



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

**CARRERA DE ECOTURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

---

**PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN  
TIEMPOS DE PANDEMIA AÑO 2022**

---

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

**Autora:**

Chiluisa Pilatasig Mónica Elizabeth

**Tutor:**

Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta Mgs.

LATACUNGA – ECUADOR  
Agosto 2022

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

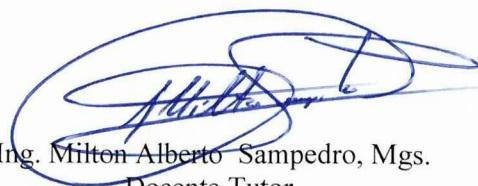
Chiluisa Pilatasig Mónica Elizabeth, con cédula de ciudadanía No. 1752298206, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “Perfil del turista de la provincia de Chimborazo en tiempos de pandemia año 2022”, siendo el Ingeniero. Mgs. Milton Sampedro Arrieta, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga 25 de agosto del 2022



Chiluisa Pilatasig Mónica Elizabeth  
Estudiante  
CC: 1752298206



Ing. Milton Alberto Sampedro, Mgs.  
Docente Tutor  
CC: 0602636987

## 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 **CHILUISA PILATASIG MÓNICA ELIZABETH**, identificada con cédula de ciudadanía 1752298206, de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LACEDENTE**; y, de otra parte, el Ing. Ph.D. Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez Barrio El Ejido Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes: **ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Licenciatura en Ecoturismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“Perfil del turista de la provincia de Chimborazo en tiempos de pandemia año 2022”** la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad según las características que a continuación se detallan:

### **Historial académico**

Inicio de carrera: Abril 2016 – Agosto 2016.

Finalización de carrera: Abril 2022 - agosto 2022

Aprobación en Consejo Directivo: 20 de mayo del 2022

Tutor. - **Ing. Mgs. Milton Sampedro**

Tema: Perfil del turista de la provincia de Chimborazo en tiempos de pandemia año 2022.

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

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

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

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

e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

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

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

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

**CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA**

podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 26 días del mes de agosto del 2022.



Mónica Elizabeth Chiluisa Pilatasig  
**LA CEDENTE**

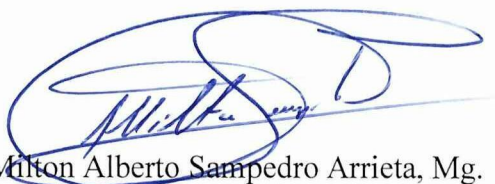
Ing. Ph.D. Cristian Tinajero Jiménez  
**LA CESIONARIA**

## AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

**“PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN TIEMPOS, DE PANDEMIA AÑO 2022”**, Chiluisa Pilatasig Mónica Elizabeth, de la carrera de Ecoturismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 26 agosto del 2022



Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg.

**DOCENTE TUTOR**


CC: 0602636987

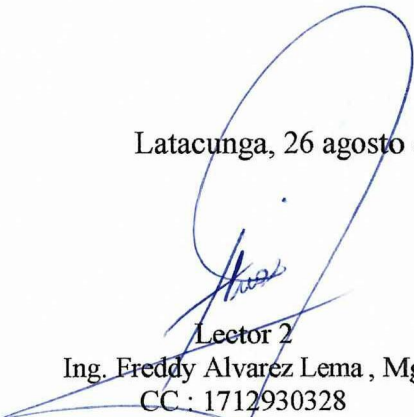
## AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN


En calidad de tribunal de lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Chiluisa Pilatasig Mónica Elizabeth, con el título del del proyecto de investigación “PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN TIEMPOS DE PANDEMIA AÑO 2022”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativainstitucional.

Latacunga, 26 agosto del 2022

  
Lector 1: (Presidente)  
Ing. Andrea Andrade Ayala, Mgs.  
CC: 1719291468

  
Lector 2  
Ing. Freddy Alvarez Lema, Mg  
CC: 1712930328

  
Lic. Manuel Abarca Zaquinaula, Mgs.  
CC: 1103989669

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primero a mi ángel que está en el cielo a mi padre Luis Chiluisa quien ha sido una persona , que ha estado siempre pendiente de mis estudios era la persona que anhela mucho verme formada como una profesional pero lastimosamente tubo que partir de una manera inesperada a su vez también agradezco a mi madre , hermanas, amigos , y familia quienes de una u otra manera me han apoyado dándome palabras de aliento para poder salir adelante , y no decaer , a mis docentes que han sido personas que me han brindado todos sus conocimientos en esta etapa de formación universitaria.

*Chiluisa Pilatasig Mónica Elizabeth*

## **DEDICATORIA**

Este presente trabajo de investigación va dedicado primeramente para un ser muy especial para mi ángel allá en el cielo para mi padre, quien ha sido una persona que me ha inculcado buenos valores para ser una persona de bien, también dedico, a mi madre, hermanas que han sido las personas fundamentales en mi vida, quienes me han sabido brindar su apoyo incondicional para poder lograr alcanzar este sueño anhelado de poder llegar a ser una profesional.

*Chiluisa Pilatasig Mónica Elizabeth*

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

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

**AUTORA:** Chiluisa Pilatasig Mónica Elizabeth

**RESUMEN**

El propósito del proyecto de investigación fue contribuir con información importante sobre el perfil del turista de la provincia de Chimborazo en tiempos de pandemia año 2022. Para el cumplimiento de la metodología se diseñó un estudio descriptivo usando el método deductivo y con un enfoque cuantitativo, realizando la técnica de la encuesta aplicando a 368 turistas que visitaron los atractivos turísticos según el catastro de atractivos naturales y culturales de la provincia de estudio, por lo tanto una vez recolectado los datos se realizó la respectiva tabulación a través de la estadística descriptiva, llegando a concluir que el mayor porcentaje que visitan la provincia de Chimborazo son de nacionalidad ecuatoriana con el 93%; mismos que residen en Guayaquil y Quito con el 32% y 27% respectivamente. Además, los turistas viajan en familia con más de tres personas que no son menores de 16 años. Además, se obtuvo como resultados que, para informarse de algún lugar turístico acceden a las redes sociales para conocer con anterioridad los servicios que ofertan. Asimismo, se desarrolló en función de los resultados la guía descriptiva la cual contempla información, datos generales y variables sociodemográfica, socioeconómica y motivacional detalladas de forma breve sobre el perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo. Finalmente se concluye que la demanda de turistas de la provincia de Chimborazo proviene de Guayaquil y Quito, y en su mayoría son estudiantes con máximo un día de visita, cuya frecuencia es cada feriado, donde la actividad que predomina es la caminata, tratándose de un turismo cultural y de aventura; por lo que recomienda aplicar el cuestionario a turistas extranjeros con más de dos días de pernoctación.

**Palabras clave:** Perfil del turista, atractivos turísticos, pandemia, guía descriptiva.

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

**THEME: "TOURIST PROFILE OF THE PROVINCE OF CHIMBORAZO IN TIMES OF PANDEMIC YEAR 2022"**

**AUTHOR:** Chiluisa Pilatasig Mónica Elizabeth

**ABSTRACT**

The purpose of the research project was to contribute with important information about the profile of the tourist in the province of Chimborazo in times of pandemic year 2022. For the fulfillment of the methodology, a descriptive study was designed using the deductive method and with a quantitative approach, using the survey technique applied to 368 tourists who visited the tourist attractions according to the cadastre of natural and cultural attractions of the province of study, therefore once the data was collected, the respective tabulation was made through descriptive statistics, concluding that the highest percentage that visit the province of Chimborazo are of Ecuadorian nationality with 93%; These tourists reside in Guayaquil and Quito with 32% and 27% respectively. In addition, tourists travel in families with more than three people who are not under 16 years of age. In addition, it was obtained as results that, to get information about a tourist place, they access social networks to know in advance the services offered. Also, a descriptive guide was developed based on the results, which includes information, general data and sociodemographic, socioeconomic, and motivational variables detailed briefly on the profile of tourists visiting the province of Chimborazo. Finally it is concluded that the demand of tourists comes from Guayaquil and Quito, and mostly with students, whose days of visit are a maximum of one day whose frequency is every holiday, where the predominant activity is walking, being a cultural and adventure tourism, so it is recommended to apply the questionnaire to foreign tourists with more than two days of overnight stay.

**Key words:** Tourist profile, tourist attractions, pandemic, descriptive guide.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xv
1. Información general.....	1
1.1. Título.....	1
1.2. Lugar de ejecución.....	1
1.3. Institución, unidad académica y carrera que auspicia.....	1
1.4. Facultad Académica.....	1
1.5. Carrera que auspicia.....	1
1.6. Proyecto vinculado.....	1
1.7. Nombres de equipo de investigadores.....	1
1.8. Área de Conocimiento .....	1
1.9. Línea de investigación .....	1
1.10. Sub línea de investigación de la Carrera.....	1
2. Descripción del proyecto .....	2
3. Justificación del proyecto .....	2
4. Beneficiarios del proyecto de investigación.....	3
4.1. Directos .....	3
4.2. Indirectos.....	4
5. El problema de investigación .....	5
6. Objetivos.....	8

6.1. General .....	8
6.2. Específicos .....	8
7. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados. ....	8
8. Fundamentación científico técnica .....	10
8.1. Marco legal .....	10
8.1.1. Constitución de la República del Ecuador: .....	10
8.1.2. Reglamento Ley de Turismo.....	11
8.2. Bases Teóricas de la Investigación.....	12
8.2.1. Turismo	12
8.2.2. Formas de turismo.....	15
8.2.3. Tipología del turismo .....	15
8.2.4. Sistema turístico.....	20
8.2.5. Planta turística.....	20
8.2.6. Tipología de la demanda turística .....	22
8.2.7. Turista	22
8.2.8. Grupo etario .....	23
8.2.9. Perfil del turista.....	23
9. Validación de las preguntas científicas o hipótesis. ....	23
10. Metodología de la investigación.....	24
10.1. Enfoque de investigación .....	24
10.2. Tipo de investigación .....	25
10.3 Protocolo de investigación .....	25
Población y muestra.....	25
10.4. Instrumentos de la recolección de datos.....	26
10.5 Cuadro de operacionalización de variables .....	27
11. Análisis y Discusión de Resultados.....	30

11.1. Descripción Macro: Ecuador.....	30
11.1.1 Límites .....	31
11.1.2. División Política.....	31
11.1.3. Idioma .....	31
11.1.4. Moneda.....	31
11.1.5. Población.....	31
11.1.6. Turismo .....	32
11.2. Descripción Meso: Provincia de Chimborazo.....	32
11.2.1. Límites .....	33
11.2.2. Clima.....	33
11.2.3. Temperatura .....	34
11.2.4. Atractivo.....	34
11.2.5. Población limite .....	34
11.3. Micro Descripción.....	35
Tabla6 <i>Descripción general del cantón Alausí</i> .....	35
11.3.1. Mapa del área .....	39
12. Variables de Estudio.....	44
13. Guía descriptiva del perfil del turista .....	63
13.1. Distribución de márgenes y espacios .....	64
13.2. Tipo de letra .....	64
13.3. Colores utilizados.....	64
13.4. Partes de la Guía .....	65
13.5. Características principales del perfil del turista .....	67
14. Impactos (Técnicos, sociales, ambientales o económicos) .....	68
14.1. Impacto económico .....	68

14.2. Impactos sociales .....	69
15. Costo de Impresión de la Guía .....	69
16. Conclusiones y recomendaciones.....	69
16.1. Conclusiones .....	69
16.2. Recomendaciones.....	70
17. Referencias .....	71
18. Apéndices .....	74

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Beneficiarios directos e indirectos.....	5
<b>Tabla 2</b> Sistematización de tareas.....	9
<b>Tabla 3</b> Número de turistas que ingresaron a la provincia de Chimborazo.....	26
<b>Tabla 4</b> Perfil de la demanda del turista.....	27
<b>Tabla 5</b> Cantones de la provincia de Chimborazo y cabeceras cantonales .....	33
<b>Tabla 6</b> Descripción general del cantón Alausí.....	35
<b>Tabla 7</b> Datos generales del cantón Guano.....	36
<b>Tabla 8</b> Descripción del área de estudio de Colta.....	37
<b>Tabla 9</b> Descripción general cantón Riobamba.....	38
<b>Tabla 10</b> Cronograma de actividades salida de campo.....	41
<b>Tabla 11</b> Costo de Impresión de la Guía .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i>	<i>Tipo de turistas</i> .....	23
<i>Figura 2</i>	<i>Mapa de ubicación del Ecuador a nivel Continental</i> .....	30
<i>Figura 3</i>	<i>División política de Chimborazo</i> .....	32
<i>Figura 4</i>	<i>Ruta aplicación de encuestas</i> .....	39
<i>Figura 5</i>	<i>Nacionalidad</i> .....	44
<i>Figura 6</i>	<i>Residencia</i> .....	45
<i>Figura 7</i>	<i>Edad</i> .....	45
<i>Figura 8</i>	<i>Género</i> .....	46
<i>Figura 9</i>	<i>Estado civil</i> .....	47
<i>Figura 10</i>	<i>Situación laboral</i> .....	47
<i>Figura 11</i>	<i>Ingresos económicos</i> .....	48
<i>Figura 12</i>	<i>Nivel de estudios</i> .....	49
<i>Figura 13</i>	<i>Con quién viaja</i> .....	49
<i>Figura 14</i>	<i>Cuántos mayores de 16 años</i> .....	50
<i>Figura 15</i>	<i>Cuántos menores de 16 años</i> .....	51
<i>Figura 16</i>	<i>Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia de Chimborazo</i> .....	51
<i>Figura 17</i>	<i>Qué porcentaje del gasto destinó para Alojamiento</i> .....	52
<i>Figura 18</i>	<i>Alimentación</i> .....	53
<i>Figura 19</i>	<i>Transporte</i> .....	53
<i>Figura 20</i>	<i>Cuál fue el motivo de su viaje</i> .....	54
<i>Figura 21</i>	<i>Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Chimborazo</i> .....	55
<i>Figura 22</i>	<i>Qué tiempo estimó para su visita a la Provincia de Chimborazo</i> .....	55
<i>Figura 23</i>	<i>A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia de Chimborazo</i> .....	56
<i>Figura 24</i>	<i>Cuántas veces ha visitado la Provincia de Chimborazo a la provincia</i> .....	57
<i>Figura 25</i>	<i>Cada que tiempo realiza actividades turísticas de</i> .....	57
<i>Figura 26</i>	<i>Cuál es su tipo de turismo favorito</i> .....	58
<i>Figura 27</i>	<i>Qué tipo de hospedaje prefiere hospedaje</i> .....	59
<i>Figura 28</i>	<i>Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo</i> .....	60
<i>Figura 29</i>	<i>Seleccione la actividad turística que más le guste hacer cuando hace turismo</i> ...	61
<i>Figura 30</i>	<i>A través de qué medio de transporte viajó a la Provincia de Chimborazo</i> .....	62
<i>Figura 31</i>	<i>Portada de la guía descriptiva</i> .....	65

<i>Figura 32</i> Contra portada de la guía.....	65
<i>Figura 33</i> Índice de la guía descriptiva.....	66
<i>Figura 34</i> Datos generales de la provincia de Chimborazo.....	66
<i>Figura 35</i> Distribución de nformacion de cada variable .....	68

## ÍNDICE DE APÉNDICES

<i>Apéndice 1</i> Aval de traducción Abstrct.....	74
<i>Apéndice 2</i> Hoja de vida del Tutor /Estudiante .....	74
<i>Apéndice 3</i> Evidencia de la encuesta aplicada /.....	76
<i>Apéndice 4</i> Evidencias de salidas de campo.....	78

## **1. Información general**

### **1.1. Título**

Perfil del turista de la provincia de Chimborazo en tiempos de pandemia año 2022

### **1.2. Lugar de ejecución.**

Provincia de Chimborazo

### **1.3. Institución, unidad académica y carrera que auspicia**

Universidad Técnica de Cotopaxi

### **1.4. Facultad Académica**

Facultad de Ciencias agropecuarias y recursos Naturales

### **1.5. Carrera que auspicia**

Carrera Ecoturismo

### **1.6. Proyecto vinculado**

Perfil de la demanda turística

### **1.7. Nombres de equipo de investigadores**

**Datos personales:**

**Tutor de Titulación:** Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mgs

**Email institucional:** milton,sampedro@utc.edu.ec

**Teléfono celular** 0984509068

**Alumno:** Mónica Elizabeth Chiluisa Pilatasig

**Email institucional:** monica.chiluisa8206utc.edu.ec

**Teléfono celular:** 0998920332

### **1.8. Área de Conocimiento**

Servicios: 81 personales

### **1.9. Línea de investigación**

Planificación y gestión de turismo sostenible

### **1.10. Sub línea de investigación de la Carrera**

## Análisis del Turismo

### **2. Descripción del proyecto**

El presente trabajo de titulación corresponde al estudio del perfil del turista, considerando aquella presentación que muestra las cualidades socio demográficas, lugar de procedencia y descripción al momento de viajar fuera de su lugar de residencia, por consiguiente, se buscará describir el perfil del turista a través de la estadística descriptiva, para conocimiento de los gustos, preferencias, tendencias y gastos de los turistas de la provincia de Chimborazo.

Por ende, el trabajo se sustenta en la metodología descriptiva que facilita la indagación, recolección de información y visitas de campo los mismos que ayudan a obtener posibles cualidades de identificación del turista que acude a la provincia de estudio. Asimismo, se utilizó diferentes fuentes de información tanto primarias como secundarias las cual permiten de una manera lograr el objetivo propuesto para este proyecto generando nuevas alternativas de cuidado y protección para los turistas, considerando que la pandemia afectó a todo el mundo en la economía, en el trabajo los lugares donde ofrecen actividades turísticas deben de buscar nuevas estrategias de promover sus atractivos siempre analizando el perfil de cada uno de los turistas que llegan a visitar el lugar.

Para ello, se debe determinar los gustos y preferencias que le caracteriza a cada uno de ellos, y de esta manera poder ser más cuidadosos con las medidas de protección que se requiere en cada uno de los lugares que son visitados por los turistas. Por lo tanto, se necesita profundizar el estudio de los actores, que son parte del turismo local tanto a nivel socio económico como laboral, cada uno de los espacios de esta presente investigación se lo realizaría y cada uno de ellos será presentado en los siguientes apartados. Finalmente, el análisis permitirá elaborar la guía descriptiva del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo, el proceso favorecerá a la identificación definir el perfil del turista.

### **3. Justificación del proyecto**

Los cambios que la sociedad ha sufrido en la actualidad obligan a investigar desde diferentes puntos de vista la realidad; las circunstancias orientan a buscar información y actualizar las perspectivas en el campo del turismo, actividad que se encuentra en obligada transformación, lo que permitirá realizar un estudio valorativo para proyectarlo al futuro soportando los cambios del presente.

Es así como, los resultados del estudio sin duda alguna aportaron con datos fidedignos tanto cuantitativos y cualitativamente sobre la realidad y los cambios del turismo local en tiempos de pandemia, contribuyendo así a los agentes de turismo a buscar y proyectar nuevas formas de hacer excursión en el turismo local, logrando estabilizar las actividades durante la emergencia sanitaria.

De esta forma, la información recopilada y analizada refleja los cambios que va sufriendo el turismo, en tiempos de pandemia la información permite identificar los principales beneficiarios, como es la provincia de Chimborazo, los turistas locales, los ciudadanos en general, así como los pequeños y grandes comerciantes del turismo; quienes con proyección desde lo real y actual podrán realizar las actividades con mejor planificación.

En este sentido, el presente proyecto al ser aplicado en la provincia de Chimborazo marca relevante diferencia en comparación con las perspectivas nacionales y locales; pues los datos impacta centradamente a la provincia en cuestión, permitiendo la regeneración del turismo de manera sistemática, considerando que los resultados se basa en tiempos de pandemia y específicamente en los turistas locales de la provincia de estudio, a fin de definir el perfil del turista de la provincia y elaborar una guía descriptiva del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo.

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

Específicamente al ser un estudio direccionado dentro de la provincia de Chimborazo los habitantes y turistas locales son los principales beneficiarios con el estudio del presente proyecto; no obstante, al beneficio general tanto del sector adyacente, como de la provincia y del país, a su vez que al tratarse y ser un proyecto direccionado al turismo.

##### **4.1. Directos**

Según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2020) la provincia de Chimborazo cuenta con 524.004 habitantes. Prestadores de servicios turísticos vinculados a la actividad turística que de acuerdo con el Catastro de Prestadores de Servicios Consolidado a nivel Nacional (2021), a los 140 establecimientos registrados que se dedican a la oferta de alimentos y bebidas en la clasificación restaurantes y categoría I, II, III y IV, localizados en los siete cantones de la provincia de Chimborazo.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Chimborazo PDOT

(2019) el número de turistas que ingresaron a la provincia en el año 2019 fue 8.818 turistas.

#### **4.2. Indirectos**

Los beneficiarios indirectos son el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Chimborazo, Ministerio de Turismo (MINTUR) y la Dirección de Turismo de la provincia, quienes intervienen indirectamente en la identificación del perfil del turista del lugar de estudio en tiempos de pandemia año 2022, además de los estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi quienes adquieren información verídica que contribuye al desarrollo de la provincia a través de la guía descriptiva del perfil del turista que visita el sitio.

Así también, el sector comercial es beneficiario indirecto, pues el aporte de seguridad y confiabilidad que trata de conseguir con la aplicación del estudio de los resultados y su capacitación del presente trabajo aportar a enriquecer y conseguir reactivar el turismo iniciando con las personas de la localidad, para con su buena experiencia puedan aportar y multiplicar los beneficios y seguridad del turismo pese a la pandemia.

**Tabla 1***Beneficiarios directos e indirectos*

<b>Beneficiarios Directos</b>
Provincia de Chimborazo: 524.004 habitantes (209.601 hombres y 314.403 mujeres)
Investigador: 1
Prestadores de servicios: 140 establecimientos registrados
Turistas: 8.818 Nacionales y extranjeros
<b>Beneficiarios Indirectos</b>
GAD: 1
MINTUR: 1
Dirección de Turismo de Chimborazo: 1
Universidad Técnica de Cotopaxi de la carrera de Ecoturismo: 1.828 estudiantes

**5. El problema de investigación**

A nivel mundial, la humanidad a través de los tiempos ha sufrido la visita de muchos virus que han amenazado hasta con su exterminio debiendo soportar de manera abrupta y apoyada con los medios tecnológicos de cada época para superar y lograr sobrevivir. Plagas y epidemias han sido el denominador social que han alarmado y han logrado unificar a los pueblos por una lucha unilateralmente para conseguir ya sea tratamientos o vacunas en contra del nocivo y masivo visitante (Leff, 2020)

De igual manera, al menos gran cantidad de la población de los diferentes continentes han sufrido el deceso por la falta de preparación o prevención de campañas a tiempo que ayuden a frenar el contagio y lograr la cura de sus habitantes ante el trágico evento de enfermedades; así la malaria consiguió cobrar más del 60% de vidas de los contagiados; la lepra en su visita por el mundo no dejó respirar y fue combatida tardíamente; la gripe, el cólera también se llevaron a su paso gran cantidad de vidas (León, 2019).

En efecto, trágicamente el continente americano ha sufrido la misma suerte que el mundo entero, cuando debido enfrentar y rescatar a sus habitantes de las garras de lo virus y enfermedades mortales, debiendo esperar en muchas, por no decir en todas las veces la ayuda internacional con las vacunas y tratamientos que logren aplacar a la enfermedad de la época y

salvar vidas que están siendo cobradas inocentemente.

Además, ciertos países de Latinoamérica cómo siempre ha sido el chivo expiatorio o los han convertido en conejillos de indias; llegando siempre al final tanto las noticias, los tratamientos y por supuesto la medicina, siendo amante compañera de la muerte, la tan esperada vacuna. Fruto del resultado de investigaciones que, sin ser tardías en su descubrimiento, lo son en su adquisición ya sea por su dificultad de elaboración en el medio; o más que seguro, por su alto costo en la comercialización y por ende en su adquisición (Vizcaino, 2021).

No obstante, Ecuador no ha logrado ser la excepción en la forma de trato de las organizaciones mundiales de ayuda para casos de pandemia o enfermedades catastróficas; debiendo soportar al igual o en peores condiciones que el resto del mundo y de los países vecinos; las vacunas y tratamientos siempre han sido un tema muy delicado de tratar; ya sea por su alto costo o por la burocracia de los gobiernos de turno, el caso es que siempre han tardado en llegar al pueblo, cobrando alto número de vidas hasta su ejecución sanguínea que lograría erradicar la enfermedad o virus de paso (Haro, 2020).

De hecho, actualmente las provincias del Ecuador enfrentan la cruda realidad de mantener medidas de emergencia, desde la restricción vehicular, prohibiendo la libre circulación hasta el asilamiento domiciliario de las personas, todo está permitido no hay límite en las medidas adoptadas por el gobierno de turno, con el propósito de salvaguardar la salud de los ciudadanos en general, esta vez no hay elite ni proletariado, la vida demuestra su real valor, no tiene precio, todos mueren de igual manera, todos sufren la misma pena, al ser llevados de la mano de dama negra (Ortega, 2020).

A su vez, el índice de contagio es muy alto y alarmante, día tras día se elevan las cifras y el ministerio de salud ha perdido el control, los galenos han mojado sus mejillas junto con el sufrimiento ajeno; las cifras fluctúan en grandes porcentajes la capital de la provincia maneja hasta el 80% de pérdidas humanas, los cantones no quedaron atrás, los más importantes enfrentan hasta la actualidad 30 y 40 porciento de pérdidas, lo malo es que las cifras bajan y suben (Ruiz, 2020).

Asimismo, el portal de servicios del Ministerio de Turismo MINTUR (2021) señala que el 2,2% es la contribución del turismo en el PIB Nacional del año 2019, con cautela Ecuador empieza a eliminar las restricciones a los viajes turísticos debido a la pandemia del covid-19 con la intención de reactivar las actividades turísticas por medio de la implementación de

medidas de control y prevención sanitaria en los espacios y establecimiento a nivel local y nacional.

En este sentido, el Gobiernos Autónomos Descentralizados de la provincia de Chimborazo (2021) señala que los atractivos que ameritan de un plan de reactivación están los parques, iglesias, museos, monumentos y casas centenarias. Los atractivos naturales y culturales han reabierto las actividades turísticas de forma empírica lo que ha ocasionado quejas sobre el proceso deficiente e irresponsables de apertura, por ende, se propone alternativas enfocadas a los lineamientos de protocolos sanitarios claves para la reactivación, el aforo para el porcentaje de ocupación que está actualmente permitido, además solicitan estudios sobre el perfil del turista para plantear la oferta turística.

Por lo tanto, entre sus causas se encuentra que el turismo de manera general sufrió la peor parte, tanto a nivel mundial, regional, como local; fue abandonada totalmente al punto de casi desaparecer, las medidas y el riesgo latente limitó a todos el libre disfrute acostumbrado; todo cambio repentinamente y hasta la actualidad, e inclusive el mismo turista local ya no comparte los típicos paseos en la zona; como consecuencias se ha identificado el cierre temporal y definitivo de prestadores de servicio turístico, baja afluencia de turistas a la provincia y altas tasas de desempleo en el sector.

## **6. Objetivos**

### **6.1. General**

Describir el perfil del turista a través de la estadística descriptiva, para la caracterización demográfica, socioeconómica de motivación y preferencias de los turistas de la provincia de Chimborazo.

### **6.2. Específicos**

- Encuestar al turista que visita la provincia de Chimborazo para la obtención de datos estadísticos que permitan la caracterización del perfil del turista.
- Diseñar una guía descriptiva que facilita información del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo a los prestadores de servicios turísticos y autoridades competentes a fin de tomar para la reactivación económica.

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

A continuación, se detallan las actividades que se efectúan en el estudio del perfil del turista de la provincia de Chimborazo en tiempos de pandemia año 2022 conforme a los objetivos planeados

**Tabla 2***Sistematización de tareas*

<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Resultado obtenido</b>	<b>Medios de verificación</b>
<p><b>Objetivo 1:</b></p> <p>Encuestar al turista que visita la provincia de Chimborazo para la caracterización del perfil del turista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elegir el tipo de muestreo para el desarrollo de la investigación.</li> <li>• Identificar la fórmula que se utilizará para obtener la muestra poblacional representativa.</li> <li>• Calcular el tamaño de la muestra.</li> <li>• Elaborar el instrumento de recolección de información (muestra).</li> <li>• Elaborar un cronograma de salidas de campo para la aplicación de la encuesta.</li> <li>• Ingresar los datos a la hoja de cálculo Excel.</li> <li>• Aplicar la estadística descriptiva.</li> <li>• Describir los datos obtenidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño del trabajo de investigación, identificación de la muestra a ser analizada y obtención de la información de los turistas encuestados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información técnica de la provincia de Chimborazo.</li> <li>• Instrumentos de investigación (encuesta).</li> </ul>
<p><b>Objetivo 2:</b></p> <p>Diseñar una guía descriptiva del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar un programa para diseñar la guía.</li> <li>• Detallar las características principales por cada variable (Sociodemográfica, socioeconómica motivacional preferencias)</li> <li>• Seleccionar gráficos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía digital con información características del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción característica de la guía descriptiva.</li> <li>• Guía impresa.</li> </ul>

## **8. Fundamentación científico técnica**

### **8.1.Marco legal**

#### **8.1.1. Constitución de la República del Ecuador:**

En el Capítulo quinto del Título VI de la Constitución de la Republica de Ecuador, en el Art.313 el estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficacia; logrando de esta manera controlar estabilizar la explotación de los recursos de manera que siempre se encuentren protegidos y poder conseguir su conservación manteniendo el ecosistema equilibrado y la subsistencia de las especies que en el habitan. (Constitución de la Republica de Ecuador, 2008)

Siendo el turismo un recurso natural, en el Art. 315 de la Carta Magna de nuestra República, el Estado es el encargado de constituir empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas; no siendo suficiente la empresa pública para encargarse del sector turístico, la participación y el aporte privado ha logrado complementar y desarrollar lugares turísticos de mucha importancia y magnitud (Constitución de la Republica de Ecuador, 2008).

Asimismo en el Art. 317 de la Constitución de la Republica de Ecuador, en su parte pertinente menciona,..., “el Estado priorizara la responsabilidad intergeneracional, la conservación de la naturaleza”....; como es responsabilidad de todo estado preservar y conservar los recursos de cada país, no puede ser la excepción que en el nuestro, el Estado por medio de los gobiernos sectoriales se ocupe de la conservación de la naturaleza y con ella de los sectores que están destinados a comercio turístico, debiendo ser controlada minuciosamente su explotación. (Constitución de la Republica de Ecuador, 2008)

En el Art. 395 del mismo cuerpo legal el Estado garantiza y vela por la conservación de la biodiversidad y la regeneración natural de los ecosistemas precautelando para el futuro; así mismo en su numeral 3 del mismo artículo enunciado, el Estado garantiza la participación de las comunidades en la planificación, ejecución y control de las actividades que generen impacto ambientales y afecten a la naturaleza por ende al turismo, teniendo como supremacía en caso de duda legal, aplicar lo más favorable a la protección de la naturaleza y por ende del turismo. (Constitución de la Republica de Ecuador, 2008)

El Art. 404 de la Constitución de la Republica de Ecuador, precautela en todo sentido a la naturaleza y por ende la aplicación turística del ecosistema, gestionando con sujeción a los principios y garantías consagrados en el mencionado cuerpo legal; tratando una vez amparar legalmente a la parte más vulnerable de cualquier territorio y con ella al turismo por encontrarse inmerso en su conservación, siendo dependiente de su existencia el turismo responsable juega papel trascendental en su correcto manejo equilibrado y apegado a la ley y la moral. (Constitución de la Republica de Ecuador, 2008)

Más aun en el Art 406 de la Carta Magna ampara celosamente la conservación, manejo y uso sustentable, recuperación, y limitaciones de dominio de los ecosistemas frágiles y amenazados; entre otros, los páramos húmedos, bosques nublados, bosques tropicales secos y húmedos y manglares, ecosistemas marinos y marinos-costeros. Abrazando de manera responsable, al menos legalmente, protege en todo ámbito a los lugares turísticos; pues todos los mencionados anteriormente forman parte de una u otra manera al paquete turístico de muchas agencias (Constitución de la Republica de Ecuador, 2008).

En la sección cuarta de la Constitución de la Republica de Ecuador destinada con su único artículo 408, expresa completo dominio de parte del Estado a todo cuanto se encuentra en ella, ya sea por encima de su superficie o por debajo de la misma, en el territorio o incluso en la misma forma en sus dominios marítimos, debiendo ser explotados únicamente y cumpliendo los principios ambientales establecidos en la constitución. (Constitución de la Republica de Ecuador, 2008)

La Constitución de la Republica de Ecuador, en sus artículos correspondientes a la naturaleza y todo lo que en ella se encuentra de manera inmersa ya sea por su misma existencia o porque conllevan su actividad desarrollándola sobre su ecosistema; tienen como objetivo principal proteger, controlar y conservar desde la biodiversidad hasta sus mismas raíces naturales para el uso y disfrute actual y a futuro, por ello a través de las normas, reglas y leyes que en muchos de los casos requieren del espíritu coercitivo obligan a cumplir con su principal objetivo. (Constitución de la Republica de Ecuador, 2008)

### **8.1.2. Reglamento Ley de Turismo**

Por Decreto Ejecutivo 1 186 y Registro Oficial 244 de 05-enero-2004, se encuentra en vigencia el cuerpo legal enunciado, mismo que fue modificado por última vez en el 2005, año desde el que a través del Ministerio de Turismo controla de manera general y total dentro del

territorio ecuatoriano, las actividades inmersas en el turismo; siendo las operadoras de servicios turísticos las principales llamadas a cumplir y hacer cumplir a sus participantes, tanto empleados como turistas a costo de sanciones administrativas, civiles y hasta penales por su incumplimiento (Ley de Turismo, 2014).

Es necesario acotar que las leyes recopiladas en el cuerpo legal correspondiente al control turístico, tienen por objeto rigor controlar la aplicación de las mismas y en caso de ser necesario modificarlas y reestructurarlas; así como, de los cargos y funcionarios que se encuentran encargados de ejecutar tanto las acciones administrativas, como las acciones penales; así mismo las leyes de este cuerpo legal tienen estrecha relación con la actividad turística en las Islas Galápagos, en donde en Régimen del Consejo de Gobierno y las Leyes Especiales controlan (Ley de Turismo, 2014) .

En el Reglamento de la Ley del Turismo, en los artículos 2,3,4,,42 y 43 especifican, que los turistas deben regirse a las políticas y condiciones que establezcan cada entidad turística; las actividades turísticas se encamina a ofrecer a los turistas extranjeros y nacionales la posibilidad de ocupar su tiempo libre, ocio y/o vacaciones, esté tipo de actividades genera empleo conjuntamente con la ayuda de La participación de la entidad provincial y cantonal , tomando en cuenta la satisfacción de los turistas. En este tipo de actividades podrán participará los habitantes de los atractivos ya que ellos tienen un amplio conocimiento sobre el medio ambiente y la conservación de este. (Ley de Turismo, 2014)

## **8.2.Bases Teóricas de la Investigación**

### **8.2.1. Turismo**

Según Quesada (2007) es la tendencia que engloba a las personas donde abandona de forma temporal su lugar de residencia por diversos motivos sean espirituales, deportivos, salud o profesión, entre otros. Se entiende por turismo aquel factor social, económico que trata sobre el deseo de satisfacer necesidades de los turistas, deseos de experimentar situaciones de vida, cultural, social, fuera de su entorno habitual, por un periodo de tiempo, haciendo uso las facilidades turísticas (Guerrero, 2014).

El turismo desde una perspectiva socio económica consiste en una actividad humana con fines recreativos, debido al traslado que realiza una persona por múltiples motivos sea en su forma voluntaria o temporal, con el fin de satisfacer sus necesidades. Actividad ligada a la recreación que consiste en visitar un determinado espacio geográfico siempre y cuando sea

diferente a su entorno habitual, el mismo que ayuda al desempeño de diversas actividades e interacción con el espacio.

#### ***8.2.1.1. Aportaciones del turismo***

El turismo puede desempeñar estrategias nacionales de desarrollo, como el crecimiento, el desarrollo inclusivo y su cabida para promover y mejorar las capacidades productivas en el cambio estructural de este sector productivo. El carácter transversal del turismo facilita la ampliación de los debates a cuestiones conexas, como el fortalecimiento de los vínculos intersectoriales, el desarrollo empresarial, la atracción de inversiones, los problemas medioambientales, las políticas de recursos humanos, las limitaciones de las infraestructuras y otras cuestiones de importancia crítica para el sector turístico de diferentes países (Wong & Rowais, 2011).

De esta manera, el turismo estimula la economía local en los países de destino a través de los vínculos de la cadena de valor con otros sectores económicos, incluida la agricultura. También fomenta el espíritu empresarial y el crecimiento de las PYME locales, y permite una mayor diversificación de la economía local, al tiempo que genera ingresos relacionados con la exportación. Los bienes y servicios derivados de este sector de actividad crean nuevos puestos de trabajo, sobre todo para los jóvenes y las mujeres, contribuyendo a la reducción de la pobreza y, en las zonas rurales pobres y remotas, el turismo puede ayudar a generar ingresos para la población de estas zonas, reduciendo al mismo tiempo los flujos migratorios hacia las ciudades (Parra, Cisneros, & Velasteguí, 2019).

En algunos países, los ingresos del turismo se han utilizado para crear fondos destinados a financiar programas de conservación de la biodiversidad y de protección de los recursos naturales que generan el turismo. Por último, el turismo puede contribuir a la imagen exterior positiva de un país, porque es principalmente una actividad de transformación económica.

#### ***8.2.1.2. Turismo mundial***

Desde principios de los años 70, el turismo mundial ha experimentado una fuerte expansión que, según las previsiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), debería seguir acelerándose en los próximos veinte años. El número de llegadas de turistas internacionales en el mundo ha pasado de 165 millones a 700 millones en la actualidad y superó los 1.600 millones

en 2020. Este crecimiento del turismo mundial es aún mayor en términos de ingresos, con 17.000 millones de dólares y una previsión de 1.555.000 millones de dólares en ingresos por turismo internacional en 2020 (Célimène & Vellas, 2013).

Durante varias décadas, el turismo mundial ha experimentado un crecimiento dinámico y una expansión sostenida. Los viajes transfronterizos con fines recreativos, de ocio o de negocios se han convertido en una de las actividades económicas más dinámicas del mundo. El número de llegadas de turistas internacionales se ha multiplicado casi por cuarenta en el periodo comprendido entre 1950 (25 millones) y 2010 (940 millones). A pesar de un contexto de graves crisis económicas y financieras y de catástrofes naturales, las llegadas de turistas internacionales siguieron creciendo a un ritmo medio anual del 3,4%. El crecimiento, especialmente dinámico en los países en desarrollo y emergentes, les permitió aumentar la cuota de llegadas de turistas internacionales del 31% al 47% en los últimos años (Fernández & Garía, 2021).

### ***8.2.1.3. Tendencias del turismo***

Las industrias se ven continuamente perturbadas por nuevas tendencias e innovaciones, y el sector turístico no es una excepción. Seguir el ritmo de estas nuevas tendencias turísticas puede ayudar a las empresas a seguir siendo competitivas y a satisfacer las necesidades de los clientes. Sin embargo, con el COVID como telón de fondo, algunas de estas necesidades han evolucionado, las prioridades han cambiado y han surgido requisitos totalmente nuevos (Mandou, 2002).

A pesar de la falta de visibilidad a corto y medio plazo, los profesionales del turismo deben seguir adaptándose y preparando sus ofertas, sobre todo a medida que va cambiando los gustos y preferencias de los turistas, así como las aspiraciones de los clientes, tendencias futuras de las reservas, consejos prácticos, entre otros aspectos.

Para ello, muchos países están dotados de recursos a menudo únicos de carácter histórico, natural o cultural que pueden convertirse en destinos turísticos, el turismo es, por tanto, una actividad universal con un importante impacto local, que cada día va innovando. Sin embargo, los conceptos y productos que antes eran populares están pasando de moda y son sustituidos por elementos más modernos que acaban por captar más mercado. Los nuevos destinos, las nuevas tecnologías y los nuevos medios de transporte han provocado grandes cambios en el sector. La adopción temprana de las nuevas tendencias es vital.

De esta manera, una tendencia puede definirse como un cambio general en la situación o el comportamiento o una dirección general en la que se producen las cosas. En el turismo, una serie de desarrollos diferentes han provocado cambios en el comportamiento de los consumidores y en los procesos empresariales, lo que significa que son responsables de la aparición de nuevas tendencias turísticas (Oviedo & Olivo, 2021).

### **8.2.2. Formas de turismo**

El turismo incluye las actividades de los visitantes que se desplazan a un destino principal fuera de su entorno frecuente, durante un espacio de tiempo inferior a un año, por cualquier motivo principal, ya sea de negocios, recreación o cualquier otro motivo personal, excepto el empleo en una entidad residente en el lugar visitado (Huertas, Pilco, & Suárez, 2020).

Por ello, el turismo tiene tres formas con la cual se pueden distinguir según el origen y el destino de los visitantes:

- **El turismo interno** comprende las actividades de un visitante residente dentro de las fronteras del país de referencia.
- **El turismo receptor** comprende las actividades de un visitante no residente dentro de las fronteras del país de referencia, como parte de un viaje de turismo receptor.
- **El turismo emisor** incluye las actividades de un visitante residente fuera del país de referencia.

Entre las agrupaciones derivadas se tiene que:

- El turismo interno incluye el turismo nacional más el turismo emisor,
- El turismo interno incluye el turismo nacional más el turismo receptor,
- El turismo mundial integra las dos modalidades del turismo (receptor y emisor).

### **8.2.3. Tipología del turismo**

#### ***8.2.3.1. Turismo Tradicional***

El turismo tradicional se ha desarrollado debido al crecimiento de la clase media, al aumento de las vacaciones pagadas y a la accesibilidad del transporte y el alojamiento. Con el paso del tiempo, algunos destinos se han vuelto considerablemente más populares, lo que les

ha dado el estatus de centros turísticos. Uno de los principales criterios del turismo de masas es, por tanto, la afluencia de viajeros en número desmesurado a un mismo lugar (Ibáñez & Rodríguez, 2012).

De hecho, la masificación de estos centros turísticos conlleva muchos inconvenientes, tanto para los visitantes como para los visitados. Entre ellas se encuentran la congestión de las carreteras, los servicios y las atracciones turísticas, la falta de alojamiento que lleva a la conversión de viviendas en alojamientos turísticos, lo que obliga a los residentes a trasladarse fuera de las ciudades populares, el aumento general del coste de la vida, y la presión ejercida sobre las infraestructuras y la naturaleza circundante.

### ***8.2.3.2. Turismo alternativo***

El turismo alternativo engloba formas de turismo opuestas al turismo de masas. Se presta especial atención a las consideraciones económicas, sociales, culturales y medioambientales. El turismo alternativo suele tener un impacto neutro o positivo en los destinos visitados. Aunque no hay normas que definan el turismo alternativo, hay varias variantes posibles de turismo beneficioso (Ibáñez & Rodríguez, 2012).

Por otro lado, el turismo conlleva un gran número de tipologías como:

### ***8.2.3.3. Ecoturismo***

A nivel mundial el ecoturismo es considerado como una actividad que conlleva a la integración de las personas en general, claro está que un grupo presta sus servicios, mientras que el otro los busca, de esta manera el ecoturismo es una actividad en donde se intercambian servicios de calidad entre los grupos mencionados, integrando a las comunidades y permitiendo su actividad tanto económica, que es la principal generadora de recursos; así como, el intercambio de cultura y promoción de los centros turísticos, por medio de los mismos turistas bien atendidos (Romero, 2016).

Así mismo el ecoturismo por ser de prioridad y practicado por las personas de la comunidad, debe proteger y preservar las atracciones naturales y el ecosistema en general, contribuyendo a la evolución permanente del turismo comunitario, siendo este el encargado de crear gratas experiencias en los visitantes para elevar los conocimientos en cada viaje logrando en los turistas el deseo de volver a visitar y promover su experiencia a tantos grupos exteriores sea posible (Antón, 2005).

Estas están destinadas a proporcionar un descanso en el turista, sin embargo, deben tener como prioridad la conservación del ecosistema; así mismo deben incentivar al turismo sostenible, turismo alternativo esto contribuye al desarrollo de las comunidades, permitiendo a sus integrantes crear y desarrollar actividades propias del lugar, debiendo por planificación utilizar adecuadamente del tiempo vacacional o de ocio en actividades turísticas y sobre todo que aporten a la preservación.

#### ***8.2.3.4. Turismo de aventura***

La mayor parte de las personas jóvenes buscan en sus viajes de turismo, la aventura; por tal ello no podría faltar en el turismo la aventura, misma que protegiendo al turista, trata de llevarlo al máximo de las aventuras naturales en agua, tierra y aire, retándolo a cumplir las más audaces y divertidas travesías que libradas sobre la diversidad geográfica de la zona, cada vez pueden convertirse en desafíos más increíbles y peligrosos que solo la misma naturaleza pondrá límites con el alto riesgo y peligrosidad que limitaran la audacia de algunos de los turistas (Loya, 2014).

Según la OMT (2002) turismo de aventura en la actualidad tiene un segmento de mercado que va creciendo día a día, dado que ofrece una gran variedad de alternativas de entretenimiento diferentes que atraen a los turistas; debiendo buscar nuevas formas de aventura que cumplan ejes transversales entre el relax de aventura; y, los cuidados para la conservación del ecosistema; mientras que son apoyo económico para las comunidades, según la Secretaría de Turismo.

#### ***8.2.3.5. Turismo sostenible***

Pese a que el turismo sostenible se mantiene mientras las actividades turísticas propias gozan de un receso, ya sea para reconstrucción de sus instalaciones o para la misma conservación de la biodiversidad; deben tener proyección cimentada en la conservación de actividades que mantengan no solo la economía del sector, sino la misma atracción del lugar en los turistas, causando sino es el mismo impacto emocional, si, la misma atracción y emoción de regresar al lugar en donde la atención y la promoción sustituya la falencia temporal. (Sociedad Internacional de Ecoturismo, 2022)

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

El turismo de sol y playa está caracterizado por la realización de actividades de ocio en el

mar o en la playa, siendo los escenarios únicos de esta tipología de turismo. Por ello, es la imagen marítima donde se pueden realizar actividades como nadar, tomar el sol y bucear por las orillas del mar (García & Albuquerque, 2003).

#### ***8.2.3.7. Turismo cultural***

El turismo cultural suele adoptar la forma de un viaje de inmersión, en el que el turista descubre durante su estancia el modo de vida de los habitantes de otras regiones del planeta. Los viajes culturales le permiten descubrir: la gastronomía de su destino de viaje, los festivales y eventos culturales que allí se organizan (García & Albuquerque, 2003).

#### ***8.2.3.8. Turismo ritual***

El turismo ritual para Albert (2020) puede mercantilizar las culturas locales cuando los rituales religiosos, los ritos étnicos tradicionales y las fiestas se reducen y modifican para ajustarse a las expectativas de los turistas, lo que se denomina "etnicidad reconstruida". Una vez que un destino se vende como producto turístico y la demanda de souvenirs, arte, entretenimiento y otros productos comienza a ejercer su influencia, pueden producirse cambios fundamentales en los valores humanos. Los lugares y objetos sagrados pueden no ser respetados cuando son vistos como mercancías con las que se puede comerciar.

#### ***8.2.3.9. Agroturismo***

El agroturismo (a veces agroturismo) es la práctica de al menos una actividad turística o de ocio en una granja. De esta manera, el agroturismo es una forma de turismo que conecta a los turistas con la agricultura. No sólo es una gran oportunidad para que las explotaciones agrícolas amplíen su alcance y sus ingresos, sino que también permite la comercialización directa a los clientes y al público en general (Ledhesma, 2018).

#### ***8.2.3.10. Turismo de naturaleza***

De acuerdo con Ledhesma (2018) es una forma de turismo en la cual, la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza en su forma natural. Pero no hay que confundirse con las actividades al aire libre y deportivo en la naturaleza, ya que estas son otros términos. Por ello, el turismo de naturaleza se refiere simplemente a los viajes a lugares pintorescos, principalmente para disfrutar de la belleza de la naturaleza. Así, el turismo de naturaleza radica en la intención del ecoturismo de conservar la naturaleza.

#### **8.2.3.11. Turismo gastronómico**

El turismo gastronómico consiste en descubrir la cocina local de una región o país, junto con su cultura, historia y saber hacer, por ello, la gastronomía desempeña un papel esencial en el turismo. Sin embargo, sea cual sea el país que visite, no cabe duda de que la cocina local tendrá sus credenciales. Porque, un cambio de escenario también se consigue a través de los sabores que pueden crear grandes recuerdos de las vacaciones (Mercado, 2021).

#### **8.2.3.12. Turismo Religioso**

El turismo religioso se basa esencialmente en la idea de que las personas viajen a un lugar dedicado a la devoción, al recuerdo, a la aparición de una presencia o a un lugar sagrado o importante para una tradición religiosa. Tradicionalmente reservado a los devotos de la iglesia con un enfoque religioso riguroso, este nicho de mercado llega ahora a personas ávidas de nuevas experiencias y motivadas por aspiraciones diferentes (Mercado, 2021).

#### **8.2.3.13. Turismo científico**

El turismo científico tiene como objetivo promover la investigación científica en el contexto de los viajes de turismo y aprendizaje. Este turismo pretende aumentar la oferta turística regional proponiendo productos especializados, que se fundamenta en viajes educativos organizados, estructurados y desarrollados en torno a un determinado tema (Pancorbo, Castillo, & Vega, 2019).

#### **8.2.3.14. Turismo de negocios**

El turismo de negocios incluye tanto el turismo como la vida profesional. A primera vista, estos dos términos son antinómicos, ya que, si las personas están de turismo, están de vacaciones y, por tanto, lejos de tu empresa. Sin embargo, también es posible viajar por motivos de trabajo. Por otro lado, el turismo de negocios es un término genérico que describe todos los viajes con fines empresariales. Combina los componentes clásicos del turismo (transporte, alojamiento, restauración) con una actividad económica para la empresa. Estos viajes pueden ser individuales o en grupo, y sus objetivos y los actores implicados varían según el tipo de viaje (Pancorbo, Castillo, & Vega, 2019).

#### **8.2.3.15. Turismo comunitario**

Para Mercado (2021) el turismo comunitario permite a la población local convertirse en guías turísticos y prestar servicios a los visitantes. También ofrece a las comunidades la oportunidad de desempeñar un papel en la producción e intercambio de bienes y servicios en una zona determinada. Además, el turismo comunitario es aquel en el que los residentes locales que a menudo son rurales, invitan a los turistas a visitar sus comunidades ofreciéndoles actividades y/o alojamiento.

#### **8.2.4. Sistema turístico**

A partir de Molina (1991) los elementos que comprenden el sistema son atractivos turísticos tanto naturales como culturales, los mismos que son considerados puntos de interés, seguido de la superestructura que son entidades públicas o privadas vinculadas al sector turístico. La infraestructura como aquel equipamiento del sistema, a su vez los servicios y facilidades turísticas. La demanda encierra aquellos bienes y servicios ofertados por la comunidad receptora.

#### **8.2.5. Planta turística**

Por estar conformada por un conjunto de servicios básicos y acciones público-privadas, así mismo se encuentran estrictamente controladas y calificadas por estándares tanto nacionales como internacionales, mismos que tratan de garantizar la calidad de los servicios que se ofertan en los diferentes centros y lugares turísticos del territorio ecuatoriano; para el efecto se crean paquetes turísticos que están al alcance de las personas tanto nacionales como extranjeras, siendo estas últimas quienes forman la mayor parte de la actividad turística de nuestro país. (Centomo, 2009)

##### **8.2.5.1. Servicios turísticos**

El servicio turístico es, un servicio de viaje, que también puede venderse por sí solo con el mismo régimen formal (información previa con un formulario estándar específico, contrato) y de responsabilidad que el viaje combinado. De esta manera, los servicios turísticos, es el acceso a instalaciones en el lugar, como piscinas, saunas, spas o gimnasios para los huéspedes del hotel, así como la pernoctación ofrecida como parte del transporte de pasajeros por carretera, ferrocarril, barco o avión cuando el servicio de transporte es claramente predominante (Urreta, 2019).

#### **8.2.5.2. Actividades turísticas**

De acuerdo a la Ley de Turismo, los artículos , 2, 3, 40, 4,48 y 67 están relacionados ya que estos se encaminan en dar un buen servicio a los turistas ya que los turistas en un futuro después de esta pandemia ellos tendrán una nueva perspectiva de ver los alojamientos, transporte, alimentación; las características de los turistas a futuro serán más exigentes ya que ellos al momento de que van a comprar un paquete turístico tomaran en cuenta las medidas de bioseguridad que tengan después de la pandemia ,siempre tomando en cuenta que deben ofrecer una información verídica sobre los lugares y atractivos que ofrezcan en la entidad. (Ley de Turismo, 2014)

#### **8.2.5.3. Gasto turístico**

El gasto turístico es la parte del consumo del turismo interno adquirida contra el pago realizado por los propios visitantes o por otros agentes que actúan en su nombre. Es igual al consumo turístico interno, excluyendo los alquileres imputados de los propietarios de segundas residencias. Asimismo, el gasto turístico puede definirse como el gasto total de los turistas en bienes y servicios de producción nacional. Esto incluye todo el gasto de los visitantes de un día y de los que pernoctan, ya sean nacionales, internacionales, residentes o no residentes (Ramírez & Flores, 2021).

#### **8.2.5.4. Demanda turística**

En turismo, la demanda puede definirse de forma relativamente sencilla, siendo la suma de los bienes y servicios consumidos por los turistas nacionales e internacionales en un momento determinado. Cualitativamente, la demanda turística se calcula en forma de llegadas de turistas, billetes de avión comprados, habitaciones alquiladas, comidas vendidas, etc.; estos consumos se registran según períodos fijos (día, semana, mes, año) (Vallejo, Lindoso, & Vitar, 2020).

La demanda posee diferentes determinantes, estos pueden ser sociológicos: el género, la edad, la educación, la profesión y la clase social pueden determinar las elecciones de los turistas. Ciertas necesidades psicológicas también influyen en los gustos de los turistas: deseo de realización personal, libertad, reconocimiento social. Las motivaciones culturales o incluso políticas pueden explicar, total o parcialmente, la evolución de la demanda turística, Asimismo, otro determinante puede ser los determinantes socioeconómicos, motivacionales, nivel de gasto, entre otros aspectos (Fernández & Garía, 2021).

Así, la demanda turística se define simplemente como el conjunto de comportamientos, formas de hacer las cosas, normas y valores que guían consciente o inconscientemente a los turistas y visitantes a consumir los servicios proporcionados por la industria turística.

#### **8.2.6. Tipología de la demanda turística**

La demanda turística puede desglosarse en tres componentes: demanda interna, demanda interprovincial y demanda internacional. La demanda interna incluye el gasto en la actividad turística de una provincia o territorio por parte de los residentes de la misma.

La demanda interprovincial, que también puede denominarse exportaciones interprovinciales, incluye el gasto turístico en una provincia o territorio por parte de los residentes de otra provincia o territorio. La demanda internacional, también denominada exportaciones internacionales, es el gasto de los no residentes en un país en turismo (Fernández & Garía, 2021).

#### **8.2.7. Turista**

En efecto, ser turista va más allá del simple hecho de proceder de una zona geográfica o administrativa de origen diferente de aquella en la que uno se encuentra actualmente. También hay que tener en cuenta la dimensión temporal de la estancia. También hay que tener en cuenta las motivaciones y actividades que se realizan en esta zona geográfica de residencia temporal (Wong & Rowais, 2011).

### 8.2.7.1. Tipo de turista

#### Figura 1

##### Tipo de turistas

##### Turista Gourmet

- Tipo de turista que demuestra su clase e inquietud por satisfacer su placer y el buen vino, es decir, tiene gran interés por la gastronomía.

##### Turista cultural

- Aquella persona que le interesa conocer lugares culturales, es decir la infraestructura, tradiciones de un pueblo o fiestas.

##### Turista trabajador

- Persona que encuentra en un atractivo un lugar para trabajar.

##### Comprador

- Es un tipo de persona que adquiere o compra objetos de un determinado lugar sin medir su economía (comprador compulsivo).

##### Aventurero

- Viajero que no planifica sus viajes y no hay un destino meta a donde llegar.

*Nota:* La figura muestra la tipología del turista. Tomado de: (Ledhesma, 2018)

### 8.2.8. Grupo etario

El grupo etario, viene identificado al número de personas de un grupo de edad determinado que trabajan, vive o se encuentra residiendo en un lugar o territorio específico, quienes son expresados como porcentaje del número total de personas de ese grupo de edad. Los grupos de edad pueden variar de acuerdo a la investigación que se esté realizando, como ejemplo se tiene la siguiente: 15-24, 25-64 y 65+ (Saavedra & Villalta, 2018)

### 8.2.9. Perfil del turista

El perfil del turista o visitante de un lugar o atractivo turístico representa las características y particularidades que este tenga, es decir, su edad, nacionalidad, residencia, entre otros, los cuales integran los determinantes sociodemográficos. En el perfil del turista se pueden incluir, además, sus ingresos, nivel económico, gastos, etc., que se incluyen en los determinantes socioeconómicos. A parte de estos dos, existen muchos determinantes que miden o caracterizan a la demanda turística o al turista (Wong & Rowais, 2011).

## 9. Validación de las preguntas científicas o hipótesis.

¿Cuál es el perfil de los turistas que visitan la provincia de Chimborazo en tiempos de Pandemia por el Covid-19?

El perfil del turista de la provincia de Chimborazo incide en las visitas en tiempos de pandemia.

## **10. Metodología de la investigación**

La metodología que fue aplicada para el estudio en la provincia de Chimborazo, y aplicado en el proyecto de investigación fue de carácter descriptivo con un enfoque cuantitativo que se caracteriza por la recolección de datos sin medición numérica, con el propósito de descubrir o afinar preguntas de la indagación, de forma general busca estudiar cualidades del objeto de estudio.

Asimismo, fue cuantitativo ya que se trató del estudio de los fenómenos cuantitativos bajo cifras numéricas, la recolección de datos arroja resultados perteneciente al campo estadístico, en la indagación son mediciones numéricas para la comprobación de hipótesis; y fue a su vez de alcance descriptivo que buscó especificar las propuestas, las características y los perfiles importantes de los grupos de turistas que se sometieron a un análisis, siendo todas aquellas que se orientan a recolectar información, relacionadas con el estado real de las personas, objetos situaciones.

Tal cual como se representa en el momento de su recolección se describió lo que se mide sin realizar inferencias, los estudios descriptivos ofrecen la posibilidad de hacer predicciones también soporta técnicas, encuestas, la observación y revisión documental, donde cada uno de ellos han sido determinados de acuerdo con cada una de las necesidades que se propuso en cada uno de los objetivos y actividades, a fin de obtener resultados deseados.

El área de estudio fue los diversos atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo, en los cuales se aplicaron el instrumento de la encuesta a fin de obtener datos para describir el perfil del turista a través de la estadística descriptiva, para conocimiento de los gustos, preferencias, tendencias y gastos de los turistas que acuden al lugar de intervención.

### **10.1. Enfoque de investigación**

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el enfoque cuantitativo que ha permitido llegar a obtener información basada en la descripción de estudios e investigaciones previas,

logrando entender de mejor manera los términos asociados al perfil del turista relacionado con un escenario COVID-19. Además, se ha usado el enfoque cuantitativo, que ayudó a establecer de manera correcta el perfil del turista, debido a que, a través de la técnica de investigación que integra este enfoque (encuesta) se ha recolectado información de los visitantes a la provincia de Chimborazo, obteniendo datos que fueron procesados y analizados.

## **10.2. Tipo de investigación**

Asimismo, el tipo de investigación que se ha tomado en cuenta fue la descriptiva, por el cual, se ha obtenido información a través de fuentes primarias y secundarias, mismas que integran este tipo de investigación, adquiriendo todas las referencias que estuvieron relacionadas al turismo, perfil del turista y sobre el Covid-19, ya que el estudio ha demostrado si el visitante ha cambiado sus preferencias durante la pandemia. Por otro lado, se ha hecho uso de la modalidad de campo, misma que se centró en la compilación de información en el área de estudio es decir de forma in situ, con ello, se ha evidenciado con claridad las respuestas y preferencias de los turistas en la provincia de Chimborazo.

Igualmente, el trabajo tuvo un alcance descriptivo, que ha buscado caracterizar y relatar las particularidades que cada participante de la investigación tuvo al momento de la aplicación de la encuesta, con ello, se ha podido analizar la situación en la que se encuentra el perfil del turista y diseñar la guía descriptiva.

## **10.3 Protocolo de investigación**

### **Población y muestra**

De acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT (2019) el número de turistas que ingresaron a la provincia en el año 2019 fue 8.818 turistas, distribuidos de la siguiente manera.

**Tabla 3**

*Número de turistas que ingresaron a la provincia de Chimborazo*

<b>Número de turistas que ingresaron a la provincia de Chimborazo (2019)</b>	
Guano	2397
Alausí	2936
Colta	1732
Riobamba	1753
<b>Total, de turistas</b>	<b>8818</b>

*Nota:* La tabla muestra el número de personas que han ingresado a la provincia de Chimborazo, mismos que constan de cuatro cantones. Tomado de: PDOT (2019)

Por medio de la población finita se aplica la siguiente fórmula, para la muestra.

### **Cálculo**

$N$ : Población = 8818

$z = 1.96$

$s = 0.5$

$e = 0.05$

$$n = \frac{N * z^2 * s^2}{e^2(N - 1) + z^2 * s^2}$$

$$n = \frac{8818 * 1.96^2 * 0.5^2}{0.05^2(8818 - 1) + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$n = \frac{8468,8072}{23,0029}$$

$n = 368$  turistas

### **10.4. Instrumentos de la recolección de datos**

Para la recolección de información, se ha obtenido el instrumento de investigación proporcionado por el tutor académico, mismo que contiene 24 preguntas estructuradas. De esta manera, a través del cuestionario fue pertinente recurrir vía terrestre a los atractivos más representativos de la provincia de Chimborazo, donde se evidenció un flujo de turistas con alta demanda en la Ciudad de Riobamba, Iglesia La Balbanera, Laguna de Colta, Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, Mirador de San Pedro, Estación del Tren Nariz del

Diablo, Feria de Guamote y el Nevado el Altar. Para lo cual, las salidas fueron programadas mediante la planificación elaborada.

La encuesta fue aplicada a la demanda turística, es decir a los turistas que visitan la provincia de Chimborazo, mismos que ayudaron a responder los diferentes indicadores planteados. Por ello, el formulario estuvo compuesto de preguntas direccionadas a cuatro variables (sociodemográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferencias) con el propósito de contribuir datos al perfil del turista.

### 10.5 Cuadro de operacionalización de variables

**Tabla 4**

*Perfil de la demanda del turista*

Variable de caracterización	Indicador – instrumento	
Variable demográfica	¿Nacionalidad? ¿Dónde nació? .....	
	¿Residencia? .....	
	¿Edad? .....	
	¿Género? • Masculino • Femenino	
	¿Estado civil? • Soltero • Casado • Viudo • Unión libre	
	¿Situación Laboral? • Estudiante • Empleado público • Jubilado • Empleado Privado • Desempleado • Otros	
	Variable Socioeconómicas	¿Promedio mensual de ingresos? • Sin ingresos • Un salario básico unificado (\$425) • De \$4001 a \$1000 • De \$1001 a \$ 2000 • Más de \$2001
		¿Nivel de estudios? • Educación básica • Bachillerato • Técnico • Tercer nivel • Cuarto nivel
		¿Con quién viaja? • Solo

- 
- Amigos
  - Familia
  - Pareja
  - otros

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

**¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?**

**¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia de Chimborazo?**

- De 0 a 100 USD
- De 101 a 200USD
- De 201 a 300 USD
- De 301 a 400 USD
- Más de 400USD

**¿Qué porcentaje del gasto destinó para?**

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Otros

---

**¿Cuál fue el motivo de su viaje?**

- Relajación
- Salud
- Estudios
- Religión
- Visita a familiares
- Trabajo
- Atractivos turísticos del lugar
- Otros

**¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Chimborazo?**

.....

**¿Qué tiempo estimó para su visita a la Provincia de Chimborazo?**

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

Variable motivación

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

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

**¿Cuántas veces ha visitado la provincia?**

- Es la primera vez
- Es la segunda vez
- Frecuentemente
- Otro (Especifique)

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

- Cada semana
  - Cada mes
  - Cada feriado
-

- 
- Otros
- 

**¿Cuál es su tipo de turismo favorito?**

- Sol y playa
- Balnearios en ríos
- Turismo de naturaleza
- Visita a centros comerciales
- Turismo de aventura
- Turismo Gastronómico
- Turismo cultural
- Otro (Especifique)

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

- Comida tradicional
- Comida gourmet
- Comida rápida
- Otro (Especifique).....

**¿Qué tipo de hospedaje prefiere?**

- Hotel
- Hostal
- Hostería
- Lodge
- Cabañas
- Otro (Especifique).....

Variable preferencias

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

- Caminata
- Pesca
- Natación
- Picnic
- Deportes
- Otro (Especifique)

**¿A través de qué medio de transporte viajó a la Provincia de Chimborazo?**

- Vehículo propio
  - Vehículo de alquiler (taxi)
  - Bus
  - Otro
-

## 11. Análisis y Discusión de Resultados

### 11.1. Descripción Macro: Ecuador

#### Figura 2

*Mapa de ubicación del Ecuador a nivel Continental*



Nota : (Google Site, 2021)

Ecuador está ubicado al noroeste de América Latina, sobre la línea ecuatorial, por lo que su territorio se encuentra en ambos hemisferios, el país se divide en cuatro regiones naturales Costa, Sierra, Amazonía y región insular o Galápagos (INEC, 2009)

Nuestro país es caracterizado del resto de países del mundo, porque tiene una gran biodiversidad en flora y fauna, además, además presenta únicamente dos climas verano e invierno.

Ecuador está dividido en 24 provincias cada una, con sus respectivas capitales donde cada una a su vez si divide por cantones,

- |               |                                    |
|---------------|------------------------------------|
| 1. Azuay      | 13. Los Ríos                       |
| 2. Bolívar    | 14. Manabí                         |
| 3. Cañar      | 15. Morona Santiago                |
| 4. Carchi     | 16. Napo                           |
| 5. Chimborazo | 17. Orellana                       |
| 6. Cotopaxi   | 18. Pastaza                        |
| 7. El Oro     | 19. Pichincha                      |
| 8. Esmeraldas | 20. Santa Elena                    |
| 9. Galápagos  | 21. Santo Domingo de los Tsáchilas |
| 10. Guayas    | 22. Sucumbíos                      |
| 11. Imbabura  | 23. Tungurahua                     |
| 12. Loja      | 24. Zamora Chinchipe               |

#### 11.1.1 Límites

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

#### 11.1.2. División Política

Está conformado por 24 provincias, las provincias tienen una sub división en cantones y estos últimos se dividen en parroquias.

#### 11.1.3. Idioma

El idioma más hablado dentro del país es el español, existe también otros idiomas el quichua, sañiki, entre otras lenguas que son de los pueblos indígenas.

#### 11.1.4. Moneda

Dólar Norte Americano

#### 11.1.5. Población

Aproximadamente 17 268 000 habitantes.

### 11.1.6. Turismo

Actualmente, el turismo en el Ecuador se ha constituido como la cuarta actividad más importante en la generación de divisas después del petróleo crudo, banano y el camarón, pero se ubica en el tercer lugar de ingresos en relación con los principales productos de exportación no petroleros (Banco Central, 2019).

## 11.2. Descripción Meso: Provincia de Chimborazo

### Figura 3

*División política de Chimborazo*



**Fuente:** Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador CONAGOPARE (2022)

La Provincia de Chimborazo es una de las 24 provincias que conforman el Ecuador esta, situada al centro sur del país.

**Tabla 5***Cantones de la provincia de Chimborazo y cabeceras cantonales*

<b>Cantones</b>	<b>Cabecera Cantonal</b>
Alausi	Alausi
Chambo	Chambo
Chunchi	Chunchi
Colta	Villa La Unión Cajabamba
Cumandá	Cumandá
Guamote	Guamote
Guano	Guano
Pallatanga	Pallatanga
Penipe	Penipe
Riobamba	Riobamba

**Fuente:** La Provincia de Chimborazo cuenta con 10 Cantones en territorio

Cada uno de los cantones son de la provincia de Chimborazo son respectivamente administrados por una municipalidad y un consejo cantonal, los cuales son elegidos por la población de cada uno de sus respectivos cantones

El área de estudio fueron los diversos atractivos turísticos que conforman el Catastro de atractivos de Ecuador, que, a la fecha según el Ministerio de Turismo, se han registrado 3549 atractivos tanto de tipo natural como cultural, según su categoría que va de V, IV, III, II, hasta I; donde V es un destino y I un recurso turístico, los costos suelen variar en función a la afluencia de turistas (Ministerio de Turismo, 2017).

### **11.2.1. Límites**

El área de estudio está compuesta por la provincia de Chimborazo, mismo que se ubica en el claustro Sierra Centro. Sus límites son al norte con la provincia de Tungurahua, al sur con la provincia del Cañar, al este con la provincia de Morona Santiago y al oeste con la provincia de Bolívar.

### **11.2.2. Clima**

En la provincia de Chimborazo prevalece el clima de alta montaña, por la presencia de nevados como el Alta y Carihuiarazo, así como el volcán que lleva el mismo nombre.

### **11.2.3. Temperatura**

La provincia tiene una temperatura que oscila entre los 15° a 8°C.

### **11.2.4. Atractivo**

Asimismo, la provincia de Chimborazo al ser el área de estudio, y de acuerdo con el Gobierno Autónomo Provincial de Chimborazo (2022) cuenta con 13 atractivos.

A su vez, se encuentran demográficamente localizados en cada uno de sus cantones, en el caso de Guano la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, seguido de Alausí con el mirador de San Pedro y Nariz del diablo, mientras que en Colta la Iglesia de Balbanera, en Guamote su feria, de igual forma en Penipe, Nevado El Altar, y finalmente en Riobamba Edificaciones Históricas, casco colonial, museos y viajes en tren.

### **11.2.5. Población limite**

Según la proyección para el año 2020, el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010) afirma que la provincia actualmente cuenta una población de aproximadamente 459.000 personas

### 11.3. Micro Descripción

Tabla6

*Descripción general del cantón Alausí*

<b>Cantón Alausi</b>	
<b>Cabecera cantonal</b>	Alausi
<b>Población total</b>	64.059 habitantes
<b>Temperatura</b>	14 a15°C
<b>Precipitación</b>	Anual 1976mm
<b>Humedad</b>	88%
<b>Límites</b>	
<b>Norte:</b>	Nudo de tío Cajas
<b>Sur:</b>	Nudo del Azuay
<b>Este:</b>	Macas y Sevilla de Oro
<b>Parroquia urbana:</b>	Alausi central
<b>Parroquia:</b>	Guasuntos, Huigra, Multitud, Pistishi, Pumallacta, Sevilla, Sibambe y Tixán
<b>Altura:</b>	2340msnm

**Fuente:** Obtenido de INEC. (2010).

**Tabla 7***Datos generales del cantón Guano*

<b>Cantón Guano</b>	
<b>Cabecera cantonal</b>	Guano
<b>Población total</b>	46.249 habitantes
<b>Temperatura</b>	12.6 °C.
<b>Precipitación</b>	500 mm hasta 1000 mm.
<b>Humedad</b>	72% anual
<b>Límites</b>	
<b>Norte:</b> la provincia del Tungurahua, la montaña del Igualata, el río Huahua Yacu y el río Mocha	<b>Este:</b> el río Chambo y el cantón Penipe
<b>Sur:</b> el cantón Riobamba y la quebrada Las Abras.	<b>Oeste:</b> la provincia de Bolívar y el cantón Riobamba
<b>Parroquia urbana:</b> La Matriz y el Rosario	
<b>Parroquia:</b> Guanando, La providencia, San Andrés, San Gerardo, San Isidrio, San José de Chazo, Santa Fe de Galan y Valparaiso	
<b>Altura:</b> 2.280 m.s.n.m	

Fuente: Obtenido de INEC. (2010).

“El Cantón Guano posee privilegio por sus alfombras tejidas por las hábiles manos de los artesanos, muchas de ellas se encuentran en el organismo internacional como la ONU, OEA, el Vaticano, casas, y palacios presidenciales de varios países del mundo por sus diseños y el teñido de los colores” (CASTELO, 2012,pág. 91).

**Tabla 8***Descripción del área de estudio de Colta*

<b>Cantón Colta</b>	
<b>Cabecera cantonal</b>	Colta
<b>Población total</b>	44.971 habitantes
<b>Temperatura</b>	10°C.
<b>Precipitación</b>	500 mm hasta 1000 mm
<b>Humedad</b>	58% anual
<b>Límites</b>	
<b>Norte:</b> Cantón Riobamba	<b>Este:</b> Cantón Riobamba y Guamote
<b>Sur:</b> Cantón Pallatanga y Guamote.	<b>Oeste:</b> Provincia de Bolívar
<b>Parroquia urbana:</b> Villa La Unión, está formada por Cajabamba y Cicalpa	
<b>Parroquia:</b> Cañi, Columbe, Juan de Velasco (Pangor) y Santiago de Quito.	
<b>Altura:</b> 2.750 a 3.400 msnm	

**Fuente:** Obtenido de (INEC, 2010)

**Tabla 9***Descripción general cantón Riobamba*

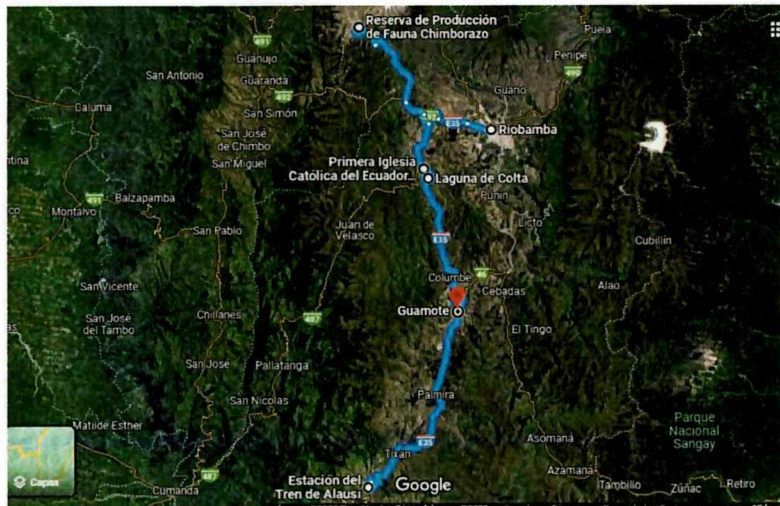
<b>Cantón Riobamba</b>	
<b>Cabecera cantonal</b>	Riobamba
<b>Población total</b>	225.741 habitantes
<b>Temperatura</b>	14°C
<b>Precipitación</b>	1462 mmm
<b>Humedad</b>	76% anual
<b>Límites</b>	
<b>Norte:</b> Cantones Guano y Penipe	<b>Este:</b> Cantón Chambo y Provincia de Morona
<b>Sur:</b> Cantones Colta y Guamote	Santiago
	<b>Oeste:</b> Provincia de Bolívar y Guayas
<b>Parroquia urbana:</b> Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquíes	
<b>Parroquia:</b> San Juan, Licto, Calpi, Quimiag, Cacha, Flores, Punín, Cubijíes, San Luis, Pungalá y Licán	
<b>Altura:</b> 2.754 m.s.n.m.	

**Fuente:** Obtenido de (INEC, 2010)

### 11.3.1. Mapa del área

#### Figura 4

##### *Ruta aplicación de encuestas*



*Nota:* La figura muestra la ruta para la aplicación de las encuestas. Google Maps (2022)

#### **11.3.1.1. Objetivo uno**

Encuestar al turista que visita la provincia de Chimborazo para la obtención de datos estadísticos que permitan la caracterización del perfil del turista.

#### **Actividad uno:**

Por consiguiente, se ha elegido el tipo de muestreo que sea adecuado para la investigación, siendo el probabilístico.

#### **Actividad dos:**

Para lo cual, se ha identificado la fórmula que se va a utilizar para la obtención de la muestra poblacional representativa, por consiguiente, se ha calculado el tamaño y la muestra, es decir el número de participantes a ser encuestados. Pero antes, se ha elaborado las encuestas para aplicar a los turistas, seleccionando los atractivos turísticos de mayor jerarquía y de mayor frecuencia, para ser introducidos en el cuestionario.

**Cálculo**

$N$ : Población = 8818

$z = 1.96$

$s = 0.5$

$e = 0.05$

$$n = \frac{N * z^2 * s^2}{e^2(N - 1) + z^2 * s^2}$$

$$n = \frac{8818 * 1.96^2 * 0.5^2}{0.05^2(8818 - 1) + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$n = \frac{8468,8072}{23,0029}$$

$n = 368$  turistas

**Actividad tres:** cronograma de salidas de campo.

Además, se ha elaborado un cronograma de salidas de campo para la aplicación de la encuesta, que dio como siguiente paso el ingreso de los datos a la hoja de cálculo de Excel. Por consiguiente, se ha aplicado la estadística descriptiva, donde se describió toda la información obtenida.

Para tener una referencia de la salida de campo que se ha realizado para la aplicación de encuestas que ha llevado una duración de cuatro semanas, para lo cual, se presenta un cronograma modificado a causa de la movilización nacional (paro):

**Tabla 10***Cronograma de actividades salida de campo*

# de encuestas	Atractivos turísticos seleccionados	Fecha de visita	Hora de visita	Colaboradores
100	Ciudad de Riobamba (Edificaciones Históricas, casco colonial y museos)	Del 03/06/2022 Al 05/06/2022	9:00a.m. 16:00 pm	Turistas Habitantes de la ciudad
53	Iglesia La Balbanera	Del 10/06/2022 Al 11/06/2022	08:00a.m. 14:00 pm.	Turistas
90	Laguna de Colta	Del 11/06/2022 Al 12/06/2022	09:00a.m. 16:00 pm.	Turistas Propietarios de negocios
25	Reserva de Producción Faunística de Chimborazo	Del 08/07/2022 Al 10/07/2022	08:00a.m. 15:00 pm.	Estudiantes Turistas
25	Estación del Tren Nariz del Diablo	Del 15/07/2022 Al 16/07/2022	08:00a.m. 15:00 pm.	Turistas Trabajadores del lugar
25	Mirador de San Pedro	Del 15/07/2022 Al 16/07/2022	09:00a.m. 16:00 pm.	Turistas
20	Feria de Guamote	Del 17/07/2022 Al 17/07/2022	10:00a.m. 14:00 pm	Turistas Trabajadores del lugar
30	Nevado el Altar	Del 22/07/2022 Al 23/07/2022	09:00a.m. 16:00 pm.	Turistas
<b>368</b>	<b>8 atractivos</b>	<b>30 días</b>		

Mediante la tabla expuesta, se puede asegurar que, el atractivo que mayor participación ha tenido para la aplicación de las encuestas es la ciudad de Riobamba a la cual, se la califica como alto. Seguido de La Laguna de Colta que se la ha atribuido el segundo lugar con una participación media. Y como baja se encuentra la feria de Guamote, siendo uno de los cantones donde no se evidencia mucha afluencia de turistas. De esta manera, los tres primeros atractivos quedan de la siguiente forma:

- **Alto:** Ciudad de Riobamba (Edificaciones Históricas, casco colonial y museos)

- **Medio:** Laguna de Colta
- **Bajo:** Feria de Guano

Para tener una referencia de los cantones en donde se ha aplicado las encuestas, se presentan los mapas geográficos de cada uno de ellos, como son:

- Guano la Reserva de Producción Faunística Chimborazo
- Alausí con el mirador de San Pedro y Nariz del Diablo
- Colta la Iglesia de Balbanera
- Guamote su feria
- Penipe, Nevado El Altar
- Riobamba Edificaciones Históricas, casco colonial y museos

El motivo por el cual se ha elegido estos sitios de interés es a causa de la afluencia de turistas que cada uno de ellos presenta. De esta manera, para lograr una rápida y eficaz aplicación de las encuestas, se ha seleccionado estos lugares. A su vez, otro impulso fue tomar en cuenta a los cantones y atractivos cercanos a Riobamba, por disponibilidad de tiempo y economía.

#### **Actividad cuatro:** exposición de resultados

A continuación, se ha plasmado toda la información recopilada a través de la técnica de investigación, esta parte se lo ha desarrollado de manera breve y concisa. Dando a conocer los resultados globales por cada pregunta.

##### ***11.2.1.2 Objetivo dos***

Diseñar una guía descriptiva digital que facilita información del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo a los prestadores de servicios turísticos y autoridades competentes a fin de tomar para la reactivación económica.

**Actividad uno:**

Para el diseño de la guía descriptiva se ha seleccionado un programa de diseño como es adobe creative donde se eligió tipo de letra, colores que tiene la aplicación

**Actividad dos:**

Se describió toda la información de los resultados obtenidos de las cuatro variables de estudio detallando brevemente cada una de ellas

**Actividad tres:**

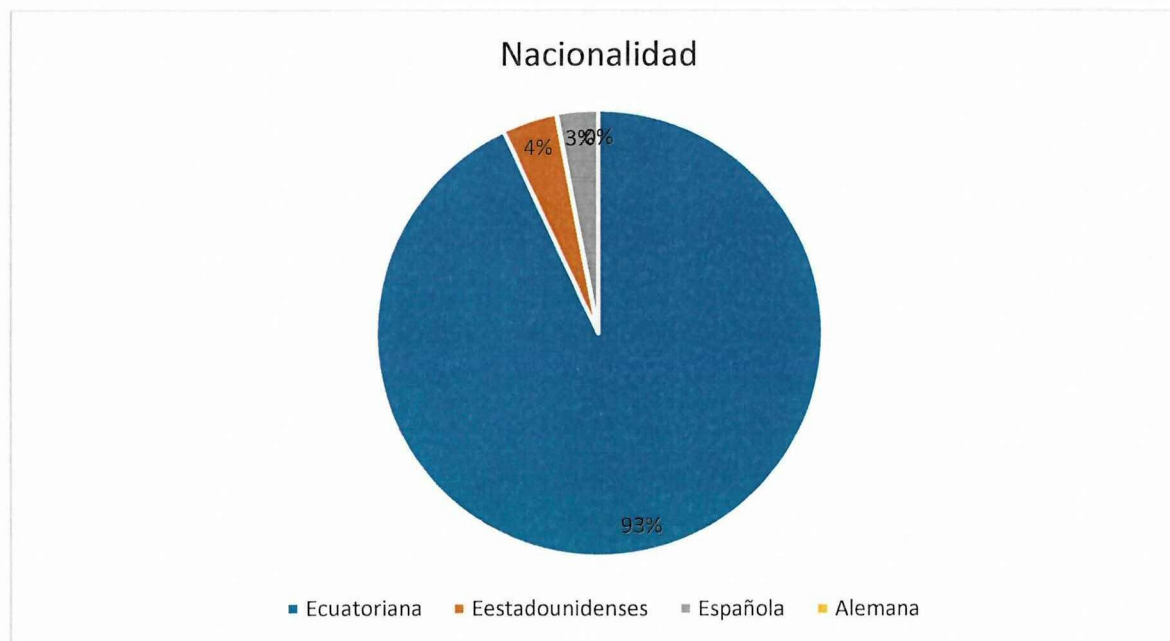
Asimismo se seleccionó tipo de gráficos a utilizar igual imágenes tomadas durante las salidas de campo

## 12. Variables de Estudio

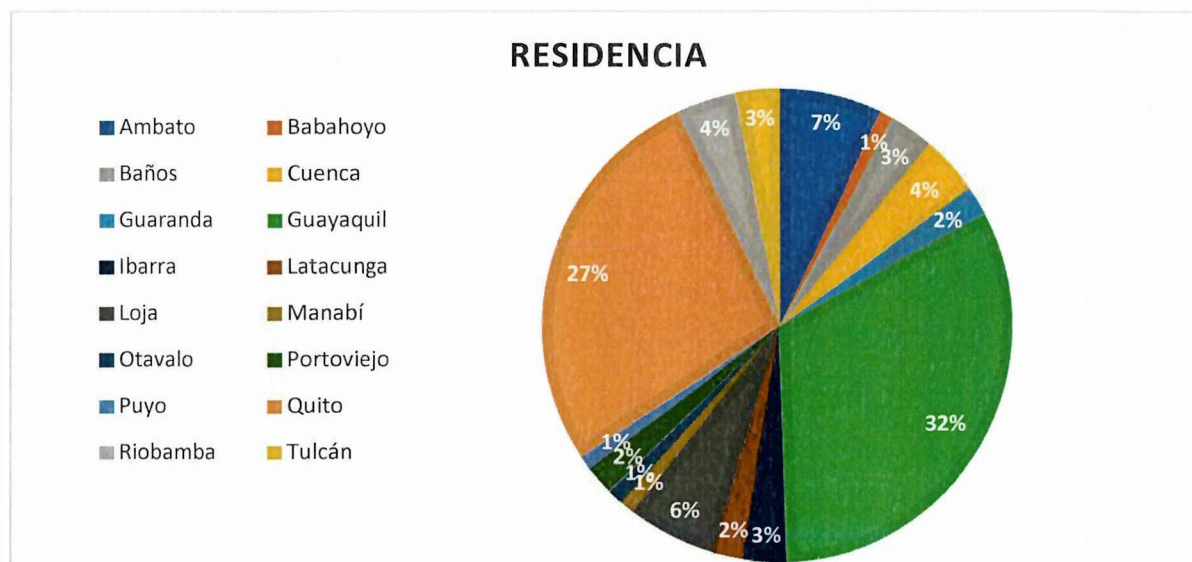
### Variable demográfica

#### Figura 5

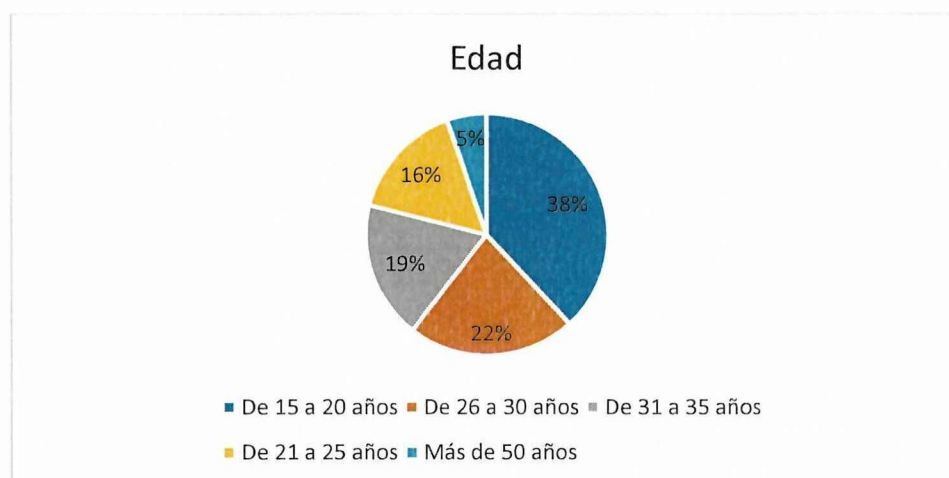
#### Nacionalidad



Se puede observar que el 93% son de nacionalidad ecuatoriana, seguido de los turistas estadounidenses que representan el 4% y finalmente la española con el 3%. Frente a estos resultados se puede afirmar que, en tiempos de pandemia por el Covid-19 la mayoría de los visitantes que han acudido a la provincia Chimborazo han sido ecuatorianos, lo cual, el porcentaje de extranjeros no ha sido evidente por las restricciones o medidas de protección en el país.

**Figura 6***Residencia*

De acuerdo al lugar de residencia el 32% pertenece a la ciudad de Guayaquil, de los cuales han visitado los diferentes atractivos turísticos que tiene la provincia de Chimborazo, por consiguiente, con el 27% se encuentra la ciudad de Quito, seguido de Ambato con el 7%, Loja con el 6% y Cuenca con el 4%. Con los datos expuestos se alude que, los visitantes y turistas que salen de su lugar de residencia lo hacen con el único fin de recrearse y conocer otros lugares distintos a los que poseen en su ciudad.

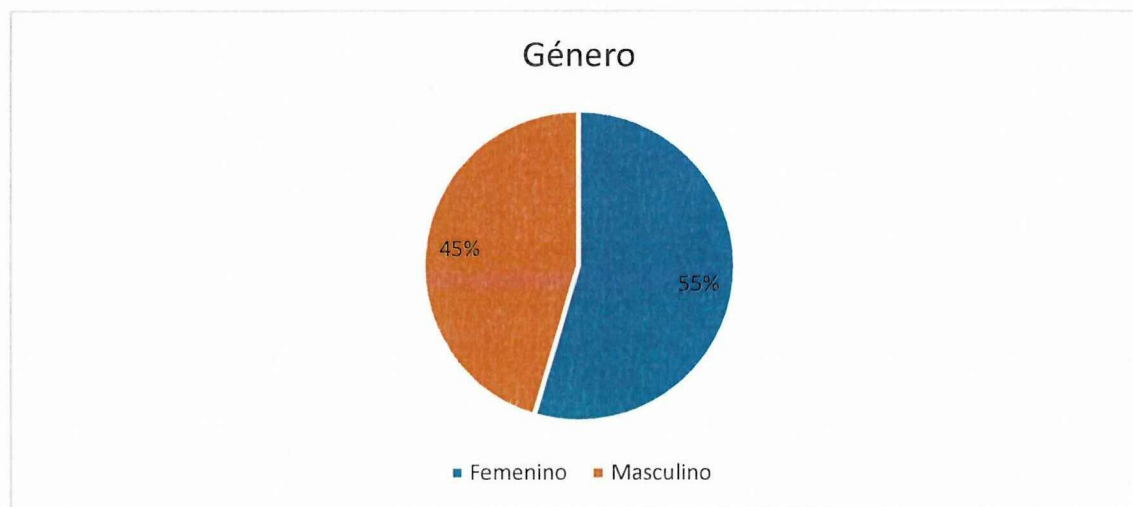
**Figura 7***Edad*

En cuanto a la edad el 29% oscila entre 15 a 20 años, siendo el grupo más representativo en la investigación, lo que quiere decir que los jóvenes son los que más visitan la provincia de Chimborazo y sus atractivos turísticos por recreación y ocio. Además, con el 17% se encuentran

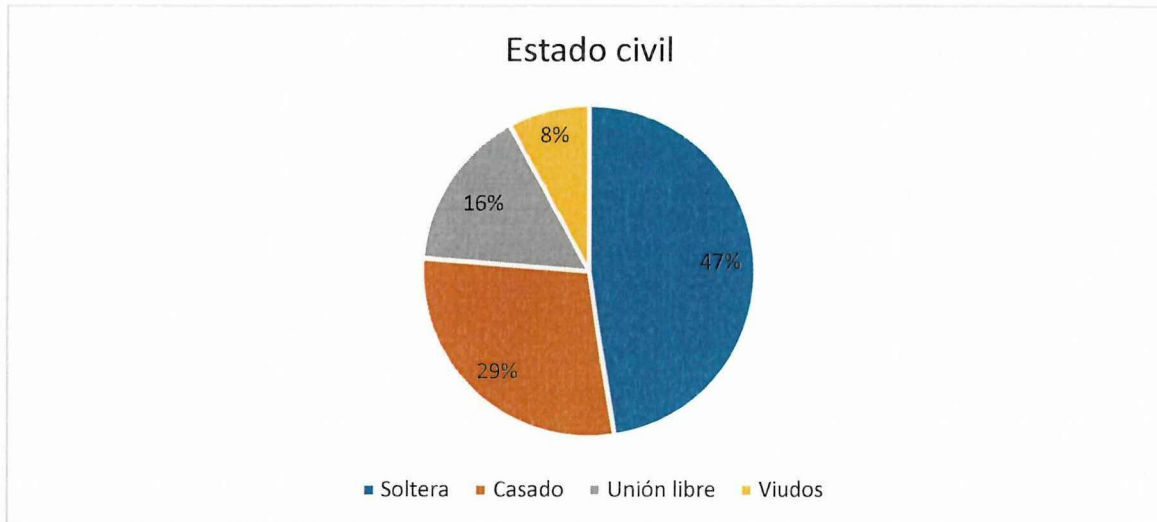
aquellos que oscilan en la edad de 26 a 30 años; con el 14% de 31 a 35 años y con el 12 % de 21 a 25. Sin embargo, el grupo minoritario corresponde al 4% que son personas con edades de más de 50 años, los cuales no salen por cuidar su salud o por motivos personales ajenos a la investigación.

### Figura 8

#### *Género*



El 55% corresponden al género femenino, lo que significa que las mujeres son quienes viajan con mayor frecuencia a la provincia de Chimborazo para visitar sus atractivos, además, con el 45% no muy lejos de anterior porcentaje representa el género masculino. Es decir, los dos géneros están a la par para visitar y viajar para su distracción o visita a nuevos lugares fuera de su entorno habitual.

**Figura 9***Estado civil*

El 48% es soltero, lo que significa que tiene más probabilidad de salir y conocer nuevos lugares por su solvencia económica; sin embargo, el 29% es casado grupo que de igual manera representa como un segmento que desea viajar por distracción y ocio; no obstante, el 16% de encuestados afirman que están en unión libre y el 8% son viudos, pero esto no les impide salir de su confort y conocer nuevos atractivos fuera de su provincia.

**Figura 10***Situación laboral*

Con relación a la situación laboral el 34% son estudiantes, seguido del 23% que son empleados privados, lo que significa que este segundo grupo tienen solvencia económica para viajar y

generar gastos turísticos en los atractivos. Sin embargo, el 20% es desempleado, pero se dan los modos para salir de su zona de confort y entretenerse, seguido con el 13% están los empleados públicos y finalmente, con el 10% los jubilados, quienes son aquellas personas que dedican su tiempo en viajes o pasatiempos diferentes a la actividad que realizaban cuando trabajaban.

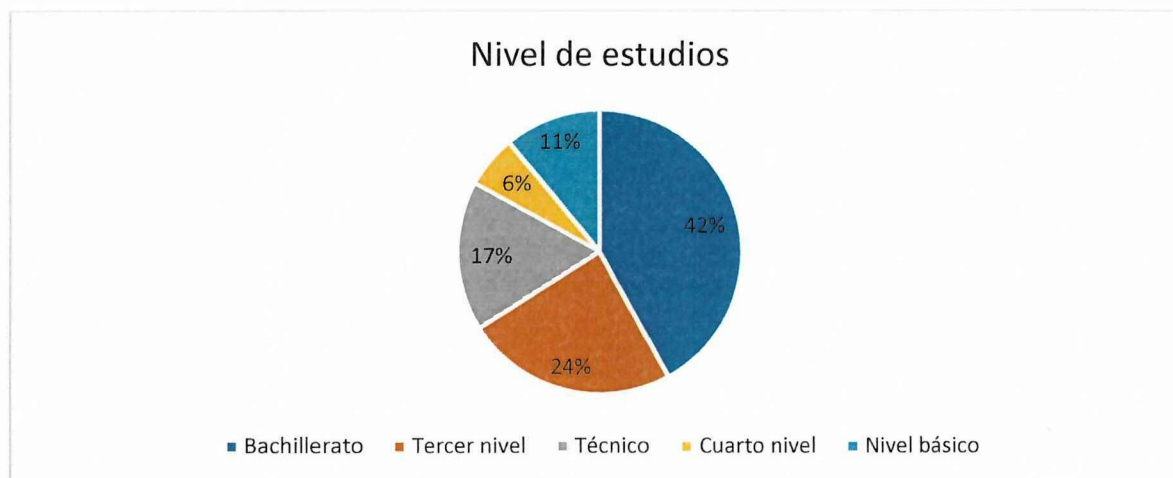
### Variable Socioeconómica

#### Figura 11

##### *Ingresos económicos*



El 54% no tienen un salario, dado que, corresponden a los estudiantes y desempleados, que a causa de la pandemia por el Covid-19 han perdido o les han suspendido de sus trabajos; sin embargo, el 27% afirman que tienen trabajo y su promedio mensual de ingresos corresponde al salario básico unificado que actualmente es de \$425,00 USD; finalmente, con el 19% se encuentran aquellas personas que tienen un ingreso mensual de \$4001 a \$100. Siendo personas muy solventes para realizar viajes de forma frecuente.

**Figura 12***Nivel de estudios*

Se puede evidenciar que el 42% tienen un nivel de estudios de bachillerato, esto porque pertenecen al rango de edad de 40 a 55 años los cuales no tuvieron mucha la posibilidad de cursar este nivel, sin embargo, el 24% mencionan que tienen un nivel de estudios de tercer nivel es decir han cursado la universidad y tienen un título de pregrado, además, el 17% han cursado el nivel técnico y el 6% de cuarto nivel, lo que se afirma que tienen posibilidades económicas bastante favorables para generar actividad económica y contribuir con ingresos a los sitios turísticos de la provincia de Chimborazo.

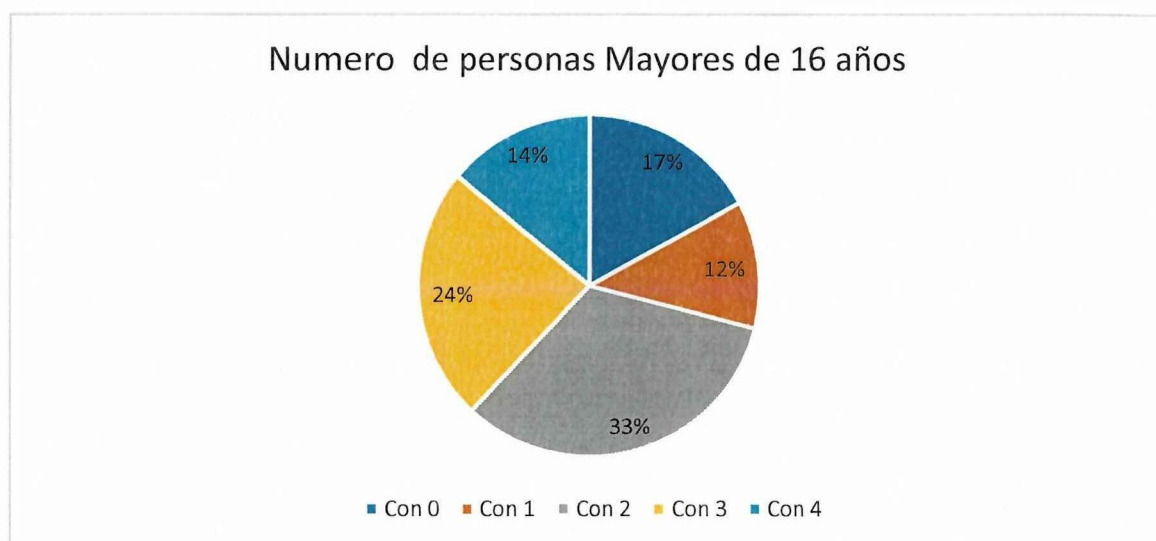
**Figura 13***Con quién viaja*

Se observa que el 37% de turistas prefieren viajar con amigos, el 36% con su familia, el 17% solos y el 10% restante con la pareja, esto significa que, al viajar con amigos se genera un

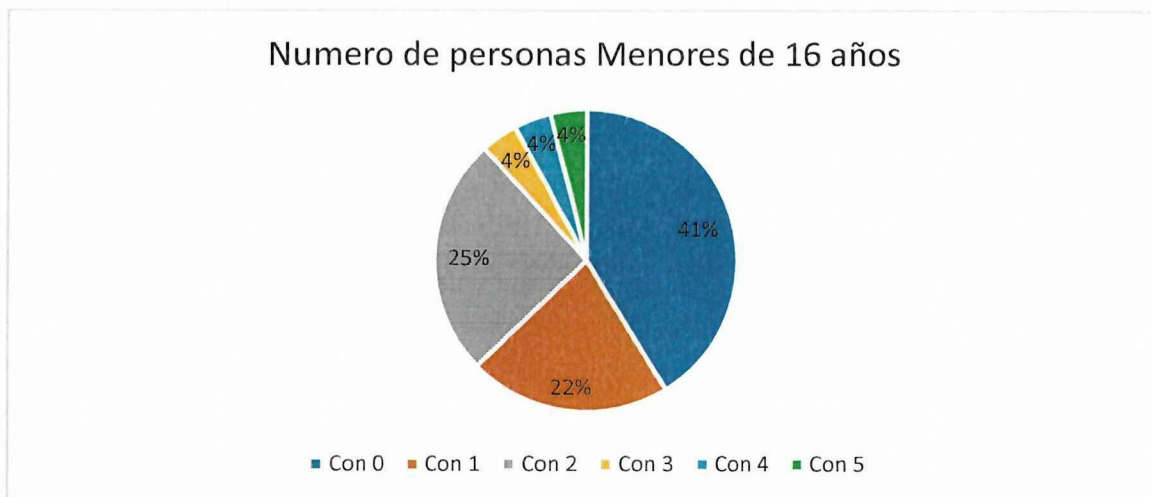
vínculo de confianza para visitar mayores atractivos turísticos y generar gastos a conveniencia, permitiendo obtener libertad de recreación, sin embargo, al viajar en familia se considera una actividad más tranquila donde se pueden incluir niños y personas adultas, y en muchos de los casos mascotas que hacen de la visita a los atractivos un tiempo placentero para todos.

### Figura 14

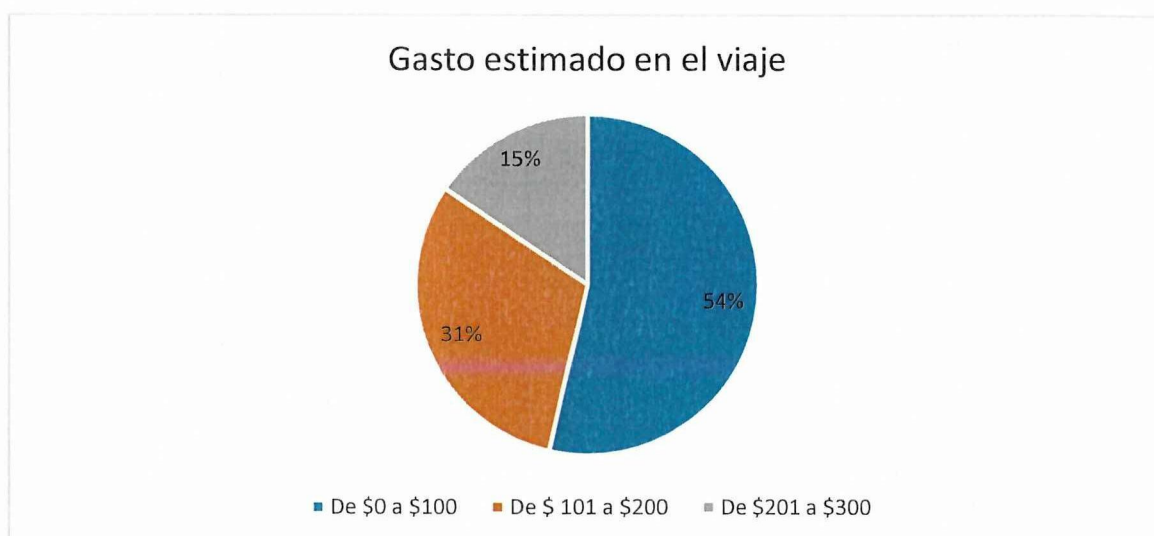
*Cuantos mayores de 16 años*



El 33% de turistas viajan dos personas mayores de 16 años, lo que significa que existen mayor probabilidad que cada uno sea independiente de las actividades turísticas que realizan, sin embargo, el 24% afirma que, viajan con 3 personas mayores de 16; el 17% con ninguna porque pueden ser aquellos que viajan solos y el 14% con 4 personas mayores a la edad indicada.

**Figura 15***Cuántos menores de 16 años*

El 42% de turistas prefieren viajar sin menores de 16 años, por lo que desean viajar solo personas mayores a esta edad; sin embargo, el 26% asegura que viajan con 2 personas menores de 16 años, estos corresponden a sus hijos los cuales forman parte de sus desplazamientos fuera de su residencia. Por otro lado, el 22% afirma que viaja con 1 persona menor a la edad indicada, el 4% con 3, 4 o 5 personas menores, esto quiere decir que se incluye aquellas turistas que viajan en familia, y en el grupo se incluye a los niños.

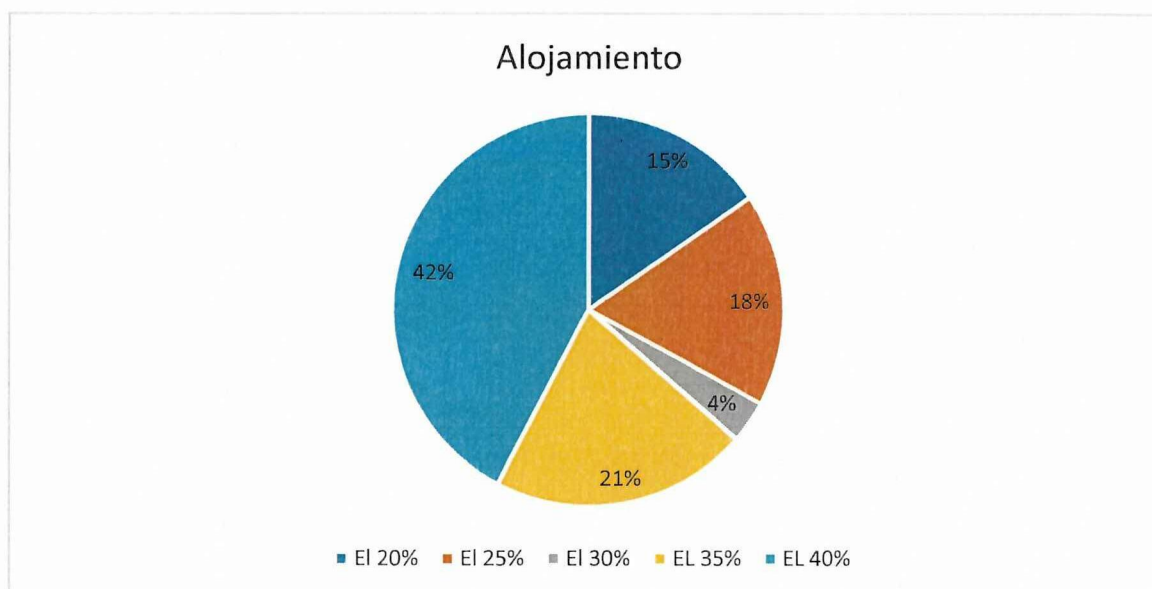
**Figura 16***Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia de Chimborazo*

Se puede evidenciar que el 52% estimó gastar durante la visita a la provincia de Chimborazo entre \$0 a \$100 USD dado que, esta respuesta fue dado por aquellos que viajan solos o con pareja y tienen un nivel de ingresos igual al salario básico unificado, esto contrarrestando con

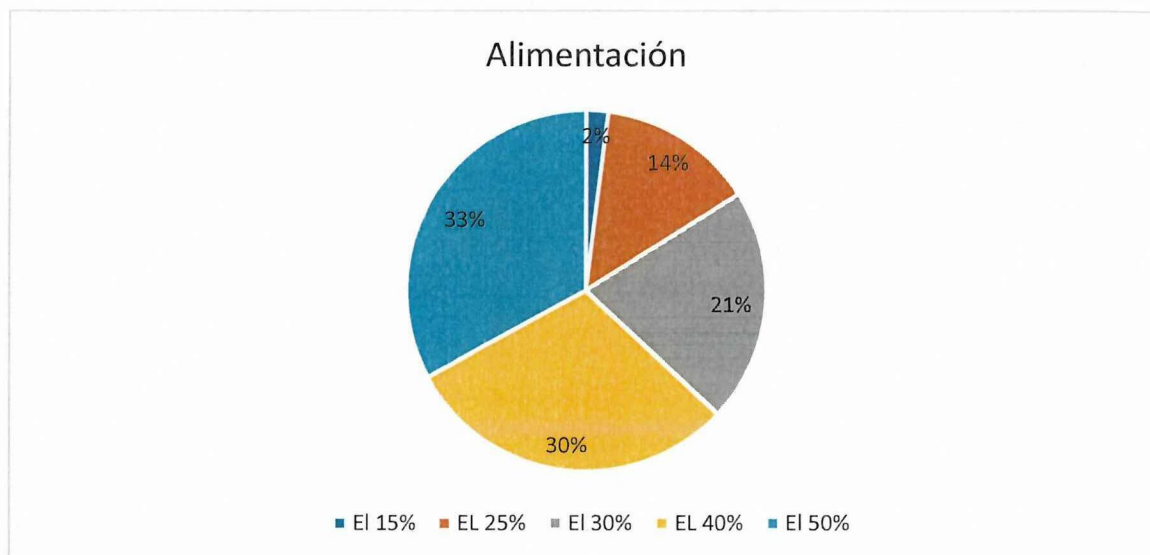
las preguntas ya expuesta. Sin embargo, el 30% afirman que estimaron un gasto de \$101 a \$200 USD en este caso corresponden a aquellos que viajan entre amigos y no llevan consigo a menores de 16 años, lo que les hace más fácil distribuir sus gastos en los diferentes atractivos turísticos de la provincia. Y finalmente, con el 15% los turistas aseguran que estimaron un gasto de \$201 a \$300 quienes fueron aquellos que tienen un ingreso superior al salario básico y tienen gran solvencia económica para sus viajes frecuentes.

### Figura 17

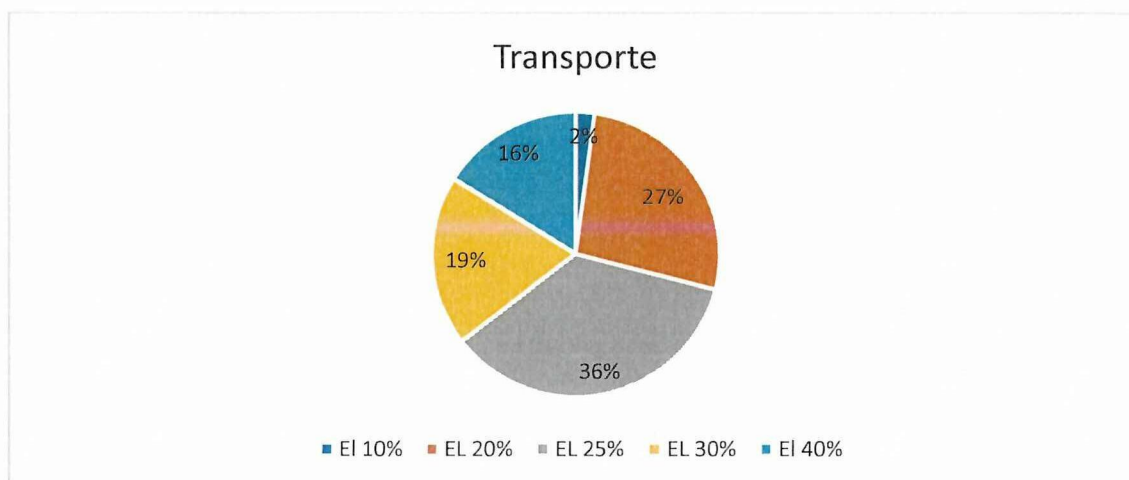
*Qué porcentaje del gasto destinó para Alojamiento*



Se puede evidenciar que el 36% de turistas para alojamiento han gastado \$ 40 mismo que es distribuido para todos sus acompañantes, de igual manera, el 18% ha gastado un aproximado del \$35 por lo que representa un consumo de alojamiento ya sea en hostales, hoteles o haciendas existentes en la provincia. Además, el 15% afirma que gastan un \$25 en alimentación. Estos porcentajes hacen referencia a los grupos que viajan en familia o con menores de 16 años, datos que se correlacionan con las preguntas anteriores.

**Figura 18***Alimentación*

El 30% de turistas para la alimentación han gastado un porcentaje del \$40 mismo que es distribuido para todos sus acompañantes, asimismo, el 33% ha gastado un aproximado del \$50 por lo que representa un gran consumo de gastronomía dentro de la provincia. De igual manera, el 14% afirma que gastan un \$25 en alimentación. Estos porcentajes hacen referencia a los grupos que viajan en familia o con menores de 16 años, datos que se correlacionan con las preguntas anteriores.

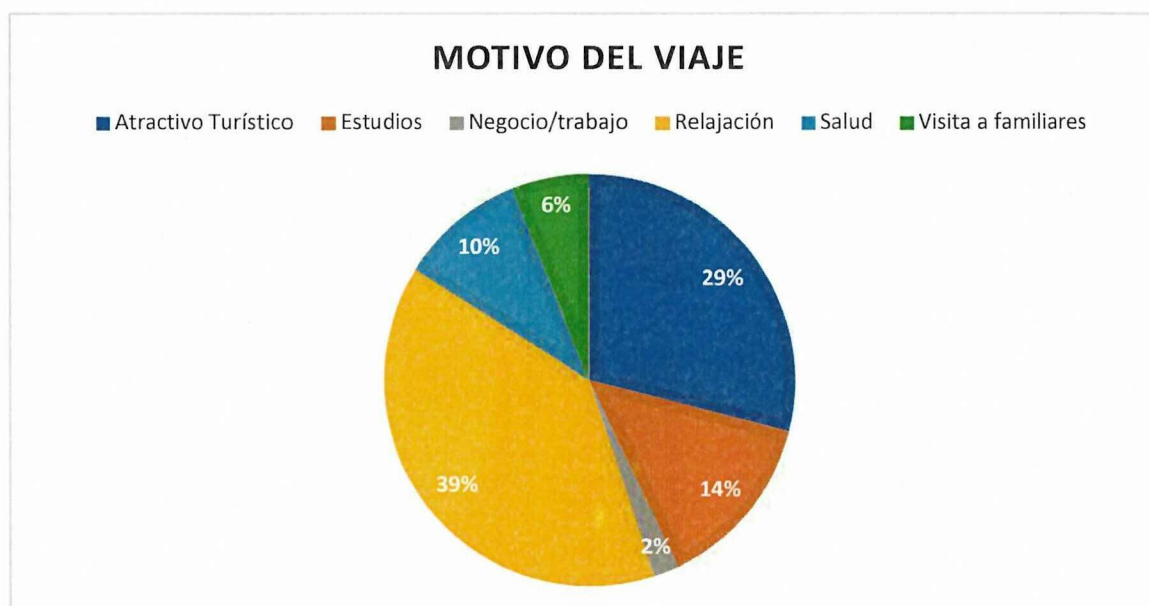
**Figura 19***Transporte*

El 33% de turistas para el transporte han gastado un porcentaje del \$40 ya que, son aquellas personas que no disponen de un vehículo propio para desplazarse dentro de la provincia, asimismo, el 25% ha gastado un aproximado del \$20. De igual manera, el 15% afirma que gastan un \$40 por lo que representa un gran consumo de transporte dentro de la provincia para visitar los atractivos turísticos. Estos porcentajes hacen referencia a los grupos que viajan en familia o con menores de 16 años o mayores de 16 años, mismos que pernoctan entre dos o más días.

### Variable motivación

#### Figura 20

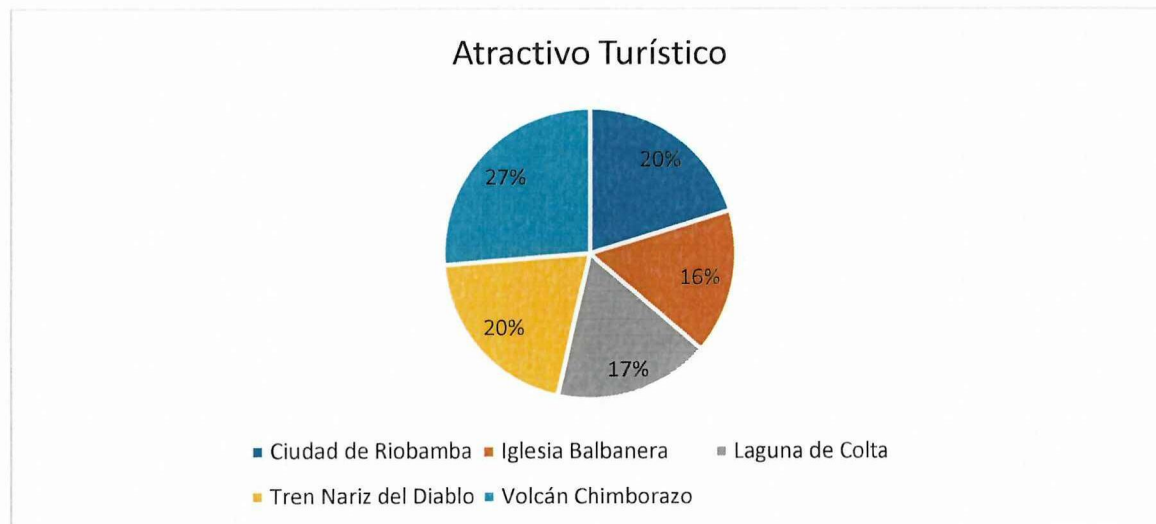
*Cuál fue el motivo de su viaje*



El 39% lo ha hecho por relajación, es decir, en este grupo se integran aquellos turistas que tienen un trabajo y desean cambiar su rutina, y que mejor conociendo nuevos lugares distintos a los de su ambiente diario. Sin embargo, el 29% asegura que su motivación ha sido por los atractivos turísticos que tiene la provincia, siendo lugares únicos para visitarlos. Además, con el 14% están aquellos turistas que integran el grupo de estudiantes que por motivos escolares han concurrido a Chimborazo. Por consiguiente, con el 20% están aquellos que viajan por salud, con el 6% por visitas familiares y con el 2% por negocios, siendo actividades que en la actualidad se ha generado con mayor frecuencia.

**Figura 21**

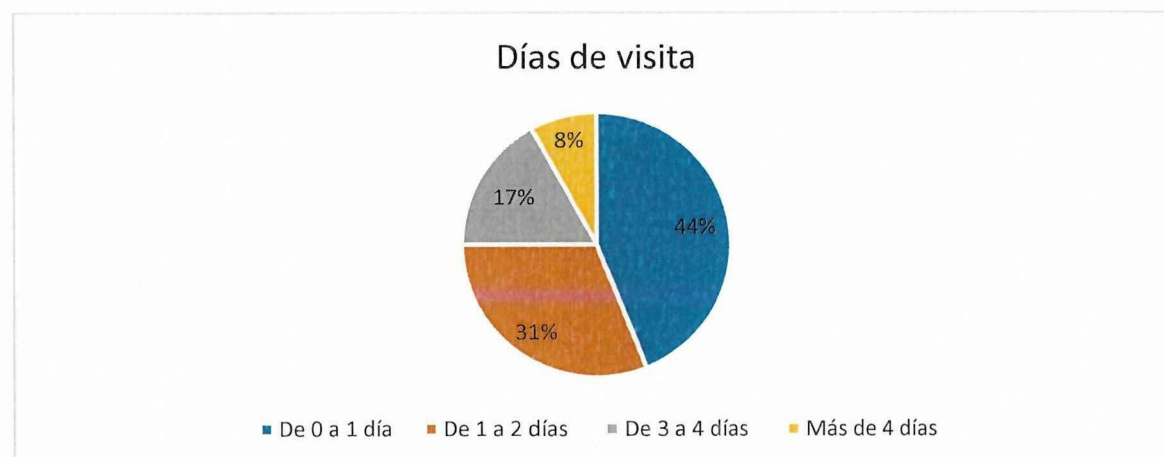
*Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Chimborazo*



Se puede observar que el 27% de turistas como atractivo turístico de Chimborazo que visita es el Volcán del mismo nombre, dado que es uno de los lugares más impresionantes por su altura y paisaje. Además, el 20% de turistas aseguran que les gusta visitar la ciudad de Riobamba y el Tren de la Nariz del Diablo. Asimismo, con un porcentaje del 17% está el atractivo turístico laguna de Colta, siendo una de las lagunas que se ubica a un costado de la carretera y al frente de una de las iglesias más antiguas del país (primera iglesia) como es la Balbanera, que tiene una preferencia del 16%.

**Figura 22**

*Qué tiempo estimó para su visita a la Provincia de Chimborazo?*

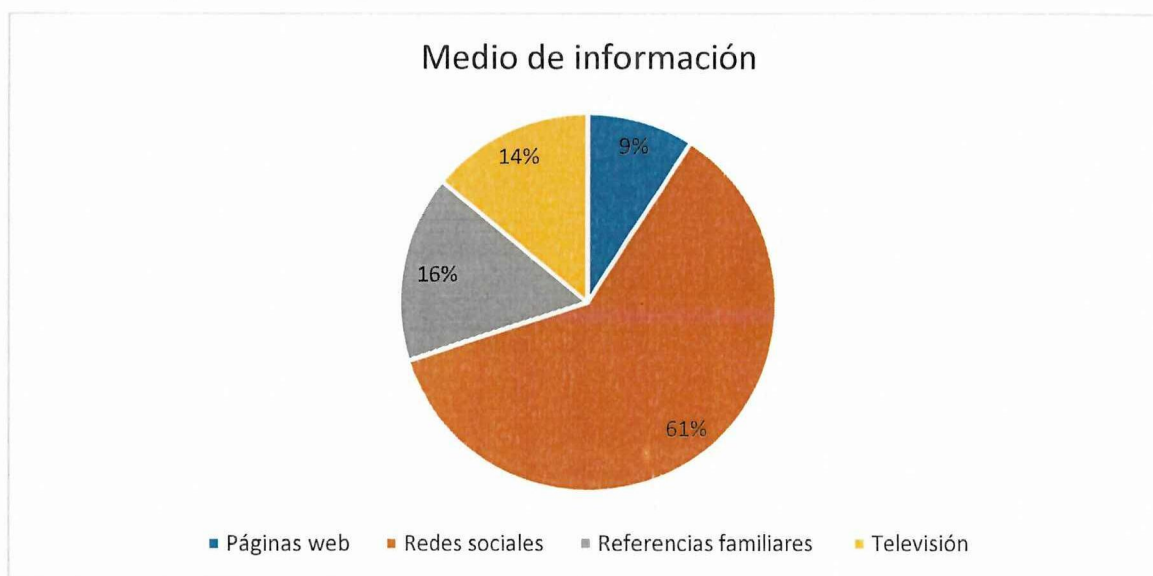


Se ha evidenciado que el 44% han estimado de 0 a 1 día para su visita a la provincia de Chimborazo, esto se da porque son aquellos que viajan con la familia y tienen un trabajo estable y su tiempo de permanencia no supera el día. Sin embargo, con el 31% están aquellas personas

que su visita va de 1 a 2 días, en este caso son personas que viajan entre amigos o solos, y tienen solvencia económica, lo que les permiten viajar sin problemas o inconvenientes. Además, con el 17% estiman una visita de 3 a 4 días, siendo aquellos turistas que viajan por negocio, trabajo o visitas familiares. Y finalmente, con el 8% estiman una visita de más de 4 días.

### Figura 23

*A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia de Chimborazo*



Con relación al medio de información por el cual participantes de la encuesta se han informado sobre los atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo, se puede observar que el 61% ha sido las redes sociales, esta herramienta ha sido uno de los más seleccionados porque en la actualidad es un medio por el cual se promociona y se da a conocer todos los lugares que posee una ciudad o provincia, y al ser una red donde mayor parte de la población lo utiliza es muy importante actualizarla frecuentemente. Sin embargo, el 16% asegura que se han informado por medio de las referencias personales, el 14% por televisión y el 9% restante por las páginas web de cada uno de los atractivos turísticos, que, sin duda, es un elemento que se debe subir información actualizada.

**Figura 24**

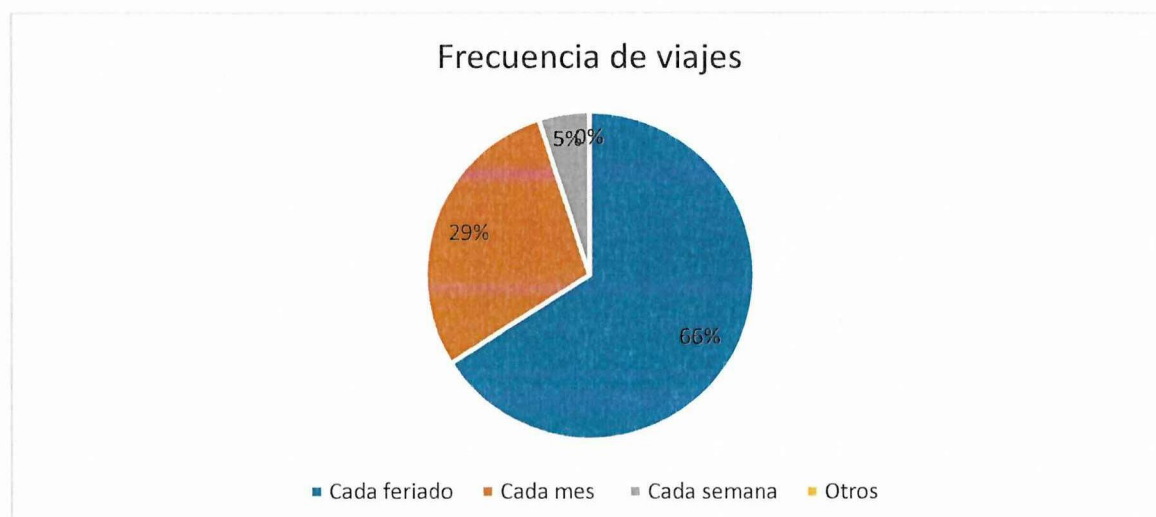
*Cuántas veces ha visitado la Provincia de Chimborazo*



En cuanto al número de visitas realizadas a la provincia de Chimborazo, se puede evidenciar que el 34% lo visitan por segunda vez, dado que en sus viajes con frecuencia deciden distraerse y pasar un tiempo de ocio en los atractivos que tiene la provincia, además, el otro 34% lo visitan por primera vez y el 32% restante de forma frecuente. Estas respuestas se dan por el interés que tienen los turistas de salir de su zona de confort, es decir de sus actividades diarias y en estas decisiones se integran los atractivos de Chimborazo.

**Figura 25**

*Cada que tiempo realiza actividades turísticas*

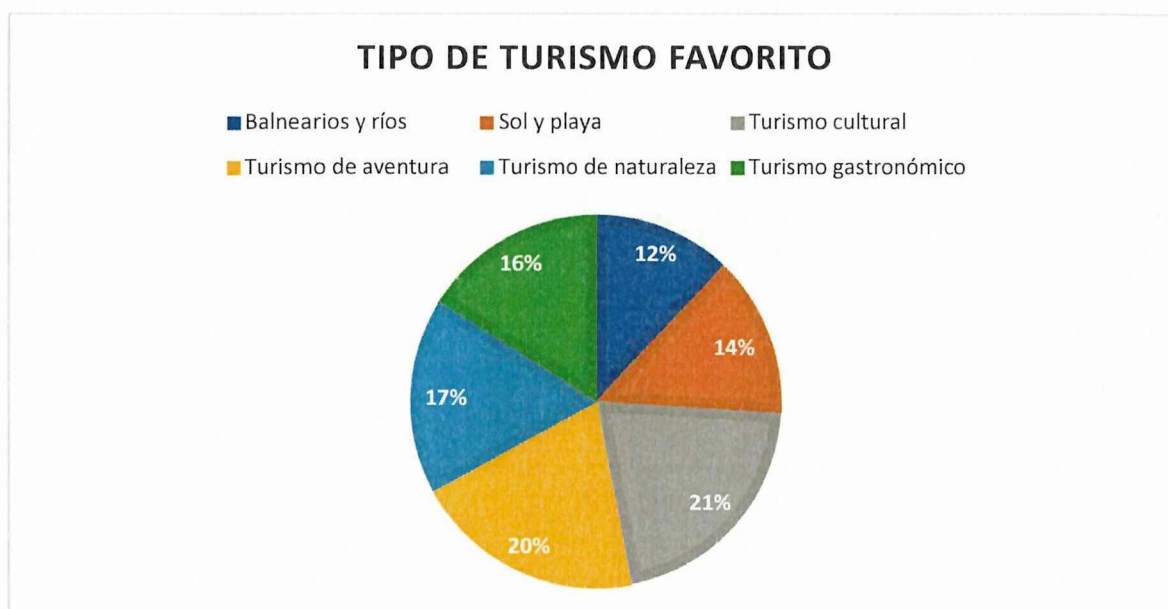


En cuanto a la frecuencia o el tiempo que el turista realiza sus viajes se puede observar que el 66% lo realiza en cada feriado, esto se puede sustentar con las respuestas anteriores, donde los encuestados han afirmado que trabajan y son casados, estos resultados limitan a realizar viajes con mayor frecuencia. Sin embargo, el 29% asegura que lo realizan cada mes, por otro lado, el 5% afirma que lo desarrollan cada semana, ya que, tienen solvencia económica y son solteros, a su vez, los viajes los realizan con sus amigos que hacen de las visitas más recreativas.

### Variable preferencias

#### Figura 26

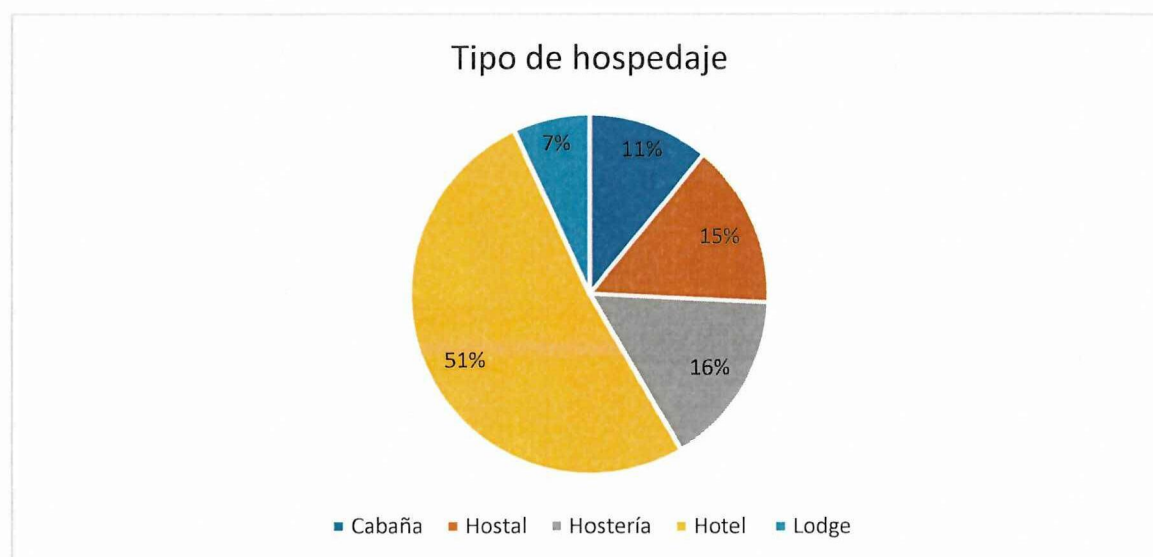
*Cuál es su tipo de turismo favorito?*



El 21% prefieren el turismo cultural, mismo que integra las iglesias, los museos, casas coloniales, entre otros, esto hace énfasis que aquellos turistas gustan de la historia; sin embargo, con el 20% afirman que disfrutan de un turismo de aventura. Por otro lado, el 17% aseguran que su tipo de turismo es el de naturaleza, dado que son aquellas personas que trabajan y desean salir a distraerse y disfrutar de un ambiente tranquilo y en su forma original. No obstante, el 16% prefiere un turismo gastronómico, por la variedad de platos que se puede encontrar en la provincia de Chimborazo. A su vez, el 14% prefiere el turismo de sol y playa, en este caso solamente se lo puede encontrar en la región costa.

**Figura 27**

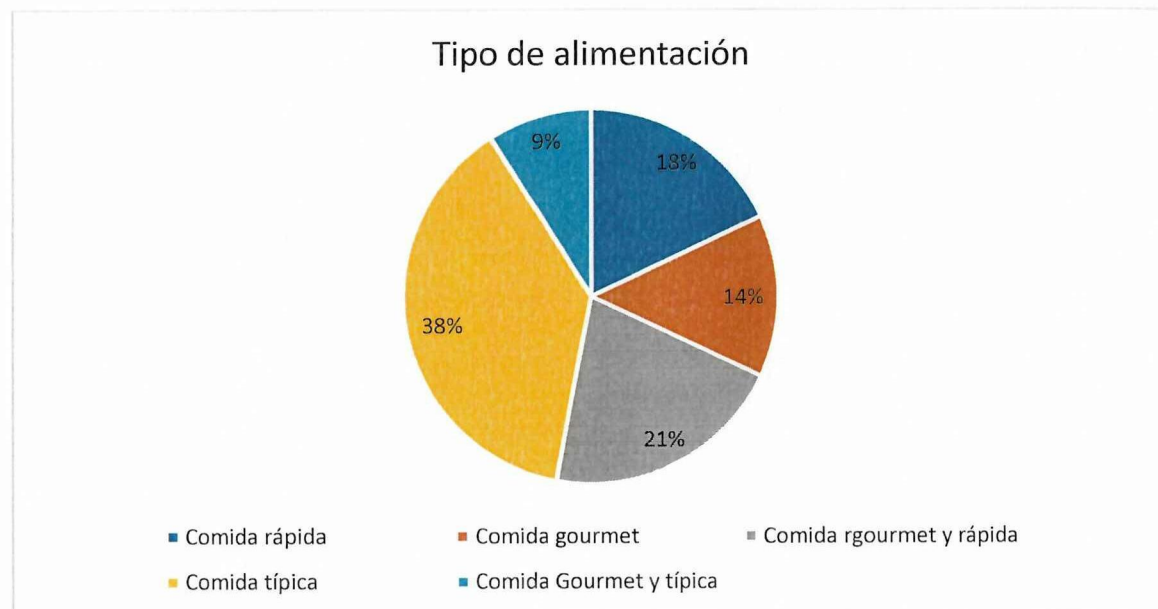
*Qué tipo de hospedaje prefiere*



En cuanto al tipo de hospedaje que los encuestados prefieren a la hora de viajar, se puede evidenciar que el 51% escogen un hotel, por el tipo de servicio y las facilidades que tienen ciertos de ellos, así como su comodidad y ostentación. Sin embargo, con el 16% los encuestados prefieren una hostería, por el espacio que tienen estos establecimientos de alojamiento y su variedad de actividades que pueden incluirlas al huésped. Por otro lado, el 15% prefieren un hostal, porque son aquellas personas que viajan de 1 a 2 días entre amigos, y no necesitan un lugar con muchas preferencias, más bien lo consiguen para dejar sus maletas y descansar. Y finalmente, con el 11% prefieren una cabaña, que al igual que las hosterías poseen espacios funcionales para actividades en familia.

**Figura 28**

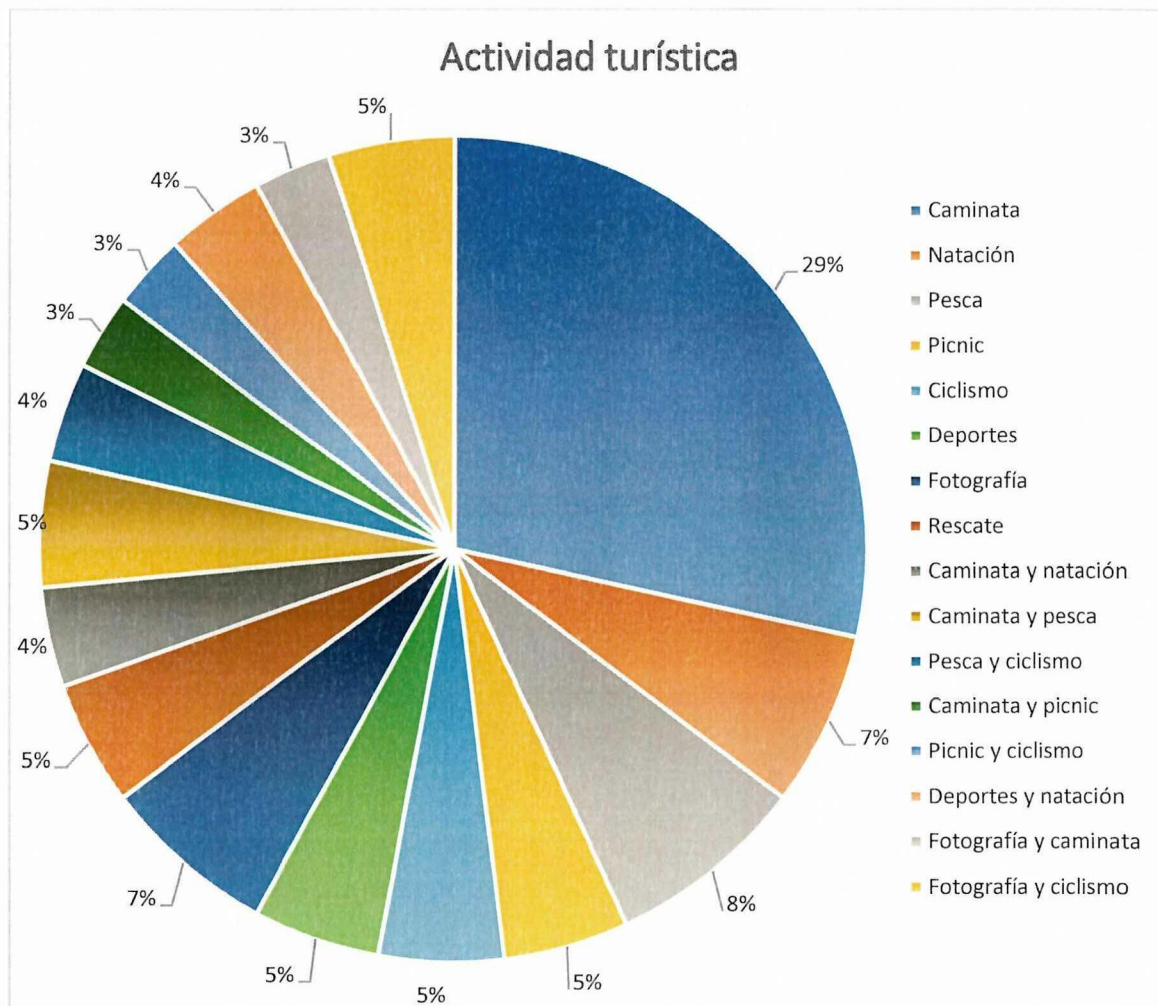
*Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo*



Con relación al tipo de alimentación el 38% prefieren comida típica, porque al visitar un nuevo lugar es muy apropiado conocer la gastronomía y sus productos que utilizan. Por otro lado, el 21% escogen la comida gourmet y rápida, esta elección se da porque son turistas que viajan en familia o entre amigas y la variedad de platos pueden darse dependiendo los gustos de cada integrante. Por consiguiente, el 18% selecciona la comida rápida, dado que al ser un turista que visita la provincia por trabajo es uno de los alimentos que mayor tiempo puede ahorrar. Y finalmente, el 9% prefiere la comida gourmet y típica.

**Figura 29**

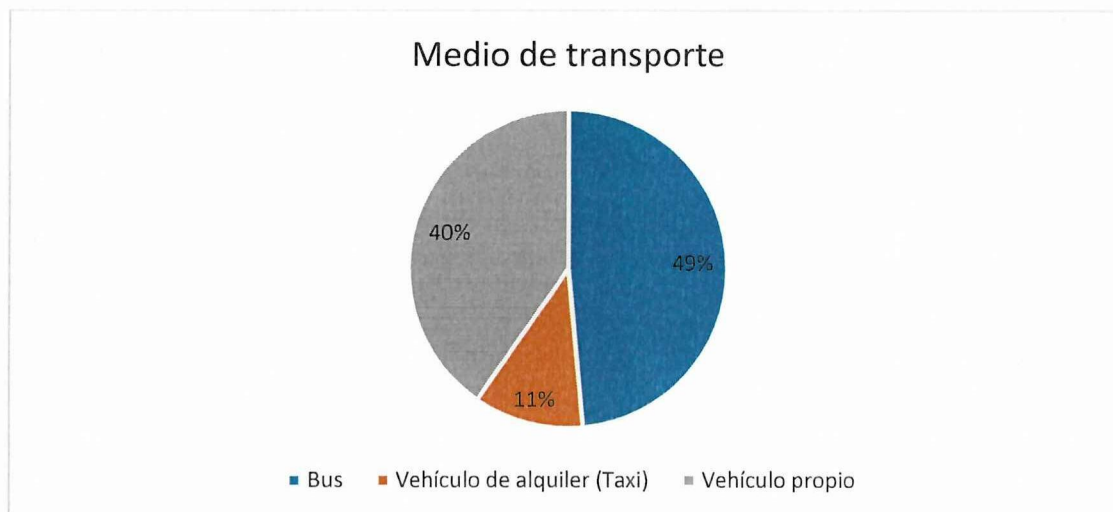
*Seleccione la actividad turística que más le guste hacer cuando hace turismo*



El 29% prefieren la caminata, con el fin de recrearse y realizar ejercicio al aire libre, estas personas son aquellas que prefieren el turismo de naturaleza. Por consiguiente, el 8% prefiere la actividad de la pesca, el 7% fotografía, esta actividad es muy común hoy en día, ya que, se ha visualidad diferentes turistas que van acompañados de sus cámaras profesionales para captar la flora y fauna de la provincia. Además, con el 5% se distribuye las actividades como picnic, ciclismo, rescate, caminata & pesca y fotografía & ciclismo.

**Figura 30**

*A través de qué medio de transporte viajó a la Provincia de Chimborazo*



Con relación medio de transporte el 49% selecciona el bus, porque con relación a las preguntas manifestadas anteriormente, los tipos de turistas que viajan solos o con amigos, tienen una solvencia económica estable, son solteros y viajan sin menores de 16 años, tienden a arriesgarse a través de las líneas de transporte público y privado, y en esto comprende la aventura y el turismo dentro de la provincia. Por consiguiente, el 40% viaja en los vehículos propios, mismos que pertenecen a los turistas que recorren con sus familias. Y el 11% restante prefiere un vehículo de alquiler o taxi.

### **Análisis general del perfil del turista**

De acuerdo con las encuestas aplicadas, se ha llegado a identificar que el perfil del turista en tiempo de pandemia por el Covid-19 busca cumplir con las medidas de bioseguridad. Tal es el caso que, a la provincia de Chimborazo llegaron turistas de nacionalidad ecuatoriana, que tienen su residencia en la ciudad de Guayaquil y Quito. Además, oscilan en la edad de 15 a 20 años. Y la mayor parte son de género femenino.

Por otro lado, el estado civil es que 48% son solteras y 34% estudiantes. Por lo que no tienen un ingreso económico estable (sin salario). Además, al ser estudiantes y cursar aún la universidad tiene un nivel de estudios de bachillerato. Además, suelen viajar siempre con acompañantes que son básicamente sus familiares. Donde integran más de tres personas sin menores de 16 años.

En el caso del gasto estimado para sus viajes, destinan un máximo de \$100,00 USD, que no distribuyen de manera congruente en alimentación (33%), alimentación (20%) y transporte (36). De igual forma, la demanda interprovincial, que también puede denominarse exportaciones interprovinciales, incluye el gasto turístico en una provincia o territorio por parte de los residentes de otra provincia o territorio. (Fernández & Garía, 2021).

En relación a su motivación de viaje, los turistas realizan esta actividad por relajación, y su principal interés es visitar un atractivo turístico, entre ellos, el volcán Chimborazo, lo cual permanecen hasta un día de turismo.

El medio por el cual han identificado el atractivo ha sido las redes sociales, siendo en la actualidad, una herramienta bastante útil para brindar información. A su vez, la frecuencia de viaje del turista es cada feriado, tal es el caso que el día de la encuesta fue su segunda vez en la provincia.

En cuanto al tipo de servicios que prefieren, se constató que en hospedaje seleccionan un hotel; en alimentación, comida típica o platos tradicionales de la localidad a donde viajas; y en transporte contienen un vehículo propio o hacen uso del transporte privado (Bus).

### **13. Guía descriptiva del perfil del turista**

De acuerdo con los resultados obtenidos, a partir de la técnica aplicada, se ha destacado el perfil de los turistas basados en la actitud, las preferencias de reserva, preferencias de instalaciones, la edad y los ingresos por cada uno.

Por ello, en este apartado se presenta la Guía descriptiva del perfil del Turista, misma que da a conocer las particularidades importantes del turista que visita la provincia de Chimborazo durante la pandemia por el Covid-19.

La guía descriptiva además es un documento escrito que ofrece información importante sobre las mejores prácticas del turista en un contexto determinado. El diseño se elabora siguiendo una metodología sistemática y se basan tanto en los conocimientos de la investigación como en la práctica.

### **13.1. Distribución de márgenes y espacios**

De acuerdo con el diseño de la Guía Descriptiva, se tomó en cuenta que los márgenes tanto superior, inferior, interior y exterior queden bien establecidos, mismos que den una visión llamativa al espectador. Por ello, la buena definición de los márgenes logrará distribuir el contenido de la información recolectada mediante la aplicación de encuestas. Por lo que, se determinará la ubicación o posición de imágenes, texto, cuadro, títulos y subtítulos. Quedando definida la zona de impresión de la Guía.

En tal virtud, el formato que contendrá los márgenes será la siguiente:

**Margen Superior:** 12,2 mm

**Margen Interno:** 12,2 mm

**Margen Exterior:** 12,2 mm

**Margen Inferior:** 12,2 mm

**Interlineado general de 1,5 pto.**

**Dimensión del catálogo:** 15 cm de ancho por 20 cm de alto.

### **13.2. Tipo de letra**

El tipo de letra que se ha seleccionado para la Guía descriptiva, van acorde al diseño que se le quiso, dar, por lo tanto, son diferentes para los títulos, subtítulo y el contenido. De esta manera, se ha seleccionado lo siguiente:

**Tipo de letra:** Georgia

**Tamaño de letra para el texto:** Georgia 11 pto.

**Tamaño para sub-títulos:** 10 pto.

**Tamaño para títulos:** 14 y 20 pto,

**Tamaño para el Índice:** Georgia 11 pto.

### **13.3. Colores utilizados**

Cabe indicar que la combinación de colores que se utiliza dentro de la guía descriptiva es parte esencial, por sus respectivos colores interesantes denotando que es un tono llamativo, puesto que la gama de colores transmite y de la información acerca del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo.

- **Turquesa.** - El turquesa es el color de la comunicación y la pureza. Este lujoso color simboliza la razón y la luminosidad, y fomenta nuevas ideas y conceptos. Además, según la rama de la psicología del color, el turquesa simboliza la calma, la serenidad y la claridad mental.
- **Verde.**- Este color suele asociarse con sentimientos muy relacionados con la ambiente, el crecimiento o la permanencia, y este color crea una emoción de familiaridad para que el beneficiario se sienta agradable.
- **Azul.**- Este color es muy utilizado debido a que comunica sensación de libertad, progreso y fidelidad a la hora de ofrecer una guía descriptiva del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo.

#### 13.4. Partes de la Guía

**Portada.** - esta es muy significativo optar por colores atractivos ya que es la primera impresión que se lleva al turista.

#### Figura 31

*Portada de la guía descriptiva*



**Contra portada.**- al contar portada puede está ubicada al inicio y al final de la guía.

#### Figura 32

*Contra portada de la guía*



**Índice.** - es el orden en el cual se encuentra estructurada el contenido de la guía.

**Figura 33**

*Índice de la guía descriptiva*

ÍNDICE	
Presentación.....	1
Datos generales de la provincia de Chimborazo.....	2
Ubicación.....	2
Fecha de creación.....	2
Extensión.....	2
Límites.....	2
Mapa del Ecuador.....	2
Mapa de los cantones de la provincia.....	2
Contenido	
Variable sociodemográfica.....	1
Variable socioeconómica.....	1
Variable motivacional.....	1
Variable preferencias.....	2
Ficha del perfil del turista.....	2
Metodología.....	2
Agradecimiento.....	2

**Datos generales de la provincia de Chimborazo.** - es necesario citar aquellos datos referentes al cantón como: ubicación, fecha de creación, extensión y límites del lugar de intervención.

**Mapa de los cantones de la provincia.** - el mapa muestra los cantones que posee la provincia de Chimborazo.

**Figura 34**

*Datos generales de la provincia de Chimborazo*



### 13.5. Características principales del perfil del turista

Dentro del diseño de la guía descriptiva del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo se expone las siguientes variables:

#### Variable sociodemográfica

- Nacionalidad
- Edad
- Estado civil
- Lugar de residencia
- Género
- Situación laboral

#### Variable socioeconómica

- Ingresos económicos
- Nivel de estudio
- Acompañante
- Gasto estimado
- Distribución

#### Variable motivacional

- Motivo

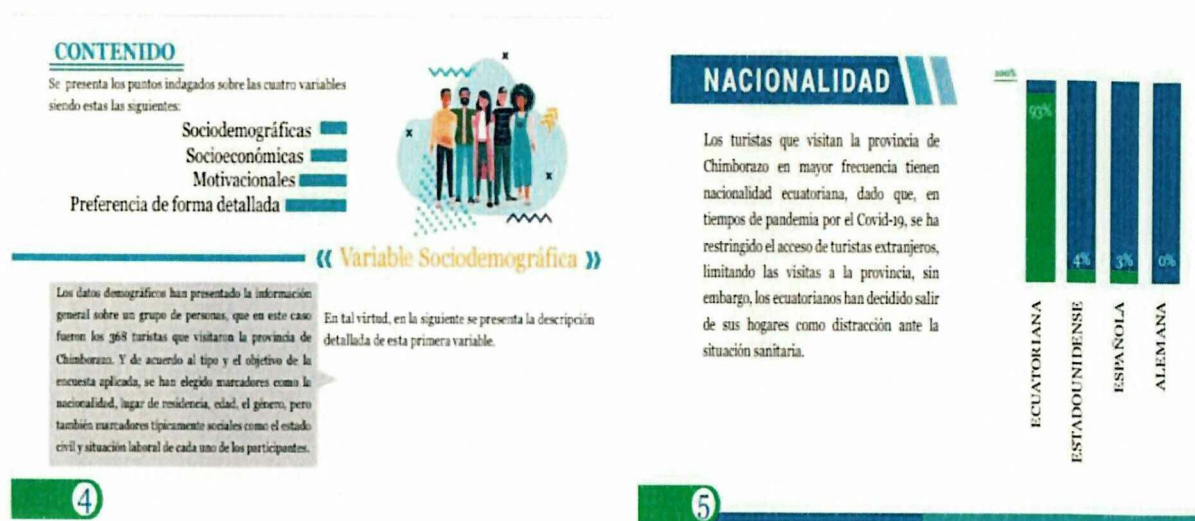
- Atractivo
- Días de visita
- Medio de información
- Frecuencia de viaje
- Número de visita a la provincia

### Variable preferencias

- Tipo de turismo favorito
- Actividad turística
- Tipo de hospedaje
- Tipo de alimentación
- Medio de transporte

### Figura 35

*Distribución de información de cada variable*



## 14. Impactos (Técnicos, sociales, ambientales o económicos)

### 14.1. Impacto económico

- Preferencias y gustos de la demanda turística
- Características sociodemográficas de los turistas
- Ingreso económico por venta de productos y servicios turísticos
- Aportación al PIB Nacional

- Reactivación del sector turístico (empleo)

#### 14.2. Impactos sociales

- Creación de empleo
- Generación de ingresos
- Mayor control de precios turísticos
- Mejoramiento de la calidad de vida
- Diversificación económica
- Potencial para la atracción de inversores
- Manejo de medidas de bioseguridad por COVID-19
- Prácticas de la salud e higiene de trabajo

### 15. Costo de Impresión de la Guía

**Tabla 11**

*Costo de Impresión de la Guía*

Recurso	Material impresión	de Cantidad	Forma impresión	de Precio individual	Precio total
Diseño de guía descriptiva del perfil del turista		4	Forma vertical	40	160

### 16. Conclusiones y recomendaciones

#### 16.1. Conclusiones

- Se pudo concluir en cuanto a las características socio demográfica de los turistas que visitan la provincia de Chimborazo se detalla que son de nacionalidad Ecuatoriana , residentes en las grandes Ciudades de Guayaquil y Quito , en un rango de edad entre 15 y 20 años , de género femenino de estado civil soltero, estudiantes
- En cuanto a la variable socioeconómica se puede decir que en su mayoría no cuentan con un salario básico a su vez también tiene un nivel de estudio como es bachillerato el 37%prefieren viajar con amigos , viajan con dos personas mayores

de 16 años , un 42% prefiere viajar sin menores de edad , estiman solo gastar \$100 invirtiendo parte del dinero ya se en alimentación ,transporte

- Al mencionar las características de motivación, los resultados obtenidos demuestran que la principal motivación de los viajes son por relajación, con numero de con visitas a la provincia por segunda vez y comúnmente en cada feriado, el tiempo de estadía en el atractivo es de máximo un día el medio de información , que utilizan son la redes sociales
- Para terminar se encuentra las características de preferencias las que dan a conocer que los turista prefiere hospedarse en hoteles, el tipo de alimentación es la comida típica realizan caminata y para movilizarse lo hacen en transporte público.
- Se ha diseñado una guía descriptiva del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo.

## **16.2. Recomendaciones**

- Para definir el perfil del turista de la provincia de Chimborazo se deberá aplicar el cuestionario a turistas extranjeros con más de dos días de pernoctación.
- Para elaborar la guía descriptiva del perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo se debe recurrir a metodologías de carácter científico que permita de forma breve obtener los datos que se necesitan.
- Para incrementar la demanda turística es necesario plantear estrategias y acciones de reactivación turística bajo los protocolos de bioseguridad que permitan atraer al turista local, nacional e internación a los diferentes atractivos turísticos de la provincia.
- Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en las prácticas de salud e higiene por medio del manejo de las medidas de bioseguridad y del aforo permitido para evitar la propagación del COVID-19 lo que ayuda a precautelar la vida de los actores involucrados en la actividad turística.

## 17. Referencias

- Albert, M. (2020). La búsqueda espiritual a través del turismo. Su articulación desde el lado de la oferta. *Cuadernos de Turismo*, num. 45., 13–32.
- Antón, S. (2005). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: Eureka Media SL.
- Célimène, F., & Vellas, F. (2013). Turismo global, desigualdad internacional y el problema de la pobreza. *Open edition journals*, 14.
- Centomo, M. (2 de Febrero de 2009). *EL SISTEMA TURÍSTICO*. Obtenido de <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041347/1-8%20El%20Sistema%20Turístico%3A%20Definición%2C%20composición%2C%20interacciones#:~:text=Según%20la%20Organización%20Mundial%20del,los%20atractivos%20y%20las%20facilidades>.
- Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador . (2022). *CONOGOPARE*. Obtenido de <http://www.conagopare.gob.ec/>
- Constitución de la Republica de Ecuador. (2008). *Constitución de la Republica de Ecuador*. Quito : Asamblea Nacional.
- Fernández, A., & Garía, B. (2021). Los destinos turísticos inteligentes: el pilar de la recuperación turística. *SEDICI num. 01*, 15.
- GAD Chimborazo. (2021). Obtenido de <https://chimborazo.gob.ec/>
- GAD Chimborazo. (2022). *Prefectura de Chimborazo*. Obtenido de <http://www.chimborazo.gob.ec/>
- García, A., & Albuquerque, F. (2003). EL TURISMO CULTURAL Y EL DE SOLY PLAYA: ¿SUSTITUTIVOS O COMPLEMENTARIOS? *Cuadernos de Turismo*, num. 11 , 97–106.
- Guerrero, P. (2014). *Introducción al Turismo*. México: Grupo Editorial Patria, S.A de C.V.
- Haro, A. (2020). Caracterización epidemiológica de Covid-19 en Ecuador. *InterAmerican Journal of Medicine and Health* 3, 1(7), 3.
- Huertas, T., Pilco, E., & Suárez, E. (2020). Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques. *Revista Universidad y Sociedad*. vol. 12. num. 2, 11.
- Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. *Medio ambiente y política turística en México*. num. 1, 17-33.
- INEC. (2020). *Provincia de Chimborazo*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Chimborazo#:~:text=En%20el%20territori](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Chimborazo#:~:text=En%20el%20territori)

o%20chimboracense%20habitan,respectivas%20parroquias%20urbanas%20y%20rurales.

- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Quito: INEC.
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo, nueva clasificación*. Buenos Aires: OMPT.
- Leff, E. (2020). A Cada Quien su Virus La Pregunta por la Vida y el Porvenir de una Democracia Viral. *Olver Quijano y Carlos Corredor, Pandemia al sur. Buenos Aires, Prometeo editorial*, 7(1), 4.
- León, J. (2019). Virulencia y Mortandad: el Cólera en Matanzas durante el siglo XIX. *Revista Digital de la Biblioteca Nacional de Cuba Jose Marti*, 4(3), 5.
- Ley de Turismo. (2014). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>.
- Loya, S. (2014). *Centro de desarrollo turístico para fomentar el turismo*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Mandou, C. (2002). Tendencias e innovación turística. Análisis en términos de capital riesgo, evaluación comparativa y gestión del conocimiento. *Teoros: revue de recherche en tourisme*, vol. 21. num. 3, 72.
- Mercado, C. (2021). Tipos de turismo. *Uno Sapiens Boletín Científico De La Escuela Preparatoria No. 1. vol. 4. num. 7*, 17.
- MINTUR. (2021). *Plan de reactivación turística*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red_compressed.pdf)
- Molina. (1991). *Elementos del Sistema turístico*. México .
- OMT. (2002). *UNWTO Tourism Definitions*. Obtenido de Producto turístico: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-de-aventura/>
- Ortega, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía* 10.20, 5(4), 233-247.
- Oviedo, M., & Olivo, F. (2021). *Tendencias del turismo post covid-19. Una reflexión para Ecuador*. Quito: : Ediciones Abya Yala : Incidencia Pública Ecuador.
- Pancorbo, J., Castillo, G., & Vega, V. (2019). Retos y estrategias para el desarrollo del turismo de negocios en ciudades ecuatorianas. *Revista San Gregorio. num. 35*, 12.
- Parra, A., Cisneros, L., & Velasteguí, E. (2019). El turismo puede desempeñar estrategias nacionales de desarrollo, como el crecimiento, el desarrollo inclusivo y su cabida para promover y mejorar las capacidades productivas en el cambio estructural de este sector productivo. El carácter transversal del. *Revista Explorador Digital. vol 3. num. 4*, 6-28.

- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2019). Obtenido de <https://chimborazo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/1.-PDOT-Provincial.pdf>
- Planet Andes. (2022). *Mapa turístico de atracciones en (Riobamba) Chimborazo, Ecuador*. Obtenido de Planet Andes: <https://www.planetandes.com/es/ecuador/andes/chimborazo/mapa-turistico-atracciones-riobamba-chimborazo-ecuador/>
- Quesada, R. (2007). *Elementos Del Turismo*. Costa Rica: EUNED Universidad Estatal a distancia.
- Ramírez, C., & Flores, R. (2021). Gasto público del sector turismo y pobreza monetaria en la región Loreto periodo 2014-2018. *Indice: Revista de Estadística y Sociedad*, 12.
- Romero, E. (2016). "DISEÑO DEL SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIO PARA EL MINI-MARKETSANDRITA". Milagro, Ecuador: Universidad Estatal de Milagro.
- Ruiz, G. (2020). Evolución de la enfermedad por coronavirus (COVID-19) en Ecuador. *La ciencia al servicio de la salud*, 11(1), 5-15.
- Sociedad Internacional de Ecoturismo. (2022). *El ecoturismo, una forma de turismo de naturaleza*. Obtenido de <https://colombia.travel/es/blog/turismo-de-naturaleza-y-ecoturismo-cual-es-la-diferencia#:~:text=El%20ecoturismo%2C%20una%20forma%20de%20turismo%20de%20naturaleza&text=Seg%C3%BAAn%20The%20International%20Ecotourism%20Society,bienestar%20de%20la%20poblaci%C>
- Urreta, O. E. (2019). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. Editorial Paraninfo.
- Vallejo, R., Lindoso, E., & Vitar, M. (2020). Los orígenes históricos del turista y del turismo en España: La demanda turística en el siglo XIX. *Investigaciones de Historia Económica*. vol. 16. num. 1, 12-22.
- Vizcaino, L. (2021). *Están vivos, están muertos. El drama de la desaparición forzada de los 43 estudiantes de la Normal de Ayotzinapa*. Cali: Pontificia Universidad Javeriana.
- Wong, C., & Rowais, A. (2011). *Las contribuciones del turismo al crecimiento y desarrollo inclusivo y sostenible*. Madrid: UNWTO Tourism Highlights.



## *AVAL DE TRADUCCIÓN*

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

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“PERFIL DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN TIEMPOS DE PANDEMIA AÑO 2022”** presentado por: Chiluisa Pilatasig Mónica Elizabeth, egresada de la Carrera de: **Licenciatura en Ecoturismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, Septiembre del 2022.

Atentamente,



CENTRO  
DE IDIOMAS

Mg. Marco Paul Beltrán Semblantes  
**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC**  
CC: 0502666514


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

**DATOS PERSONALES**
**APELLIDOS** SAMPEDRO ARRIETA

**NOMBRES** MILTON ALBERTO

**ESTADO CIVIL** CASADO

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 0602636987

**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 2

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** RIOBAMBA 09 DE ENERO DEL 1976

**DIRECCION DOMICILIARIA:** RIOBAMBA

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 032393061

**TELÉFONO CELULAR:** 0984509068

**EMAIL INSTITUCIONAL:** milton.sampedro@utc.edu.ec

**TIPO DE DSICAPACIDAD:** N/A

**# DE CARNET DE CONADIS:** N/A

**ESTUDIOS REALIZADOS Y OBTENIDOS**

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

**PUBLICACIONES RECIENTES**

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

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

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

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



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE



**DATOS PERSONALES**

**APELLIDOS::** CHILUISA PILATASIG  
**NOMBRES:** MONICA ELIZABETH  
**ESTADO CIVIL:** SOLTERA

**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** PUJILI ,23 DE NOVIEMBRE 1993

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** PUJIL BARRIO CALVARIO SUR

**TELÉFONO CELULAR:** 0998929332

**EMAIL INSTITUCIONAL:** monica.chiluisa8206@utc.edu.ec

**TIPO DE DISCAPACIDAD:** N/A

**2. ESTUDIOS REALIZADOS**

NIVEL	INSTITUCION
Primaria	Escuela Anexa Machala de Chugchilan
Secundaria	Colegio Nacional Provincia de Cotopaxi

**3. CURSOS**

Idioma Italiano B1

**4. SEMINARIOS Y OTROS**

- I Seminario Internacional de Turismo y Vida Silvestre del Ecuador 2017
- I Seminario de Guianza y Ecoturismo
- Las Primeras Jornadas Internacionales De Turismo Sostenible
- I Congreso Binacional Ecuador – Perú Agropecuaria , Medio Ambiente y Turismo 2019
- II Seminario de Guianza y Excursionismo –Aprender ,Viajar y Coexistir 2019

-----  
**FIRMA**



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

Estimado (a) Participante:

El siguiente cuestionario tiene como propósito obtener información sobre el perfil del turista de la Provincia de Chimborazo en tiempos de pandemia año 2022, con la finalidad de aportar a la reactivación turística del Ecuador.

Encuesta N°: \_\_\_\_\_

Atractivo Turístico: \_\_\_\_\_

DEMOGRÁFICA

1. ¿Nacionalidad? ¿Dónde nació? Ecuatoriana
2. ¿Residencia? Guayaquil
3. ¿Edad? 19
4. ¿Genero?
- a) Masculino
- b) Femenino
- c) Otros
5. ¿Estado civil?
- a) Soltero
- b) Casado
- d) Viudo
- e) Unión Libre
6. Situación Laboral:
- a) Estudiante
- b) Empleado público
- c) Jubilado
- d) Empleado Privado
- e) Desempleado
- f) Otros

SOCIOECONÓMICAS

7. ¿Promedio mensual de ingresos?
- a) Sin ingresos
- b) Un Salario básico unificado (\$400)
- c) \$401 a \$1000
- d) \$1001 a \$2000
- e) Más de \$2001 USD.
8. ¿Nivel de estudios?
- a) Educación Básica
- b) Bachillerato
- c) Técnico
- d) Tercer nivel
- e) Cuarto nivel
9. ¿Con quién viaja?
- a) Solo
- b) Amigos
- c) Familia
10. Adultos mayores de 16 ..... 1
11. Adultos menores de 16 ..... 1
12. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia de Chimborazo?
- a) De 0 a 100 USD.
- b) De 101 a 200 USD.
- c) De 201 a 300 USD.
- d) De 301 a 400 USD.
- e) Más de 400 USD.
13. ¿Qué porcentaje del gasto destinó para?:
- a) Alojamiento  30
- b) Alimentación  30
- c) Transporte  40
- d) Otros (Especifique otro) \_\_\_\_\_

MOTIVACIÓN

14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?
- a) Relajación
- b) Salud
- c) Atractivos turísticos del lugar
- d) Otros (Especifique) \_\_\_\_\_
15. ¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Chimborazo?
- Volcan Chimborazo
16. ¿Qué tiempo estimó para su visita a la Provincia de Chimborazo?
- a) De 0 a 1 día
- b) De 1 día a 2 días.
- c) De 3 a 4 días.
- d) Más de 4 días.

- 17 ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia de Chimborazo?
- a) Referencias familiares
- b) Redes sociales
- c) Televisión
- d) Páginas web
- e) Operadoras turísticas
- f) Otros (Especifique).....
- 18 ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?
- a) Cada semana
- b) Cada mes
- c) Cada feriado
- d) Otros (Especifique).....
- 19 ¿Cuántas veces ha visitado la Provincia de Chimborazo?
- a) Es la primera vez
- b) Es la segunda vez
- c) Frecuentemente
- d) Otro (Especifique).....

#### PREFERENCIAS

20 ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?

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

21 ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?

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

22 ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?

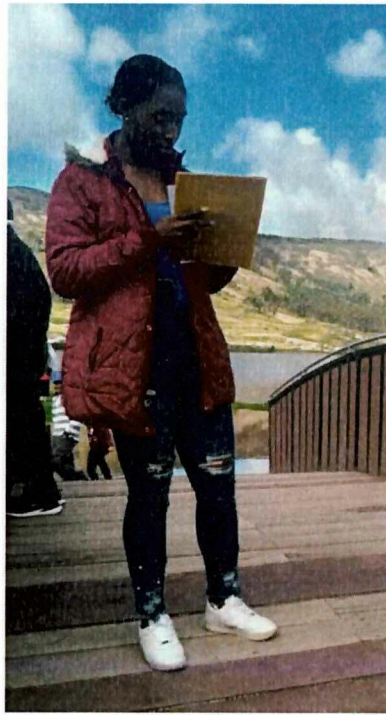
- a) Hotel
- b) Hostal
- c) Hosteria
- d) Lodge
- e) Caldas
- f) Otro (Especifique).....

23 ¿Seleccione la actividad rutinaria que más le guste hacer?

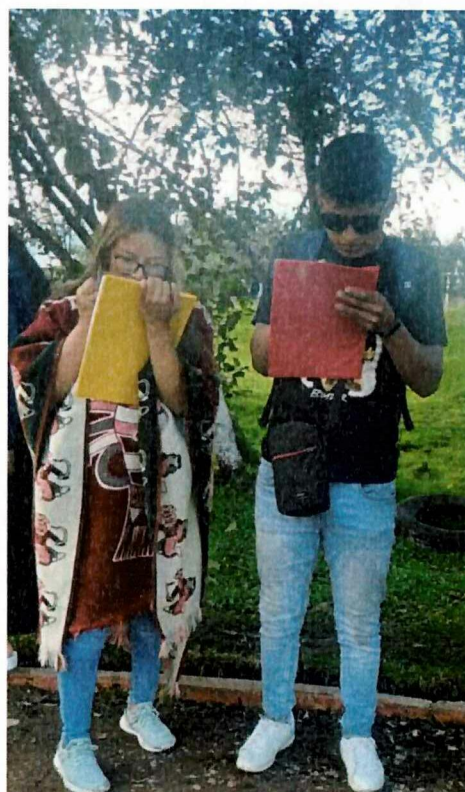
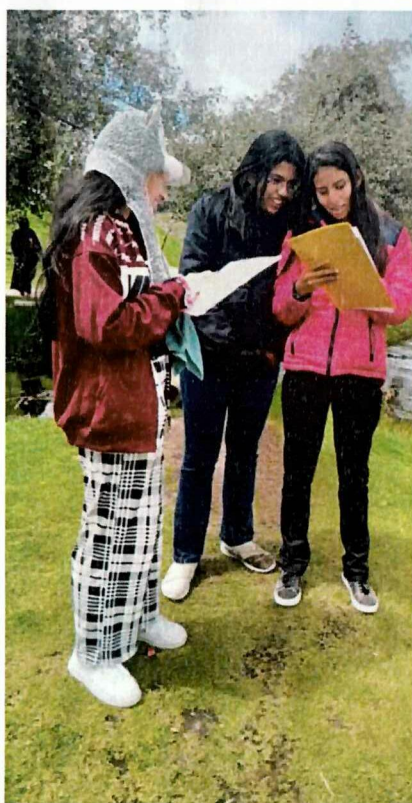
- a) Caminata
- b) Pesca
- c) Natación
- d) Pícnic
- e) Deportes
- f) Otro (Especifique).....

24 ¿A través de qué medio de transporte viajó a la Provincia de Chimborazo?

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



Tomado por :Magaly Chiluisa



Tomado por :Magaly Chiluisa