gastos que van destinados a la alimentación, mientras que las actividades de recreación con el 12%, teniendo en cuenta que los beneficiarios serán los prestadores de servicios.

### *10.1.3. Variable de motivación*

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

**Figura 15** *Cuál fue el motivo de su viaje*

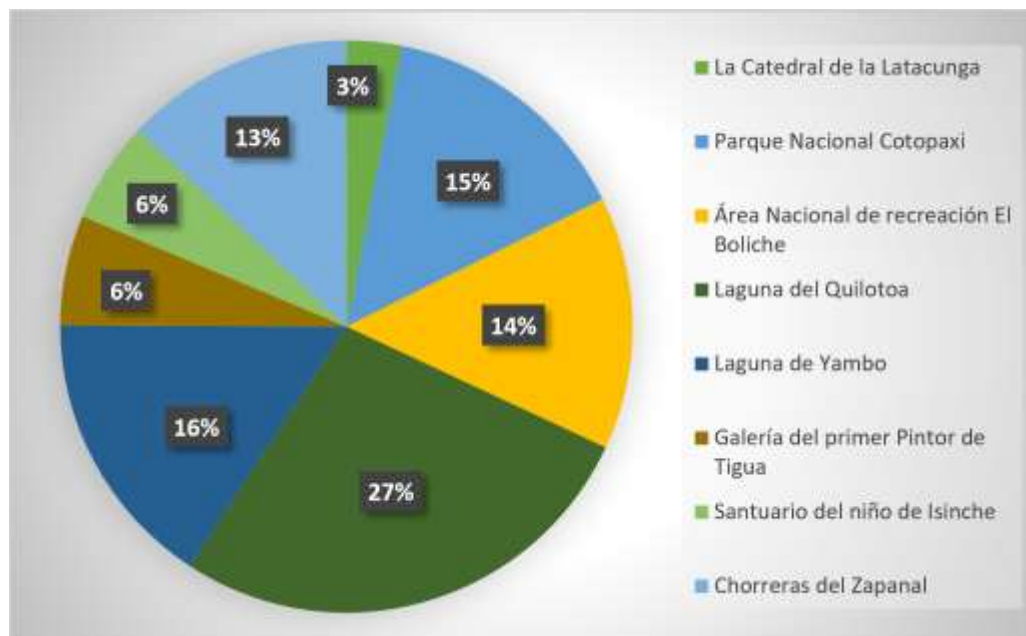


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

Del total de los resultados para la pregunta acerca del motivo de su viaje, los turistas tienen como preferencia viajar por motivo de relajarse, sin embargo, los turistas optan por salir de su vida diaria al momento de realizar actividades de turismo.

### 15. ¿Qué atractivo turístico le gustaría visitar dentro de la provincia?

**Figura 16** *Qué atractivo turístico le gustaría visitar dentro de la provincia*

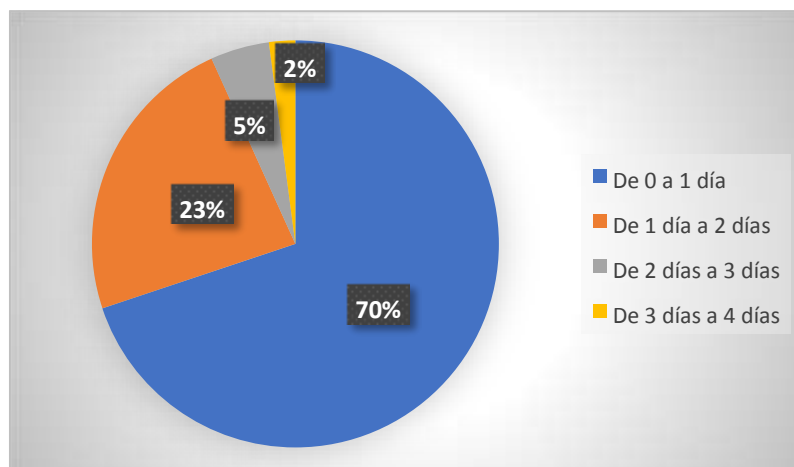


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

En referencia a los atractivos turísticos que les gustaría visitar dentro de la provincia a los encuestados, en el total de respuestas se puede observar que los turistas tienen como preferencias de visitar los siguientes atractivos turísticos como Laguna del Quilotoa, Laguna de Yambo y Parque Nacional Cotopaxi, debido a que son atractivos más conocidos dentro de la provincia de Cotopaxi.

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

**Figura 17** *Qué tiempo estima para su visita a la provincia*

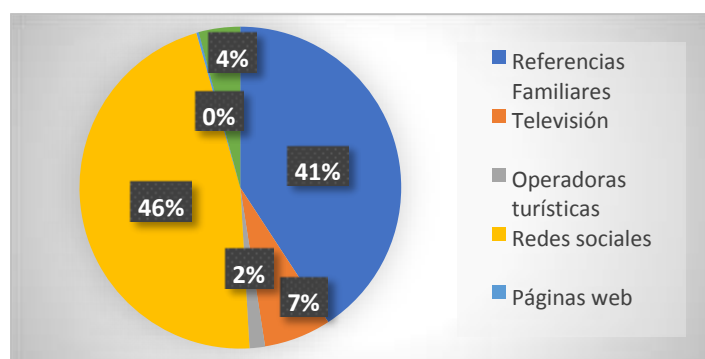


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

Del total de turistas, el tiempo que estiman para su visita a la provincial los encuestados, con mayor porcentaje los turistas deciden quedarse entre 0 a 1 día, sin embargo, los turistas tienen como segunda opción de quedar entre 1 a 2 días, teniendo en cuenta que los turistas residen en provincias vecinas a la provincia de Cotopaxi.

### 17. ¿A través de que medio se informó de los atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi?

**Figura 18** A través de que medio se informó de los atractivos turísticos de la Provincia de Cotopaxi



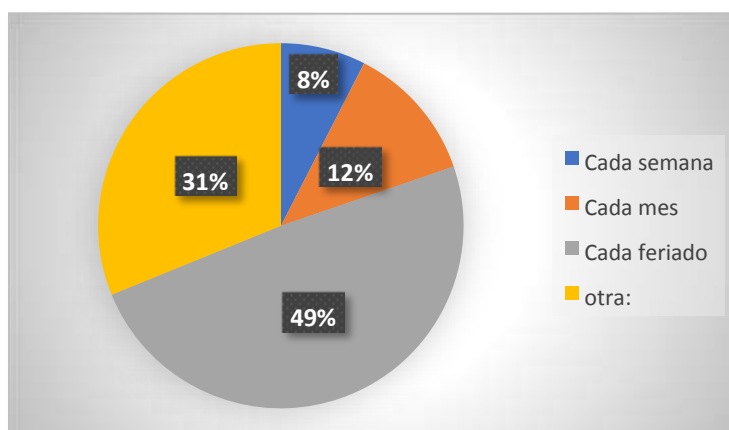
**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

De acuerdo a los resultados, sobre qué medio se informó de los atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi, con un mayor porcentaje se informó por medio de las redes sociales,

teniendo en cuenta, que varios de los turistas suelen también informarse por referencias familiares.

### 18. ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

**Figura 19** *Cada que tiempo realiza actividades turísticas*

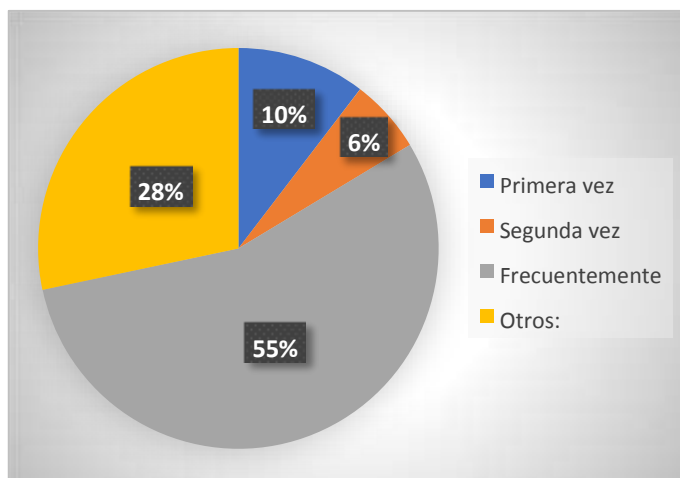


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

El resultado de esta pregunta es que cada que tiempo realizan actividades turísticas los encuestados, nos encontramos con un porcentaje mayor que practica cada feriado, sin embargo, también tiene como preferencia realizar en otras fechas actividades turísticas dentro o fuera de la provincia.

### 19. ¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Cotopaxi?

**Figura 20** *Cuántas veces ha visitado la provincia de Cotopaxi*



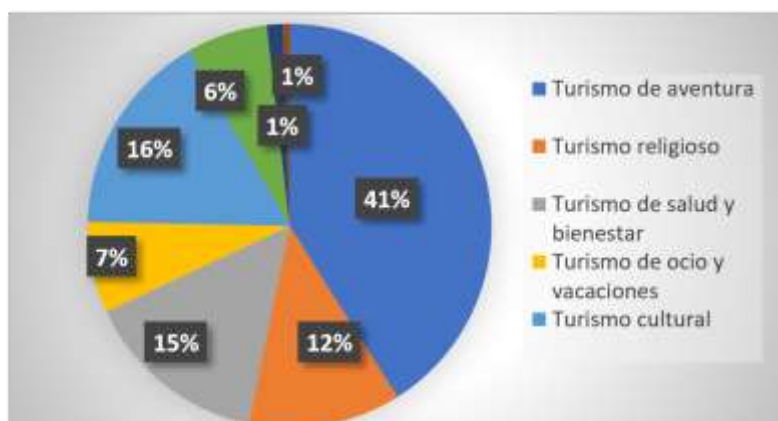
**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

Del total de encuestados, las veces que han visitado la provincia de Cotopaxi, con el 55% visitan frecuentemente la provincia, este dato nos permitirá más adelante obtener un dato aproximado de visitas de los atractivos turísticos.

#### 10.1.4. Variable preferencial

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

**Figura 21** *Cuál es su tipo de turismo favorito*



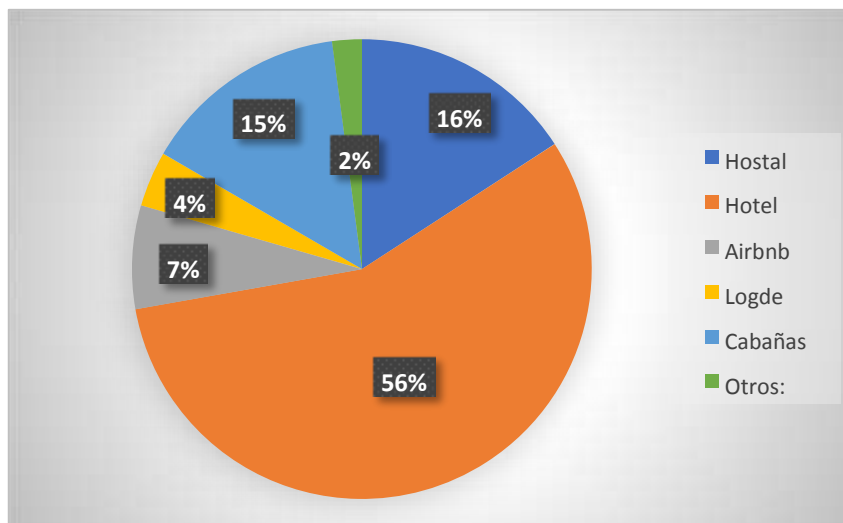
**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

De la pregunta del tipo de turismo favorito, con un 41% los turistas tienen como favoritismo al turismo de aventura, sin embargo, como segunda opción, con el 16% los turistas tienen como

preferencia al turismo cultural. Esta información permite considerar que los turistas tienen como favoritismo para realizar turismo.

## 21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?

**Figura 22** *Qué tipo de hospedaje prefiere.*

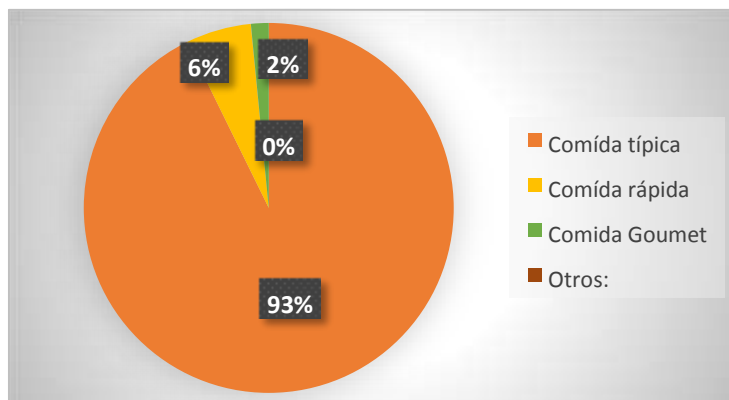


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

Del total de resultados para la pregunta acerca del tipo de hospedaje, los turistas tienen como preferencia tres tipos de hospedaje como; hotel, hostal y cabañas cercanas a los sitios turísticos. Sin embargo, el que lleva con mayor porcentaje es el hotel debido a que son más accesibles para todo tipo de turistas.

## 22. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?

**Figura 23** *Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo*

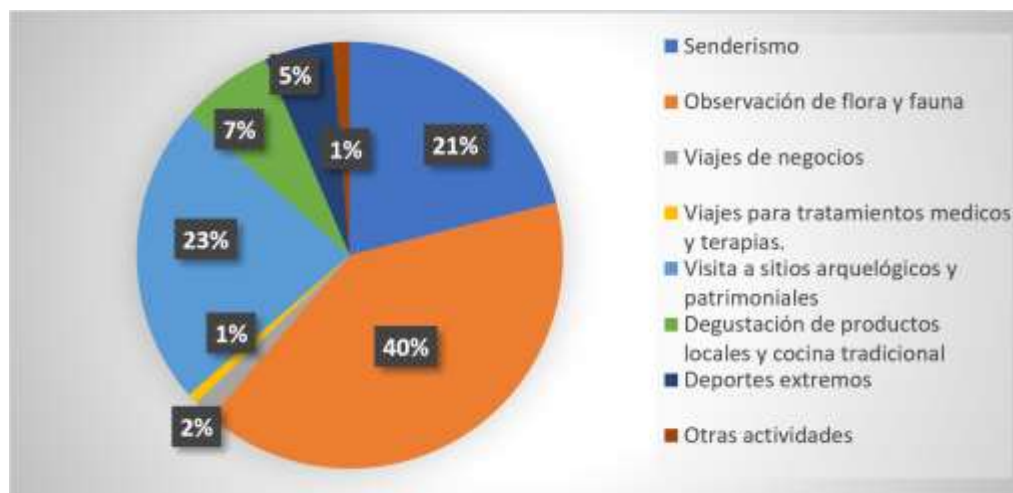


**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

Del total de los encuestados, sobre el tipo de alimentación que prefieren, siendo el porcentaje mayor, los turistas tienen como preferencia de degustar comida típica que ofrece el lugar que visiten dentro de la provincia de Cotopaxi.

### 23. ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita a la provincia?

**Figura 24** *Qué actividades prefiere realizar en su visita a la provincia*



**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

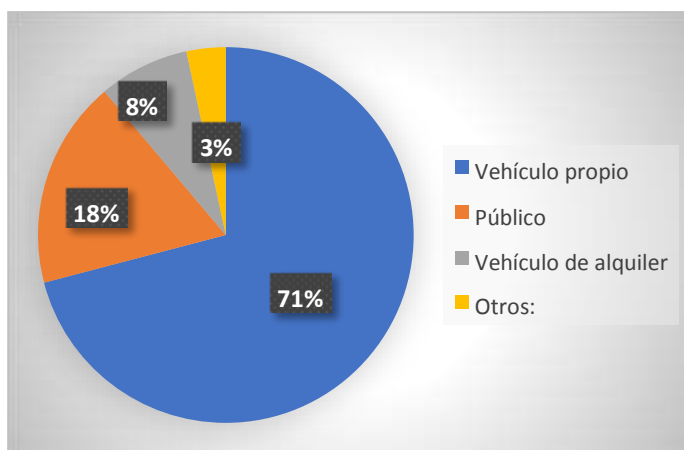
Para definir las actividades que los visitantes prefieren realizar, se establece que dentro de las actividades preferidas de los turistas se encuentran tres principales, como observación de flora y

fauna, visitas a sitios arqueológicos, patrimoniales y senderismo, sin embargo, permite considerar cuáles son las preferencias dentro de los sitios turísticos que ofrece la provincia de

Cotopaxi.

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

**Figura 25** *Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia*



**Nota.** Adaptado encuestas al perfil del turista (2024)

En cuanto al tipo de transporte que utiliza para viajar hacia los atractivos turísticos, la mayoría realiza en vehículo propio, llegando a identificar la escasez de una ruta de transporte público que acceda a los diferentes sitios, debido a que solo existe transporte público que dejan en la vía principal, teniendo en cuenta que para el ingreso a las Choreras del Zapanal tiene como 3 a 5 horas de caminata para su ingreso.

**Tabla 12 Perfil del turista**

<b>Estudio del perfil del turista de la provincia de Cotopaxi</b>			
<b>Característica Demográfica</b>	<b>Característica Socioeconómica</b>	<b>Característica Motivacional</b>	<b>Característica Preferencias</b>
El 94% de los turistas son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 5% son extranjeros provenientes de Estados Unidos, Costa Rica, África, Venezuela, Canadá.	El 41% es detallado en ingresos que opta entre 461 a 1000\$, mientras que el 27% cuenta con un salario unificado (460\$).	El 53% de los turistas opta por el motivo de relajación durante sus viajes, y el 16% realizan sus viajes por visitas a familiares y amigos.	El 41% de turistas tiene como preferencia favoritos al turismo de aventura, siendo el valor más alto.
En la residencia son tres lugares que predominan que son; Provincia de Pichicha, con un 39%, con el 22% la Provincia de Cotopaxi, por último, la Provincia de Tungurahua con un 18%.	En cuanto, al nivel de estudios, el 44% corresponde al tercer nivel, siendo el nivel educativo más alto, mientras el 29% optan en un nivel de bachillerato.	Con un 27% eligen visitar la Laguna del Quilotoa y con el 16% tiene como preferencia viajar a la Laguna del Yambo, mientras el 15% opta por ir al Parque Nacional Cotopaxi.	El 56% eligen hospedarse en hoteles, mientras que el 16% deciden en quedarse en hostales.
La edad promedio de los turistas se encuentran en el rango de edades entre los 31 a 40 años, correspondiente con un 34%.	El 72% realizan el viaje en compañía de sus familias, siendo el más alto, y el 16% eligen viajar con amigos.	El 70% estima quedarse al menos de 0 a 1 día, siendo el más alto. Mientras el 23% opta por quedarse de 1 a 2 días.	En la gastronomía los turistas optan por degustar comida típica de la provincia, con el 93%, siendo el más alto.
Tanto hombres y mujeres muestran interés en visitar esta provincia, detallando con el 56% de género masculino y con el 43% de género femenino.	Con un 83% opta a acompañar durante el viaje de 1 - 3 mayores de edad, teniendo un valor muy alto, mientras del 4 - 7 mayores de edad con un porcentaje de 17%.	El 46% de los turistas que vistan a esta provincia se informan a través de redes sociales y el 41% mediante referencias familiares, siendo las dos opciones más altas.	Las actividades que prefieren realizar durante su viaje la observación de flora y fauna, con el 40%, mientras el 23% decide visitar sitios arqueológicos y patrimoniales.
El estado civil que optan es casado con un 50% y con el 29% son turistas de estado civil soltero.	Con un 87% opta a acompañar durante el viaje de 1 - 3 menores de edad, teniendo un valor muy alto, mientras del 4 - 7 menores de edad correspondiente al 13%.	El 49% de turistas realizan actividades turísticas cada feriado, por otro lado, el 31% de visitantes deciden hacer turismo otras fechas.	El 71% de turistas se movilizan hacia los destinos en vehículo propio.

---

Los turistas que visitan esta provincia son empleados privados, reflejando un 41% y el 28% se detalla como empleado público.

Se estimó que el 80% predestinan gastar de 50 a 100\$ y el 15% de 102 a 200\$.

Teniendo en cuenta que el 55% los turistas optan por visitar frecuentemente la provincia, y el 28% por otros.

---

El 77% es destinado para gastar en alimentación, mientras el 12% opta en gastar en actividades de recreación.

---

**Nota:** *Elaborado por Nayeli Guamani*

Mediante un estudio de arte se logró identificar otros documentos donde se comparó información sobre los diferentes datos que fueron investigados años atrás sobre el perfil del turista de la provincia de Cotopaxi, el siguiente cuadro se detalla la información sobre las variables de diferentes estudios.

**Tabla 13.** Cuadro comparativo del perfil de turista de la provincia de Cotopaxi.

	<b>Perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi</b>	<b>Perfil del turista de Naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi</b>	<b>Estudio del perfil del turista de la provincia de Cotopaxi</b>
<b>Demográfica</b>	El turista que visitan la provincia de Cotopaxi, son de nacionalidad ecuatoriana, proviene principalmente de la ciudad de Quito y Latacunga, tiene un promedio de edad entre 23 a 32 años, de estado civil soltero, de género masculino, su estado laboral son empleados públicos y privados	El turista que son extranjeros en su mayoría provenientes de Argentina, Estados Unidos y Colombia, residentes de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo, edad promedio de 31 y 40 años de género masculino con estado civil casados, laboralmente son empleados públicos.	Dentro de mi investigación el turista es de nacionalidad ecuatoriana residentes de las provincias como; Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua con edad promedio de 31 a 40 años con género masculino, el estado civil casado, laboralmente como empleado privado.
<b>Socioeconómica</b>	El turista tiene un promedio de ingresos entre 400 a 1000 dólares al mes, el nivel estudios es el tercer nivel, viaja por lo general acompañados de sus familiares en grupos de 4 a 6 personas, le promedio de gastos por visitas son entre 1 a 100 dólares, sus gastos van para su alimentación.	Tiene un salario básico hasta 1000 \$ con nivel de estudios bachillerato, prefieren viajar con sus familiares, acompañados por menores de 16 años, sus gastos son de 0 a 100 \$ que van dirigidos para alimentación.	El turista tiene ingresos entre 461 a 1000 \$ con un tercer nivel, estiman en gastar entre 50 a 100\$ donde van distribuidos por alimentación y actividades de recreación.

<b>Motivacional</b>	El turista viaja para relajarse, de preferencia en el Parque Nacional Cotopaxi y la Laguna del Quilotoa, las actividades turísticas le gustan hacer son; deportes de aventura, pesca, natación, el tiempo que estiman para su visita es de un día, el medio de comunicación que más usa son las redes sociales y realizan actividades turísticas cada vacación, cada mes.	Los turistas viajan por motivo de relajación, desean visitar los siguientes atractivos Parque Nacional Cotopaxi y la Laguna del Quilotoa, suelen visitar un día y dos días, se informan mediante las redes sociales y referencia familiares viajando cada feriado y visitan frecuentemente la provincia de Cotopaxi	Los turistas viajan por motivo de relajación a los siguientes atractivos Laguna del Quilotoa, Parque Nacional Cotopaxi y Laguna de Yambo, estiman en quedarse de 0 a 1, realizan actividades turísticas cada feriado y deciden visitar la provincia frecuentemente se informan por medio de las redes sociales
<b>Preferencial</b>	El turista en hospedaje prefiere utilizar un hotel, hostelería y cabañas, para alimentarse prefieren comida típica, y para su movilización prefieren trasladarse en vehículo propio.	El visitante prefiere al turismo de naturaleza, hospedándose en hoteles y hostelerías, optan por visitar áreas protegidas, bosques y montañas, realizan actividades como caminatas para realizar fotografías. Viajan en vehículo propio.	Teniendo como preferencia al turismo de aventura, suelen quedarse en hoteles y hostales, degustan comida típica del lugar, los visitantes realizan actividades como observación de flora y fauna, prefieren moverse en vehículo propio.

**Nota:** *Elaborado por Nayeli Guamani*

De acuerdo al estudio de arte, se ha analizado el análisis de tres estudios sobre el perfil del turista de la Provincia de Cotopaxi, llegando a identificar los resultados de las variables demográfica, socioeconómica y motivacional (tabla 12).

Variable demográfica, el perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi, su nacionalidad ecuatoriana provenientes de Quito y Latacunga, con género hombres solteros entre

23 a 32 años son empleados públicos y privados. Los turistas extranjeros son principalmente de Argentina, Estados Unidos y Colombia son hombres casados entre 31 a 40 años, empleados públicos residentes de las provincias como Pichincha, Tungurahua y Chimborazo. Dentro de mi investigación revela que el turista es de nacionalidad ecuatoriana, residentes de la provincia de Cotopaxi, con un rango de 31 a 40 años, son casados que laboralmente son empleados privados.

Variable socioeconómica, los ingresos mensuales entre 400 a 1000 dólares, nivel de estudios de tercer nivel o bachillerato, viajan generalmente en grupos familiares entre 4 a 6 personas, incluyendo menores de 16 años, los gastos por visita entre 50 a 100 dólares destinados a la alimentación y actividades de recreación.

Variable motivacional, los turistas realizan turismo por relajación, con preferencias en el Parque Nacional Cotopaxi, Laguna del Quilotoa y Laguna de Yambo, prefieren estadísticas entre uno a dos días informándose a través de las redes sociales y referencias familiares, realizan actividades como deportes de aventura, pesca y natación, realizan turismo cada feriado o vacación.

Variable preferencial, el turista prefiere hospedarse en hoteles, hostales o cabañas, eligiendo opciones que permitirán disfrutar del entorno natural, como preferencia optan por el turismo de aventura y naturaleza. Con actividades como caminatas, observación de flora y fauna, y fotografía en áreas protegidas, bosques y montañas. Para su alimentación, prefieren comida típica local, suelen movilizarse en vehículos propios.

## **10.2. Estructura del boletín Informativo**

### **10.1.2. Portada**

La portada del boletín informativo sobre el perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi presenta imágenes seleccionadas para destacar los principales atractivos turísticos. Entre ellas, de las letras de Cuicuno identificando al Santuario del Señor del Árbol, que atribuye milagros a sus devotos. También teniendo en cuenta la Catedral de Latacunga dedica para milagros de los devotos de la misma. Al Parque Nacional Cotopaxi, actividades como excursionismo, senderismo, campamento y observación de flora y fauna. En la Galería del Primer Pintor de Tigua detalla representaciones de festividades y paisajes andinos, reflejando las tradiciones y cosmovisión

Kichwa. Por otro lado, la Laguna del Quilotoa apareció hace 800 años tras una catastrófica erupción volcánica que colapso el volcán Quilotoa. Por último, tenemos a la Laguna del Yambo que hace miles de años se formó por movimientos tectónicos. También se incluyen imágenes emblemáticas de cada atractivo turístico el volcán, lagunas e iglesias

La inclusión de estas imágenes resalta la riqueza de cada atractivo turístico, ya sea cultural y la diversidad de flora y fauna que hacen de la provincia de Cotopaxi.

En la parte superior se encuentra un espacio donde se pone el título del boletín acompañado del color rojo, uno de los colores característicos de la provincia, en la parte superior donde se encuentra el subtítulo que dice “Atractivos en Cotopaxi” de la misma manera con el color verde.

### **10.1.3. Tipografía**

La tipografía establece el tono de cómo quieres transmitir el contenido, ya que, si el texto está demasiado agrupado, será difícil de leer esto generará un descontento con el público. Se tomará los datos más relevantes con el fin de sistematizar el contenido que se presentará.

**Tipo de letra para la portada:** Times New Roman

**Tamaño de letra para título principal:** 20

**Tamaño para subtítulo:** 18

**Tipo de letra para subtítulo:** Times New Roman

**Letra para los textos**

**Tipo de letra:** Times New Roman

**Tamaño para textos:** 8

**Tamaño para subtítulos:** 15

## Colores



Estos colores representan a la provincia de Cotopaxi, por lo cual fueron seleccionados como únicos y principales colores del boletín.

**Rojo:** Representa la sangre y valentía de los héroes caídos en la batalla que se encuentran dentro de la provincia, teniendo en cuenta que es un color que trasmite fuerza e iniciativa.

**Azul:** Simboliza la verdad y la paz, felicidad que representa el cielo y el agua de los alrededores de la provincia, además, refleja tranquilidad y la estabilidad.

### **Imagen 1** *Boletín informativo del perfil del turista*

*Portada del boletín*



#### 10.1.4. Atractivos turísticos principales de la Provincia de Cotopaxi

En esta sección del boletín, se da una breve introducción a los principales atractivos turísticos de Cotopaxi, desde el Santuario de Cuicuno y la Catedral de Latacunga, por otro lado, los atractivos turísticos naturales como Laguna de Yambo, Laguna del Quilotoa y las Cascadas del Zapanal cuentan diversidad de flora y fauna, teniendo en cuenta sus hermosos paisajes. Cada uno de estos destinos viene acompañado de sus correspondientes fotografías, que ilustran su belleza.

### **Imagen 2** *Descripción de los atractivos turísticos*



#### **Santuario del Señor del Árbol de Cuicuno**

El Santuario se edificó en el siglo XVI. La iglesia presenta una nave central y una nave lateral que se cruzan a la altura del atrio. En su interior, el altar alberga la imagen del Señor del Árbol. La tradición local y la leyenda del árbol de quishuar o Árbol de Dios, juegan un papel importante en la devoción de los fieles, quienes visitan el santuario buscando favores y milagros.



#### **Catedral de Latacunga**

La Catedral de Latacunga, conocida oficialmente como la Catedral de San José, es un monumento emblemático de la ciudad. Construida en el siglo XVII y completada en el XVIII, presenta una arquitectura colonial española con detalle en piedra y yeso. El interior alberga altares barrocos, esculturas y pinturas religiosas.

### **Imagen 3** *Descripción de los atractivos turísticos*



### Parque Nacional Cotopaxi

Ubicado en la provincia de Cotopaxi, es una de las áreas protegidas más emblemáticas del país, alberga al volcán Cotopaxi, uno de los volcanes más activos más altos del mundo con 5,897 metros. El parque es famoso por su impresionante paisaje de páramos andinos, lagunas, y rica biodiversidad, incluyendo especies como el cóndor andino y el lobo del páramo



### Galería del primer Pintor de Tigua

Es conocida por sus vibrantes colores y detalladas representaciones de la vida cotidiana, festividades y paisajes andinos, estas expresiones artísticas, realizadas principalmente en cureo y madera, refleja las tradiciones y cosmovisión de la cultura Kichwa.

### Laguna del Quilotoa

Se formó hace aproximadamente 800 años tras una catastrófica erupción volcánica que colapsó el volcán Quilotoa, creando una caldera que posteriormente se llenó de agua de lluvia y deshielo, esta erupción fue una de las más poderosas de los últimos milenios en los Andes ecuatorianos



### Laguna del Yambo

Se formó hace miles de años, a raíz de movimientos tectónico y la actividad volcánica en la región andina de Ecuador, esta actividad geológica creó una depresión que se llenó de agua de lluvia y de los ríos cercanos

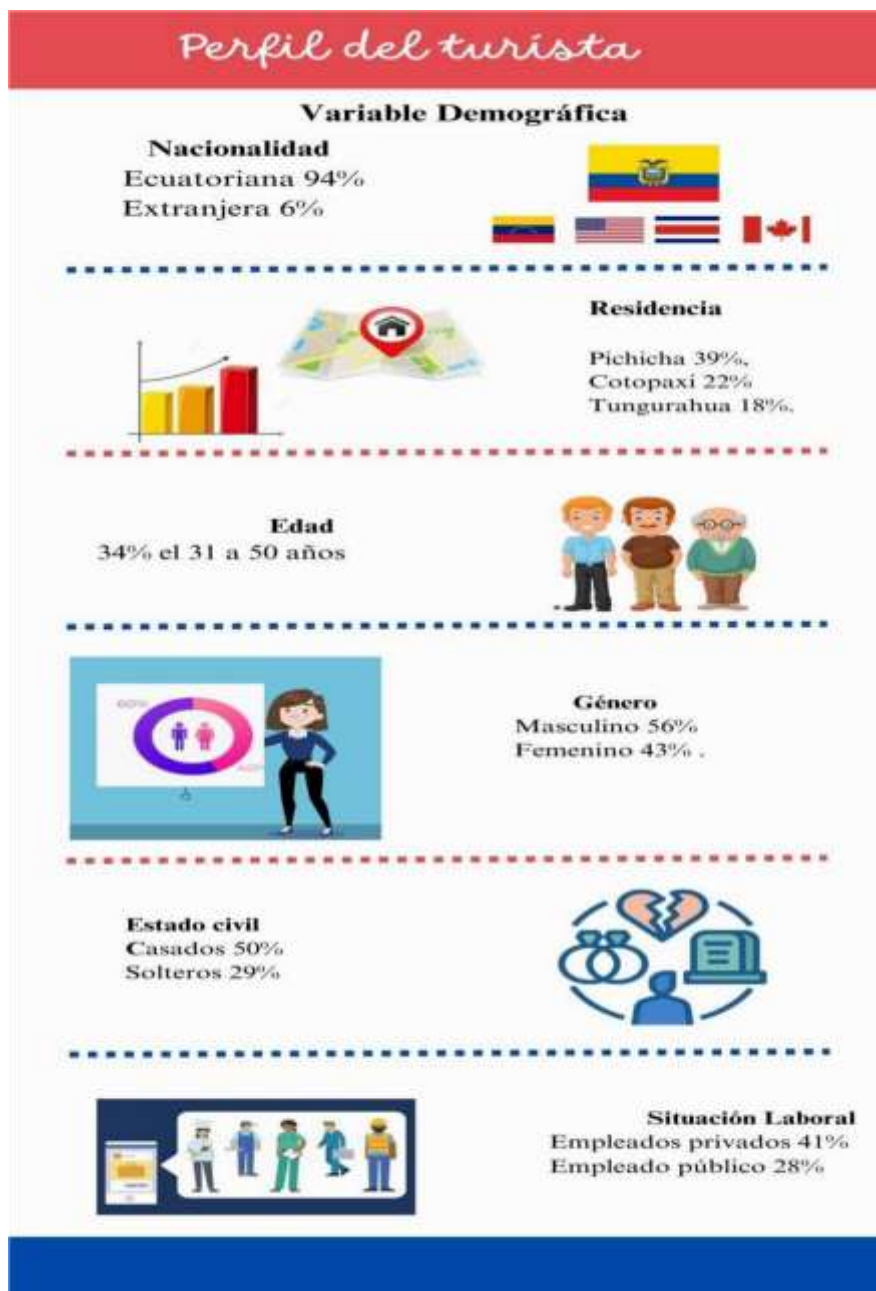


10.1.5.  
turista  
la  
de Cotopaxi

Perfil del  
que vista  
provincia

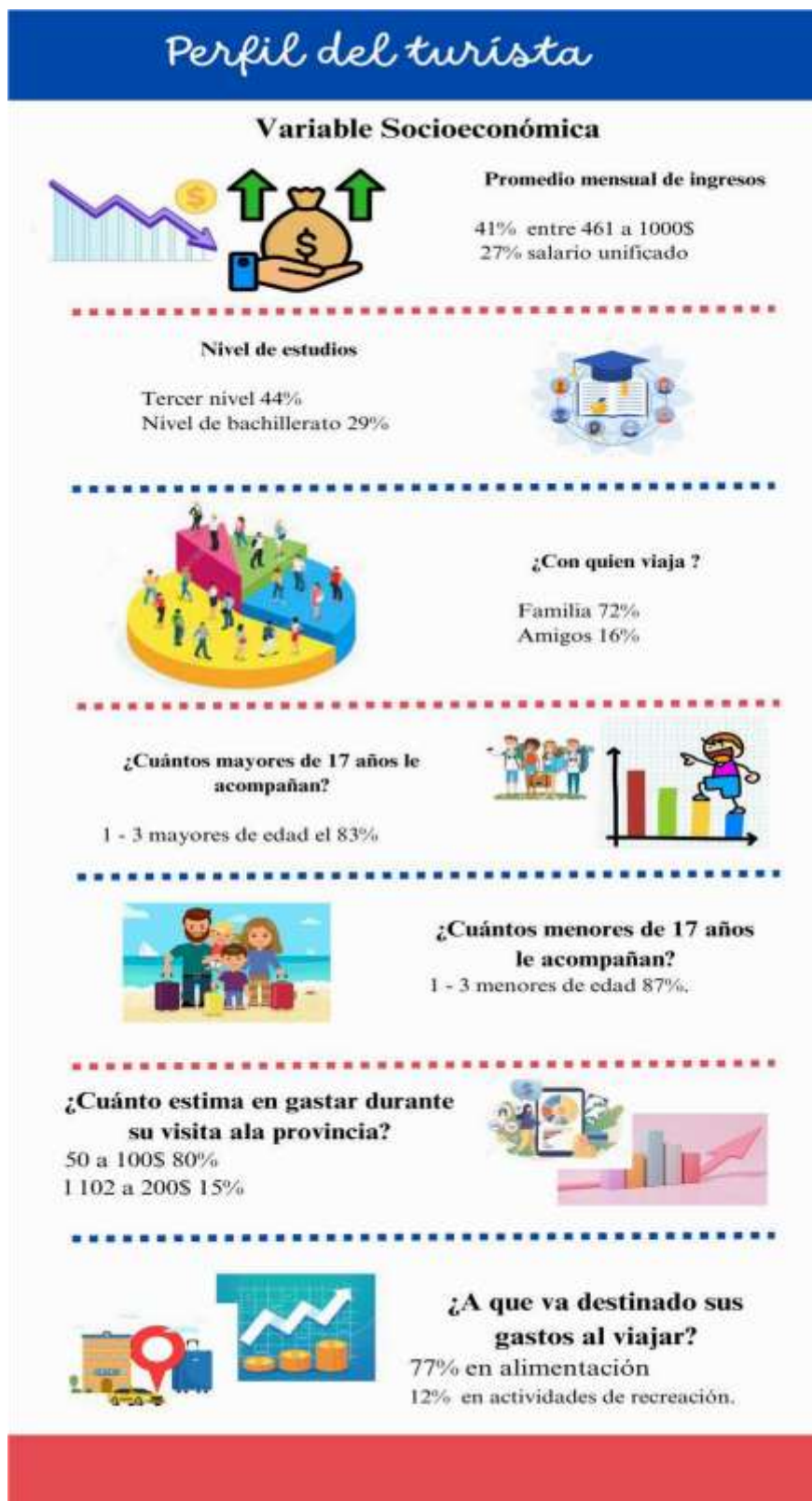
El diseño para presentar la información recopilada durante la investigación se estructura en cuatro apartados significativos sobre la variable de estudios. A continuación, detallan las preguntas, los resultados y un dibujo que ilustra cada pregunta del perfil del turista.

**Imagen 4** Datos demográficos



**Imagen****5 Datos Socioeconómicas**

## Imagen



**Imagen**

**6 *Datos Motivacional***

## Imagen

## Perfil del turista

### Variable Motivacional

#### ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

53% en relajación  
16% visitas a familiares y amigos.



#### ¿Qué atractivos turísticos le gustaría visitar dentro de la provincia?

27% Laguna del Quilotoa  
6% Laguna del Yambo,  
15% Parque Nacional Cotopaxi.

#### ¿Qué tiempo estima para su visita a la provincia?

70% de 0 a 1 día,  
23% de 1 a 2 días.



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

46% redes sociales  
41% referencias familiares

#### Cada que tiempo realiza actividades turísticas

49% cada feriado  
31% otras fechas.



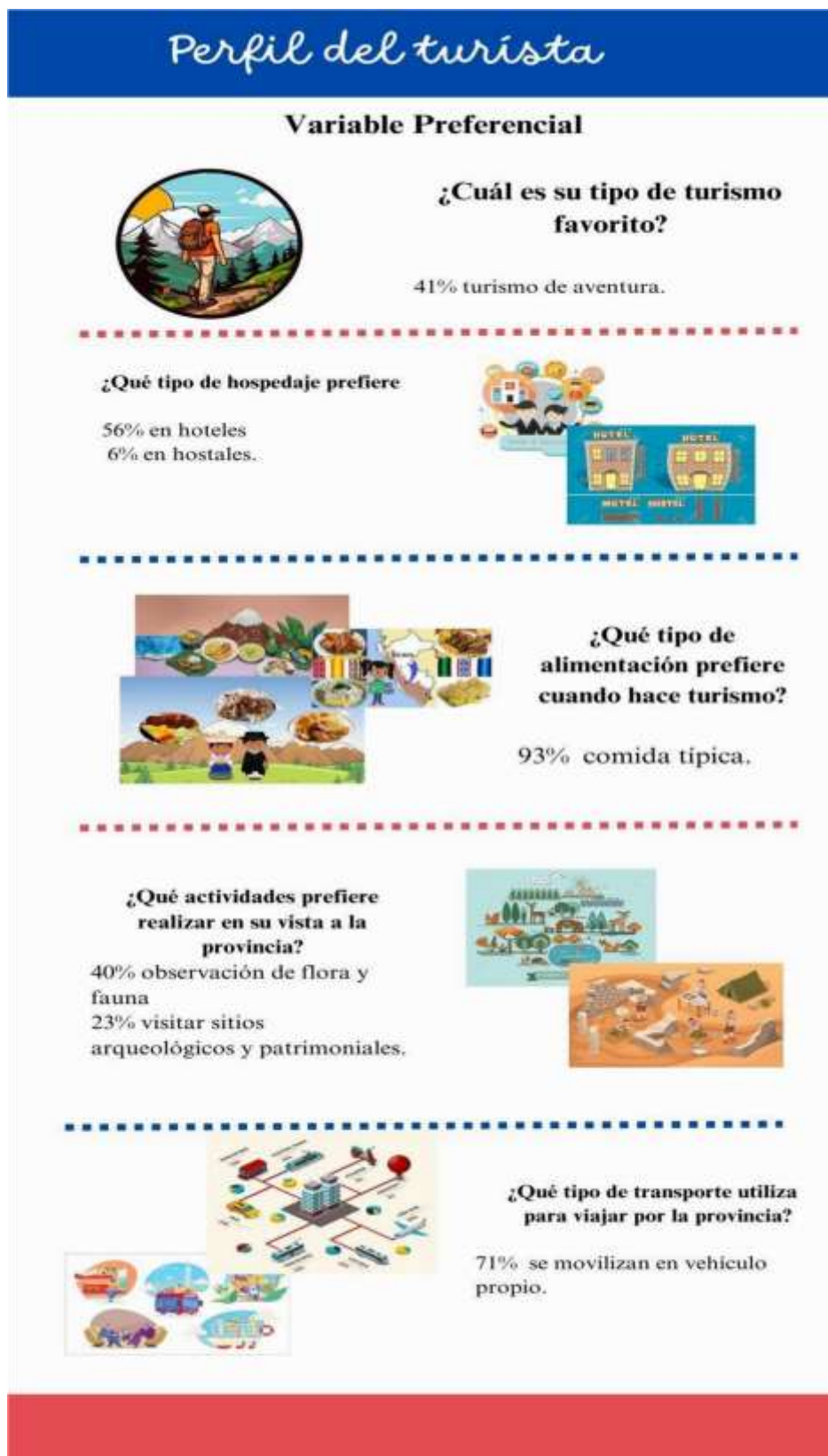
#### Cuántas veces a visitado la provincia

55% frecuentemente  
28% por otros

**Imagen**

*7 Datos preferenciales*


## Imagen



**Imagen**

**8 Créditos**

## Imagen





**CRÉDITOS**

**Estudiante investigador**

- **Nayeli Guamani**

**Fotografía**  
**Letra**  
**Diseño Gráfico**

 [nayeli.guamani2286@utc.edu.ec](mailto:nayeli.guamani2286@utc.edu.ec)

 0992261936

## **11. Impactos**

### **11.1. Impacto técnico**

De acuerdo a los impactos técnicos sobre la propuesta, ejecución y análisis planteados en cuanto a los resultados del proyecto de investigación, según la descripción y metodología del mismo, ha permitido interpretar concepto, teorías, aplicando la encuesta en el área de estudio de campo, el análisis e identificar el perfil del turista en los 8 atractivos seleccionados de acuerdo a la valoración de los criterios propuestos, ayudando a difundir información actualizada a través del boletín informativo que permita mejorar sus productos y servicios turísticos, de acuerdo a las necesidades del visitante de acuerdo a las características del turista.

### **11.2. Impacto sociocultural.**

Como impacto sociocultural, el presente estudio de perfil del turista de la provincia de Cotopaxi y los resultados obtenidos serán una base de datos para futuros proyectos en diferentes áreas. Ayudará al desarrollo de nuevas herramientas de investigación, análisis de datos y aplicación de nuevos estudios, incentivando mejorar el uso de los espacios públicos, así como los recursos naturales o culturales, así mejorar a los sectores a favor de la comunidad local.

### **11. 3.Impacto económico**

Esta investigación, al contribuir como una base de datos sobre el estudio del perfil del turista de la provincia de Cotopaxi, toda información plasmada podrá ser usada para la creación de proyectos que puedan contribuir a los diferentes sectores, así también a los actores del turismo. Por lo tanto, promueve el desarrollo turístico en conjunto con el desarrollo económico que permiten

mejorar el estilo de vida, promueve la identidad cultural, las relaciones sociales y generar fuentes de trabajo.

## **12. Conclusiones y Recomendaciones.**

### **12.1. Conclusiones**

- Tras la investigación bibliográfica inicial se consideró 8 atractivos turísticos que fueron valorados con cuatro criterios como jerarquización II y III, oferta turística, demanda turística y accesibilidad para la recopilación de datos se calculó el tamaño de muestra mediante muestreo no probabilístico con un total de 385 encuestas con las variables; demográficas, socioeconómicas, motivacional y preferencial, se realizó un estudio piloto el mismo que fue aplicado a 20 personas de manera que fue necesario modificar algunas interrogantes para obtener un instrumento viable y que proporcione información clara, las encuestas fueron aplicadas en los atractivos turísticos con más afluencia, se realizó salidas de campo en los fines de semana que se inició el 12 de junio y se finalizó el 16 julio del presenta año, definiendo el perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi se caracterizó de la siguiente manera los turistas que visitan la provincia corresponde a los turistas de nacionalidad ecuatoriana con el 94% mientras el 6% son turistas extranjeros, provenientes de las provincias de Pichincha con el 39%, Cotopaxi con el 22%, Tungurahua el 18%, poseen de un rango de edad de 31 a 40 años con el 34%, de género masculino con el 56%, estado civil casado con el 50%, la situación laboral es empleados privados con el 41%, en la variable socioeconómica sus ingresos son entre \$ 461 a \$ 1000 dólares con el 41%, mientras el nivel de estudio es de tercer nivel con el

44%, viajan acompañados de su familia, son acompañados 1 a 3 mayores de 17 años con el

83% y 1 a 3 menores de 17 con el 87%, estiman en gastar de \$ 50 a \$ 100 dólares con el 80% los gastos van destinados para alimentación con el 72% y las actividades con el 12%, variable motivacional el turistas decide viajar por relajación con el 53% mientras que el 16% realizan sus viajes por vistas a familiares y amigos, el turistas prefiere visitar la Laguna del Quilotoa, con el 27%, Laguna de Yambo con el 16% mientras el 15% decide visitar el Parque Nacional Cotopaxi, el 70% estima en quedarse de 0 a 1 día mientras el 23% opta de 1 a 2 días, se informan mediante redes sociales con el 46%, realizan actividades turísticas cada feriado el 49%, visitan frecuentemente a la provincia con el 55%, variable preferencial, el 41% de turistas tiene preferencia al turismo de aventura con el 41%, deciden hospedarse en hoteles con un 56%, mientras el 93% de turistas deciden degustar de la comida típica, con el 40% de turistas realizan actividades como observación de flora y fauna con el 40% mientras el 23% v deciden visitar sitios arqueológicos y patrimoniales. El 71% de turistas se desplazan dentro de la provincia en vehículos propios.

- Para la creación del boletín informativo se sistematizaron los resultados de las características del perfil del turista, resultados que fueron detallados a través de la aplicación de encuestas dentro de los atractivos turísticos de la provincia, los resultados obtenidos, la tabulación e interpretación de datos, permitiendo realizar el diseño del boletín, incluyendo elementos dinámicos como descripciones de los atractivos turísticos, fotografías y más herramientas que ayudan a que la información plasmada sea de total comprensión para quien haga uso del mismo. Cabe mencionar que funcionará como herramienta para los prestadores de productos turísticos o servicios.

## 12.2. Recomendaciones

- Es importante actualizar el perfil del turista de manera habitual con el fin de que los prestadores de servicios y técnicos en turismo se mantengan informados de las características del turista que recibirán dentro de la provincia, debido a que ellos pueden diseñar estrategias de mejoramiento y personalizados de un producto enfocándose en las variables de caracterización, las cuales son demográficas, socioeconómicas, motivación y preferencial.
- Mediante la información que se presenta en el boletín informativo, se puede emplear como herramienta para redireccionar la promoción de los atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi, enfocándose en los aspectos socioeconómicos que permitan generar precios accesibles. Según los análisis de las variables económicas, influye mucho a la hora de visitar un destino turístico. Debido a que viajan acompañados y buscan reducir costos, los prestadores de servicios deben crear paquetes promocionales.

### 13. Bibliografía

- Abarca, M, Vinueza, D, Andrade, A., (2022). *PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE COTOPAXI*. Latacunga. Obtenido de <http://investigacion.utc.edu.ec/index.php/RENPYS/article/view/403>
- Almache A. (2021). *Perfil de la demanda turística del catón Latacunga, provincia de Cotpaxi*. Latacunga. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a50ed6d4-f4c4-47fe-8eedd0c01d4ed41d/content>
- Alvarez, F. (2017). *PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA DE MARKETING*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331006.pdf>
- Alves, C. A. (2018). *HOSPITALIDAD, EMOCIONES Y EXPERIENCIAS EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS*. Brasil: <https://www.redalyc.org/journal/1807/180760431003/html/>. Animo.
- (2016). *Tecnicas Documentales*. Obtenido de [https://congreso enfermeria.com/2016/sites/default/files/styles/escucharobservarcomprender2parte\\_1424533180194.pdf](https://congreso enfermeria.com/2016/sites/default/files/styles/escucharobservarcomprender2parte_1424533180194.pdf)
- Ante J. (2022). "Creación de una agencia de turismo comunitario en la parroquia Zumbahua". Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36335/1/023%20AE.pdf>
- ATRIBUS. (2019). *Analizando el perfil del turista con Tourism Intelligence*. <https://atribus.com/analizar-el-perfil-del-turista/>. Obtenido de <https://atribus.com/analizar-el-perfil-del-turista/>
- Augusto. R. (2022). *Página de créditos de un libro*. Obtenido de <https://www.letraminuscula.com/pagina-de-creditos-de-unlibro/#:~:text=o%20una%20revista%3F-,La%20p%C3%A1gina%20de%20cr%C3%A9ditos%20de%20un%20libro%20o%20una%20revista,la%20fecha%20de%20publicaci%C3%B3n%20etc.>
- Benitez, L. F. (2016). *INFLUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DEMOGRAFICAS Y SITUACIONES EN LA SATISFACCIÓN EN ACTIVIDADES TURISTICAS*. <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/editum,+06+TURISMO38.pdf>.
- Cabrera, M. (2020). *LAGUNA DE YAMBO*. Quito. Obtenido de <https://www.uide.edu.ec/lagunade-yambo-lugar-turistico-pero-su-color-verdoso-es-natural/>
- Canva. (2012). *Canva para que sirve*. Obtenido de [https://www.canva.com/es\\_mx/funciones/](https://www.canva.com/es_mx/funciones/)
- Carrión, A. (2017). *El Señor del Arbol*. Quito. Obtenido de <http://www.alejandrocarrion.org/senoArbol.pdf>
- (2010). *Censo de la población y vivienda Cotopaxi*. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/11909/1/PC-003200.pdf>
- CEUPE Mayazine. (2018). *¿Qué es un Turista? Concepto, características y tipos*. <https://www.ceupe.com/blog/turista.html>.

- Cotopaxi, G. (2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025*. Latacunga. Obtenido de [https://www.cotopaxi.gob.ec/images/Documentos/PDYOT-COTOPAXI11julio\\_2018.pdf](https://www.cotopaxi.gob.ec/images/Documentos/PDYOT-COTOPAXI11julio_2018.pdf)
- Denisse, M. A. (2013). *Implenetación de un Boletín Informativo Electrónico como Estrategia de Difusión de las Actividades del Instituto Internacional de Integración del Convenio Andrés Bello*. Bolivia. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/18859/trabajo%20dirigido.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Díaz, K. (2017). *Choreras del Zapanal*. Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12861/1/FCHE-THP-217.pdf>
- Elizabeth, A. P. (2021). *ESTUDIO DEL PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN PUJILÍ*. Latacunga: <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7814/1/PC002021.pdf>.
- Fernando, C. Y. (2013). *LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LA*. Ambato: [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5162/1/Tth\\_2013\\_113.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5162/1/Tth_2013_113.pdf). Franzolini, D. (2019). *Boletín informativo: qué es, partes, cómo hacerlo y ejemplos*. <https://blog.hubspot.es/marketing/como-crear-boletines-informativos-eficaces>.
- Gangotena, W. (2023). *PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE COTOPAXI*. Latacunga. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/59258456-5acc-4413-a4969dc666816463/content>
- García M. (2023). *Cadena de valor: un análisis del desarrollo turístico del cantón Latacunga*. Latacunga. Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1796-Art%C3%ADculo14475-1-10-20230502%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1796-Art%C3%ADculo14475-1-10-20230502%20(2).pdf)
- García, E. (2018). *Variables Demográficas*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/a08a667f-b7c2-4ef2-b0b094f387117a3e/content>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi. (2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2015*. Latacunga: [https://www.cotopaxi.gob.ec/images/Documentos/PDYOT-COTOPAXI11julio\\_2018.pdf](https://www.cotopaxi.gob.ec/images/Documentos/PDYOT-COTOPAXI11julio_2018.pdf).
- Gobierno de España. (2018). *Estrategia de sostenibilidad turística en destinos*. España: [https://turismo.gob.es/eses/Novidades/Documents/0Estrategia\\_Sostenibilidad\\_Turistica\\_Destinos.pdf](https://turismo.gob.es/eses/Novidades/Documents/0Estrategia_Sostenibilidad_Turistica_Destinos.pdf).
- González Pérez C. (2018). *Motivaciones de viajes push y pull: un análisis según la composición del grupo de viaje*. Obtenido de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/12057/Motivaciones+de+viajes+push+y+pull+un+análisis+segun+la+composicion+del+grupo+de+viaje.pdf;jsessionid=8677CE59725B9851B7BF610C2D2BE768?sequence=1>
- González, V. (2023). *Variables*. Obtenido de <https://diccionario.leyderecho.org/variablessocioeconomicas/>

- Guano, J. A. (2017). "EL PERFIL DEL VISITANTE DE LA PARROQUIA HUAMBALÓ CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU RELEVANCIA EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA". UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, AMBATO. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25171/1/JUAN%20ALEJANDRO%20GUANO%20JAITIA%201804787883.pdf>
- Guatemala, M. d. (2019). *Boletín informativo*. Guatemala . Obtenido de <https://www.mineduc.gob.gt/DIGECADE/documents/Telesecundaria/Recursos%20Digitales/3o%20Recursos%20Digitales%20TS%20BY-SA%203.0/PROYECTOS%20INTEGRADOS/U4%20proyecto%204%20bolet%20C3%ADn%20informativo.pdf>
- Gutiérrez, J. A. (2016). *¿Qué motiva a viajar a las personas?* <https://www.entornoturistico.com/que-motiva-a-viajar-a-las-personas/>. Guzmán L, S. C. (2018). *Diseño Gráfico*. Milagro. Obtenido de <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4058/1/TESINA%20DISE%20C3%91O%20GR%20C3%81FICO.pdf>
- Guzmán Muñoz, W. C. (2018). *Análisis del perfil sociodemográfico y de las motivaciones del turista que visita Quito, Ecuador*. Bogotá: <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n68.70473>.
- GWEN SWINBURN, S. G. (2017). *DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL*. Obtenido de <https://documents1.worldbank.org/curated/en/836691468142503631/pdf/337690SPANISH0Primer01PUBLIC1.pdf>
- Ibáñez R y Rodríguez I. (2017). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. México. Obtenido de <https://agua.org.mx/wpcontent/uploads/2017/12/Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf>
- Infante, C. (2017). *Variables socioeconómicas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10636402>
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo*. Buenos Aires: <https://www.entornoturistico.com/wpcontent/uploads/2018/01/Periodismo-tur%20C3%ADstico-muchos-principios-y-algunos-finales-de-Miguel-Ledhesma-PDF.pdf>.
- Lety, R. y. (2011). *Parque Nacional Cotopaxi en Ecuador*. Quito. Obtenido de <https://www.mochileandoporelmundo.com/visitar-parque-nacional-cotopaxi-ecuador/>
- Ley del Turismo. (2014). *Ley del Turismo*. Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Lisintuña I. (2018). *Guía turística de la parroquia Zumbahua, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi*. Latacunga. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/4558b4b5-c2ac-4861-8bb63b774ebfeaa8/content>
- Llumiquinga K, .. T. (2024). *Plan de marketing de los productos turísticos de la parroquia Guaytacama, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi*. Latacunga. Obtenido de

- <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8c319426-fa19-4879-b30c546bf01961b0/content>
- López G, E. S. (2021). *PERFIL, MOTIVACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL*. Obtenido de <https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/122574/Documento.pdfPDFFA.pdf?sequence=1>
- (2004). *Matriz de Inventario de Atractivos*. Obtenido de [https://servicios.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2023/04/Matriz-Inventario-de-Atractivos-2004\\_compressed.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2023/04/Matriz-Inventario-de-Atractivos-2004_compressed.pdf)
- México, G. d. (2022). *Turismo*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur>
- MGTS. (2009). *Turismo - Tipologías de la demanda turística*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV1507/semana4/LS4.2..pdf>
- MINCETUR. (2017). *MANUAL PARA INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS*. Perú. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV1507/semana3/LS3.5.pdf>
- MINTUR. (2017). *TURISMO DE ECUADOR*. Quito. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/>
- MINTUR. (2018). *Estudio de perfiles de turistas fortalece la planificación del destino Ecuador*. Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/estudio-de-perfiles-de-turistas-fortalece-la-planificacion-del-destino-ecuador/>
- MINTUR. (2018). *Estudio de perfiles de turistas fortalece la planificación del destino Nacional*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/estudio-de-perfiles-de-turistas-fortalece-la-planificacion-del-destino-ecuador/>
- MINTUR. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Quito. Obtenido de [https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-AtractivosTuristicos\\_compressed.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-AtractivosTuristicos_compressed.pdf)
- Morillo M. (2018). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Venezuela: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>. Morillo
- Moreno, M. C. (2014). *Turismo y productos turísticos*. Venezuela. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Muñoz G, C. W. (2018). *Análisis del perfil sociodemográfico y de las motivaciones del turista que visita Quito, Ecuador*. Quito: [http://scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512018000200077](http://scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512018000200077).
- Naranjo R Y Matínez M. (2017). *La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis*. Obtenido de <https://encuentros.unermb.web.ve/index.php/encuentros/article/view/335> OMT.
- (2021). *EL TURISMO*. OMT, Madrid. Obtenido de [https://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample\\_Chapter\\_-\\_Temas\\_de\\_Turismo.pdf](https://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample_Chapter_-_Temas_de_Turismo.pdf)
- ONU Turismo. (2023). *La OMT en el Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/nuevos-datos-apuntan-a-una-recuperacion-total-del-turismo-con-un-vigoroso-arranque-en-2023>

- Ortiz B, Santiago A, Albarrán, Labajo E, Perea E. (2018). *Elaboración de un cuestionario sobre conocimientos y actitudes de la población madrileña frente al final de la vida*. Madrid. Obtenido de <https://www.scielosp.org/article/gs/2018.v32n4/373-376/>
- Osorio S. (2017). *Cuicuno debe su progreso al Señor del Árbol*. Lacunga. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/193/1/cuicuno-debe-su-progreso-al-senor-delarbol>
- Peña, T. (2022). *Etapas del análisis de la información documental*. Colombia. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v45n3/2538-9866-rib-45-03-e4.pdf>
- Peralta, C. (2016). *Santuario del niño de Isinche*. Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11681/1/UPS-QT09294.pdf>
- Pereira A. (2017). *Los viajes y sus motivaciones*. Argentina . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>
- Pereira, G. A. (2017). *Los viajeros y sus motivaciones*. Autónoma de Buenos Aires: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322017000100004](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000100004). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Cotopaxi, 2. 2. (2021). *Actualización del Plan del Ordenamiento Territorial de la Provincia de Cotopaxi*. Obtenido de <https://www.cotopaxi.gob.ec/images/Documentos/2021/PDYOT/PDYOT%20COTOPA XI%202021%20-%202025...pdf>
- Planetou. (2020). *Perfil de un turista*. Obtenido de <https://planetou.es/perfil-de-un-turista-quetengo-que-saber/>
- Proaño. P, M. P. (2018). *Perfil del turista en función de las motivaciones para productos turísticos patrimoniales*. Quito. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1431/4043>
- Quiroa, M. (2020). *Segmento de mercado*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/segmento-de-mercado.html>
- Rodríguez María C., J. J. (2017). *Motivaciones del Turista*. España: [https://www2.fue.uji.es/gesfue2/doc\\_fue/docs/jornadas/15turismo/motivaciones.pdf](https://www2.fue.uji.es/gesfue2/doc_fue/docs/jornadas/15turismo/motivaciones.pdf).
- Soria V. (2021). *Posicionamiento de atractivos turísticos y su incidencia en la demanda turística del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi*. Latacunga. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/24356/1/T-ESPEL-ITH-0162.pdf>
- Staff, O. (2018). *Funcion del Boletín Informativo*. Obtenido de <https://omarcastanedatv.com/cual-es-la-funcion-de-un-boletin-informativo/>
- Toala P. (2018). *“Elaboración de un modelo de gestión para el desarrollo turístico del cantón La Maná en la provincia de Cotopaxi, 2018*. Quevedo. Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ce562876-7eeb-43c1-91b0b1f2f189c670/content>
- Turismo, M. d. (2020). *El Quilotoa, destino de naturaleza y ruralidad*. Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-quilotoa-destino-de-naturaleza-y-ruralidad/#:~:text=El%20Quilotoa%20es%20una%20de,mayo%20las%20lluvias%20son%20frecuentes.>

TURISMO, M. D. (2023). *Turismo en España*. España . Obtenido de <https://turismo.gob.es>

UNWTO. (2023). *Tendencias actuales del turismo internacional*. Madrid:

<https://www.eunwto.org/doi/epdf/10.18111/unwtoecd.2023.3.g51w645001604503>.

Velasteguí, E. (2019). *Artesanías de Tigua*. Obtenido de

<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/931>

Viajandox. (2017). *Catedral de Latacunga*. Quito. Obtenido de

<https://ec.viajandox.com/latacunga/catedral-de-latacunga-A363>