



**Dinamización del Turismo de Aventura a través del Turismo de Montaña en la Parroquia
El Chaupi - Cantón Mejía**

Otáñez Albán, Katherine Paola

Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Administración Turística y

Hotelera

MSc. Sotomayor Mosquera, Patricio Ramiro

21 de agosto del 2021



Document Information

Analyzed document	2. UKUND Tesis Otanez Katherine.docx (D111526852)
Submitted	8/21/2021 2:56:00 AM
Submitted by	Sotomayor Mosquera Patricio Ramiro
Submitter email	prsotomayor@espe.edu.ec
Similarity	10%
Analysis address	prsotomayor.espe@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / REPORTE 1ER PARCIAL 11.pdf Document REPORTE 1ER PARCIAL 11.pdf (D110273885) Submitted by: aeyaguapaz@espe.edu.ec Receiver: lrdelacruz.espe@analysis.orkund.com	67
W	URL: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13310/1/T-ESPEL-ITH-0072.pdf Fetched: 11/13/2019 5:43:03 AM	9
SA	ANEXO 01. INFORME DE INVESTIGACIÓN MGS. DANILO QUINTANA TUTOR (1).pdf Document ANEXO 01. INFORME DE INVESTIGACIÓN MGS. DANILO QUINTANA TUTOR (1).pdf (D110892591)	5
W	URL: https://docplayer.es/161286991-Universidad-central-del-ecuador-facultad-de-comunicacion-social-carrera-de-turismo-historico-cultural.html Fetched: 6/14/2021 6:18:02 AM	1
SA	CARLOSAMA P. tesis final.pdf Document CARLOSAMA P. tesis final.pdf (D36179484)	2
SA	loma urco final.pdf Document loma urco final.pdf (D36659046)	3

Firma:

Lcdo. Sotomayor Mosquera Patricio Ramiro Mgr.

DIRECTOR

C.C. 1708031743



DEPARTAMENTO CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “Tema: Dinamización del Turismo de Aventura a través del Turismo de Montaña en la Parroquia El Chaupi - Cantón Mejía” fue realizado por la señorita Katherine Paola Otáñez Albán, el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto, cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 20 de agosto del 2021

Firma:

Msc. Sotomayor Mosquera, Patricio Ramiro

CC: 1708031743



DEPARTAMENTO CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo, **Katherine Paola Otáñez Albán** con CI: 1718255761, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Dinamización del Turismo de Aventura a través del Turismo de Montaña en la Parroquia El Chaupi - Cantón Mejía”**, es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangoquí, 20 de agosto del 2021

Firma:

Otáñez Albán, Katherine Paola

CC: 1718255761



**DEPARTAMENTO CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, **Katherine Paola Otáñez Albán** con CI: 1718255761, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **“Dinamización del Turismo de Aventura a través del Turismo de Montaña en la Parroquia El Chaupi - Cantón Mejía”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 20 de agosto del 2021

Firma:

Otáñez Albán, Katherine Paola

CC: 1718255761

Dedicatoria

Llena de alegría y esperanza dedico este proyecto a cada uno de mis seres queridos que han sido parte de este largo camino de aprendizaje, sobre todo a mi madre Alida Albán por su apoyo en mi camino profesional.

Dedicado a la comunidad montañera de Ecuador y todos aquellos que comparten el gusto por caminar sobre los Andes.

Agradecimiento

Gracias a mis padres que con sus cuidados y apoyo me han permitido llegar a este logro profesional.

Agradezco especialmente a mi tutor y profesor Patricio Sotomayor que desde los primeros semestres de la carrera de turismo incentivó el gusto por las actividades al aire libre y montañismo.

Gracias a Pablo Chiquiza, miembro de la ASEGUIM por su apoyo tanto logístico y operativo, además de su predisposición por compartir sus conocimientos en el desarrollo de este proyecto.

Gracias a todos los amigos y compañeros de aventuras de montaña por apoyar mi gusto por esta actividad.

Índice de contenido

Similitud de contenido	2
Certificado del director	3
Responsabilidad de Autoría	4
Autorización de publicación	5
Dedicatoria	6
Agradecimiento	6
Índice de contenido	7
Índice de Tablas	11
Índice de Figuras	14
Resumen	16
Abstract	17
Introducción	18
Línea de Investigación	20
Planteamiento del problema	20
Hipótesis	23
Hipótesis Alternativa	23
Hipótesis Nula	23
Pregunta de investigación	23

	8
Determinación de variables	24
Árbol de problemas	24
Objetivos	25
Objetivo general	25
Objetivos específicos	25
Capítulo I	39
Marco teórico	39
Criterios del Índice de Desarrollo del Turismo de Aventura (ATDI)	39
Teoría de Sistema Turístico	43
Índice de Potencialidad Turística	46
Protocolos Bio seguridad	48
Marco Referencial	53
Instrumentos Referenciales.....	55
Marco Conceptual	56
Marco Legal	69
Constitución de la República.....	69
Plan Nacional del Buen Vivir	70
Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida.....	71
Ley de Turismo	72
Reglamento de Operación Turística de Aventura.....	74
Reglamento especial de Turismo el Áreas Naturales Protegidas	75

	9
Reglamento de Guianza Turística.....	76
Estatutos de la Asociación de Guías de Montaña de Ecuador (ASEGUIM).....	78
Capítulo II	81
Metodología	81
Desarrollo Metodológico.....	82
Tipología de la Investigación.....	82
Instrumentos para la Recolección de Información.....	86
Procedimiento para la Recolección de Datos.....	94
Población y Muestra.....	94
Procedimiento para tratamiento y análisis de información.....	112
Diagnóstico Situacional	112
Capítulo III	123
Análisis de Resultados Obtenidos	123
Análisis de Criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI) de la parroquia El Chaupi	123
Seguridad y Cordialidad.....	123
Aventura.....	126
Predisposición del Destino.....	127
Observación de Campo	128
Fichas de Observación.....	129
Cuestionarios.....	146

	10
Encuesta a los Turistas de Montaña.....	153
Perfil del Turista de Montaña.	195
Capítulo IV	198
Discusión	198
Propuestas	198
Propuestas Turismo de Montaña en Base a Criterios ATDI y Bioseguridad	199
Ruta Turística con Varios Recorridos de Turismo de Montaña en el Chaupi	204
Medidas de Bioseguridad en Actividades al Aire Libre	206
Consejos para ciclismo de montaña	207
Conclusiones	209
Recomendaciones	211
Bibliografía	213
Anexos	226

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Variables de la investigación</i>	24
Tabla 2 <i>Indicadores por objetivo</i>	26
Tabla 3 <i>Criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI)</i>	42
Tabla 4 <i>Instrumentos para la recolección de información</i>	86
Tabla 5 <i>Operadoras de Turismo de montaña El Chaupi</i>	95
Tabla 6 <i>Valorización de Operadoras de Turismo de montaña El Chaupi</i>	96
Tabla 7 <i>Inventario de Prestadores de Servicios Turísticos</i>	100
Tabla 8 <i>Valorización de Prestadores de Servicios Turísticos de El Chaupi</i>	101
Tabla 9 <i>Inventario de Atractivos de Turismo de montaña El Chaupi</i>	104
Tabla 10 <i>Valorización de Atractivos de Turismo de montaña El Chaupi</i>	106
Tabla 11 <i>Ficha de Observación 1</i>	129
Tabla 12 <i>Ficha de Observación 2</i>	133
Tabla 13 <i>Ficha de Observación 3</i>	136
Tabla 14 <i>Ficha de Observación 4</i>	139
Tabla 15 <i>Ficha de Observación 5</i>	142
Tabla 16 <i>Check list de observación</i>	145
Tabla 17 <i>Codificación de variables</i>	153
Tabla 18 <i>Procedencia</i>	156
Tabla 19 <i>Género</i>	157
Tabla 20 <i>Edad</i>	158
Tabla 21 <i>Nivel académico</i>	160
Tabla 22 <i>Ocupación</i>	161
Tabla 23 <i>Ingreso mensual</i>	162

	12
Tabla 24 <i>Frecuencia de visita a montañas</i>	164
Tabla 25 <i>Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia</i>	165
Tabla 26 <i>Acompañantes en montaña</i>	167
Tabla 27 <i>Propiedad de equipos</i>	168
Tabla 28 <i>Grado de interés en visita Chaupi</i>	169
Tabla 29 <i>Razón de visita el Chaupi</i>	170
Tabla 30 <i>Frecuencia de visita al Chaupi</i>	171
Tabla 31 <i>Medio de transporte</i>	173
Tabla 32 <i>En consideración al viajar</i>	174
Tabla 33 <i>Atractivos de turismo de montaña</i>	176
Tabla 34 <i>Interés en atractivos alternativos</i>	177
Tabla 35 <i>Lugares alternativos de visita</i>	179
Tabla 36 <i>Servicios complementarios</i>	180
Tabla 37 <i>Pilares ATDI</i>	182
Tabla 38 <i>Tiempo de visita</i>	184
Tabla 39 <i>Gasto</i>	185
Tabla 40 <i>Recepción de información</i>	187
Tabla 41 <i>Imagen de destino</i>	192
Tabla 42 <i>Correlación bivariada de Spearman</i>	191
Tabla 43 <i>Correlación bivariada de TAU-B DE KENDALL</i>	192
Tabla 44 <i>Correlación bivariada de RHO DE SPEARMAN</i>	198

Tabla 45 *Propuestas Turismo de Montaña en Base a Criterios ATDI y Bioseguridad*

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Modelo teórico de Beni</i>	45
Figura 2 <i>Representación de la jerarquía en la relación entre turismo, turismo alternativo, ecoturismo y turismo de montaña</i>	58
Figura 3 <i>Diferencias entre montañismo, andinismo y alpinismo</i>	60
Figura 4 <i>Metodología</i>	81
Figura 5 <i>Tipología de investigación</i>	84
Figura 6 <i>Muestreo no probabilístico</i>	110
Figura 7 <i>Mapa del relieve</i>	113
Figura 8 <i>Límites de la Parroquia El Chaupi</i>	113
Figura 9 <i>PEA por rama de actividad de El Chaupi</i>	114
Figura 10 <i>Mapa de ecosistemas</i>	117
Figura 11 <i>Áreas naturales protegidas de la parroquia El Chaupi</i>	117
Figura 12 <i>Espacios públicos y áreas de esparcimiento</i>	119
Figura 13 <i>Atractivos turísticos</i>	120
Figura 14 <i>Operadoras turísticas</i>	121
Figura 15 <i>Alojamiento</i>	121
Figura 16 <i>Transporte</i>	121
Figura 17 <i>Procedencia</i>	153
Figura 18 <i>Género</i>	157
Figura 19 <i>Edad</i>	158
Figura 20 <i>Nivel académico</i>	160
Figura 21 <i>Ocupación</i>	161
Figura 22 <i>Ingreso mensual</i>	163

	15
Figura 23 <i>Frecuencia de visita montañas</i>	164
Figura 24 <i>Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia</i>	166
Figura 25 <i>Acompañantes en montaña</i>	167
Figura 26 <i>Propiedad de equipos</i>	168
Figura 27 <i>Grado de interés en visita Chaupi</i>	169
Figura 28 <i>Razón de visita al Chaupi</i>	170
Figura 29 <i>Frecuencia de visita al Chaupi</i>	172
Figura 30 <i>Medio de transporte</i>	173
Figura 31 <i>En consideración al viajar</i>	175
Figura 32 <i>Atractivos de turismo de montaña</i>	176
Figura 33 <i>Interés en atractivos alternativos</i>	178
Figura 34 <i>Lugares alternativos de visita</i>	179
Figura 35 <i>Servicios complementarios</i>	181
Figura 36 <i>Pilares ATDI</i>	183
Figura 37 <i>Tiempo de visita</i>	184
Figura 38 <i>Gasto</i>	186
Figura 39 <i>Recepción de información</i>	187
Figura 40 <i>Imagen de destino</i>	189
Figura 41 <i>Perfil del Turista de Montaña</i>	196
Figura 42 <i>Ruta Turística con Varios Recorridos de Turismo de Montaña en el Chaupi</i>	204
Figura 43 <i>Medidas de Bioseguridad en Actividades al Aire Libre</i>	206
Figura 44 <i>Consejos para ciclismo de montaña</i>	207

Resumen

El objetivo del presente trabajo es analizar la situación actual del turismo de montaña en la parroquia el Chaupi, ubicada a 70 kilómetros de la capital, para conocer si esta modalidad podría ser potencializada debido a la peculiaridad geográfica y ubicación estratégica en el medio de una zona limitada por montañas. La metodología propuesta es cualitativa y cuantitativa. La herramienta de investigación secundaria es una revisión documental de fuentes secundarias con organización de la información y análisis descriptivo. Posteriormente como investigación primaria se realizará in situ la observación de los atractivos de montaña con potencial; un análisis de demanda mediante encuestas con un cuestionario a las personas que ingresen al área protegida durante el periodo de estudio y entrevistas con cuestionarios estructurados a actores clave. Finalmente con el diagnóstico del turismo de montaña obtenido se realizará un marco propositivo de mejoras para que el mismo pueda potencializarse y protocolos de bio-seguridad para actividades de montaña en la zona. El alcance del estudio se realiza en la parroquia del Chaupi en los meses de diciembre 2020 a julio del 2021. Se pretende que el presente trabajo aporte al debate académico sobre la temática.

Palabras claves:

- **TURISMO DE MONTAÑA**
- **TURISMO DE AVENTURA**
- **DINAMIZACIÓN**
- **CRITERIOS ATDI**

Abstract

The objective of this work is to analyze the current situation of mountain tourism in the El Chaupi, located 70 kilometers from the capital, to know if this modality could be potentiated due to the geographical peculiarity and strategic location limited by mountains. The proposed methodology is qualitative and quantitative. The secondary research tool is a documentary review of secondary sources with organization of the information and descriptive analysis. Later, as primary research, the observation of the mountain attractions with potential will be carried out in situ; a demand analysis through surveys with a questionnaire to people who enter the protected area during the study period and interviews with structured questionnaires to key actors. Finally, with the diagnosis of mountain tourism obtained, a propositional framework of improvements will be made so that it can be potentiated and bio-security protocols for mountain activities in the area. The scope of the study is carried out in the parish of Chaupi from December 2020 to July 2021. It is intended that this work contributes to the academic debate on the subject. *Keywords:*

- **MOUNTAIN TOURISM**
- **ADVENTURE TOURISM**
- **DYNAMIZATION**
- **ATDI CRITERIA**

Introducción

Turismo, según la OMT es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, por motivos personales o de negocios profesionales. A nivel mundial existen dos grandes tendencias, turismo tradicional y turismo alternativo, y dentro de este último la modalidad turismo de montaña. (Zamorano, 2008, p. 225)

El potencial económico que tiene el turismo para varias comunidades rurales cercanas a montañas es claro ya que en la mayoría de regiones montañosas del mundo las posibilidades de los pobladores locales para generar ingresos son limitadas. La agricultura y ganadería son el motor de las economías locales, pero se enfrentan a dificultades como la erosión y baja competitividad en el mercado. Por consiguiente, dinamizar y diversificar las fuentes de ingresos no es a menudo una opción si no una necesidad para las familias de las regiones de montaña.

Los sistemas montañosos ofrecen posibilidades para toda clase de turistas: los aficionados al deporte acuden allí a practicar senderismo y montañismo. Otros van simplemente a deleitarse con sus paisajes en los múltiples miradores. En los valles remotos y en las cumbres de las montañas, muchas plantas endémicas invitan a los visitantes a descubrir una biodiversidad única. Los interesados en el patrimonio cultural encuentran fascinantes destinos a lo largo de los caminos incas, ruinas y observatorios astronómicos de los Andes. Por otra parte, el turismo tiene el riesgo de causar daño a los bienes y servicios ecológicos, comprometer las identidades culturales y aumentar las desigualdades sociales (Debarbieux, Oiry Varacca, Rudaz, Maselli, Kohler, & Jurek, 2014, p. 6).

En el 2019 se realizó en Alemania la IV Conferencia Euroasiática de Turismo de Montaña de la OMT, que buscaba generar nuevos enfoques y una visión particular para promover el turismo sostenible en los destinos de montaña, lo que demuestra su importancia de

estudio a nivel mundial. (UNWTO, 2019).

En Ecuador el turismo de montaña es poco estudiado, los principales destinos visitados por turistas son Cotopaxi, Ilinizas, Rucu Pichincha, Chimborazo y Cayambe; observándose que a partir del confinamiento se dio más popularidad en esta modalidad de turismo al ser su campo de acción en áreas abiertas. Las actividades más demandadas son trekking, escala y ciclismo de montaña. (Rojas, 2009).

Es importante destacar que las montañas son cada vez más habitadas por personas inclusive las zonas de amortiguamiento dentro de áreas protegidas se ven cada vez más pobladas, y según (FAO, 2014), alrededor de 82 millones de personas viven en zonas de montaña, localidades con su principal fuente de ingreso en la agricultura (Sayadi, S. & Calatrava, J, 2001).

El desarrollo del turismo en la parroquia El Chaupi se centra en las actividades de turismo de aventura, principalmente turismo de montaña ya que las características del relieve son aptas para actividades como el senderismo, montañismo y ciclismo de montaña, por ello surge la siguiente pregunta de investigación: ¿El turismo de montaña en la parroquia El Chaupi tiene suficiente potencial para dinamizar el turismo de aventura dentro de la parroquia? La elección de esta parroquia es debido a su ubicación geográfica en la cordillera ya que "Chaupi" significa medio o mitad (SIGMA, 2015, p. 93) y se constituye como un punto central de operación para el turismo de montaña tanto en los Ilinizas, como en Mejía que es conocido como el Valle de los 9 volcanes (Atacazo, La Viudita, Ninahuilca, Corazón, Ilinizas, Rumiñahui, Sincholagua, Pasochoa y Cotopaxi).

Línea de Investigación

De acuerdo con la naturaleza de esta investigación la línea base a la que se apegará es “**Turismo de Aventura**” ya que en esta se analiza los aspectos necesarios para la dinamización del turismo de montaña, detallado a continuación:

- Características, descripción física – ambiental, recursos naturales, culturales y servicios de apoyo, criterios del desarrollo de turismo de aventura (ATDI), Protocolos de bioseguridad para deportes de montaña.
- Demanda del turismo de montaña: motivación, actividades y actitudes.

Planteamiento del problema

El problema que se presenta en la investigación es la existencia de un aprovechamiento inadecuado de los recursos de turismo de montaña en la parroquia El Chaupi debido a la falta de estudio en la academia sobre el turismo alternativo en su modalidad de turismo de montaña enfocado en esta parroquia que forma parte del Valle de los Volcanes y además cuenta con una ubicación estratégica en el medio de este sector y presentan un gran potencial para ser revitalizado con una diversificación de actividades económicas hacia el sector turismo ya que el motor productivo de El Chaupi se centra en la agricultura y ganadería.

En la parroquia El Chaupi existen varias alternativas para realizar turismo de montaña con actividades en baja, media y alta montaña; desde excursionismo, caminata, ascensiones, ciclo turismo y cabalgatas en media montaña, hasta andinismo en alta montaña. Sin embargo, las autoridades competentes lo han dejado a un limitado aprovechamiento del potencial turístico y social de la promoción de estos sectores, estancando el desarrollo comunitario de las

poblaciones rurales. Existen limitadas agencias de viajes que se dedican a la promoción de turismo organizado en espacios de montaña en la parroquia de El Chaupi. Al no existir una promoción adecuada de los recursos turísticos se produce una limitada oferta turística, lo cual afecta al flujo de turistas. El desinterés que existe en la comunidad por la práctica de turismo de montaña, afecta a tal punto que se desvalorizan los recursos naturales.

En los últimos años en el Ecuador ha surgido una nueva actividad turística: el turismo rural, del cual forma parte el turismo de montaña. Dicho turismo está enfocado en fomentar las actividades agrícolas y ganaderas que se practican en las haciendas tradicionales y a la vez ofrecer los servicios de alojamiento y alimentación, excursiones a caballo, paseo por las instalaciones y también practicar la vida rural del país; todo esto complementado con la actividad montañista que puede desarrollarse en El Chaupi.

En el cantón Mejía pocas personas incursionan en esta actividad, los pobladores no conocen de que se trata esta nueva modalidad de turismo. Con el surgimiento de la actividad del turismo rural y turismo de montaña en el cantón, lo convertirá en un sitio idóneo para los turistas interesados en disfrutar del paisaje de los páramos, practicar las actividades de la vida diaria de las haciendas y las actividades afines al montañismo; es decir que el turismo de montaña puede abarcar varios campos de acción.

El Chaupi, parroquia rural del cantón Mejía, agrícola y ganadera, con una extensión de 254 km², ubicada a 33 km de Quito en la ruta turística “Avenida de los Volcanes” y en el cantón Mejía conocido como el “Valle de los 9 Volcanes”, cuenta con presencia de bosques y reservas ecológicas. La expansión de la frontera agrícola debido a la fuerte presencia de actividades productivas afecta a grandes extensiones de páramo, bosque tropical y áreas protegidas, especialmente en la cordillera occidental, donde la deforestación y las malas prácticas agrícolas generan problemas erosivos, ocasionando una pérdida gradual de productividad de los suelos. (SIGMA Consultores, 2015).

Se requiere inmediatamente la diversificación de los ingresos rurales no agrícolas, para ello la principal alternativa es la consolidación del turismo como actividad económica.

Para definir el problema de manera más específica, se puede utilizar varias metodologías como el árbol de problemas. Se manifiesta que es importante desarrollar el presente trabajo de investigación porque la parroquia El Chaupi carece de un ambiente óptimo para el turismo de montaña y por ello se busca que sea potencializado de manera general, ya que existe un gran territorio que puede ser aprovechable en su mayoría porque esta zona cuenta con buenas condiciones geográficas para que sea un punto de entrenamiento, aclimatación, turismo y práctica de actividades de montañismo en todos los niveles de intensidad ya que al poseer los llinizas Norte y Sur, inclusive permite la práctica de la modalidad de Alta Montaña.

El turismo no puede presentar un plan de acción hacia una solución única ya que cada punto geográfico tiene su realidad y factores. Esto abarca aspectos que van desde un clima propicio hasta una infraestructura confiable de transporte, desde servicios variados y de alta calidad hasta una estabilidad social y política, e incluye requisitos administrativos mínimos con los entes de control nacionales y locales.

Con la presente investigación se pretende generar un efecto de cambio para favorecer la dinamización del turismo de montaña en El Chaupi, con base en una propuesta adecuada.

En caso de no realizarse la presente investigación no se dispondría fácilmente de información acerca de las distintas elevaciones, rutas de acceso, equipos necesarios y prestadores de servicios turísticos. La población al desconocer la existencia de los diferentes destinos no podría disfrutar de los mismos, al no existir información adecuada, las personas solo realizarían la actividad de manera empírica y en muchos casos inadecuadamente. (Ver Apéndice A. Árbol de problemas).

Hipótesis

El Turismo de Montaña en la parroquia El Chaupi tiene suficiente potencial para aportar a la dinamización del turismo de aventura dentro de dicha parroquia.

Hipótesis Alternativa

La parroquia El Chaupi necesita un estudio enfocado a la dinamización del turismo de montaña.

Hipótesis Nula

El Turismo de montaña en la parroquia El Chaupi no tiene potencial para dinamizar la economía de la población.

Pregunta de investigación

¿El turismo de montaña en la parroquia El Chaupi tiene suficiente potencial para dinamizar el turismo de aventura dentro de la parroquia?

Determinación de variables

Sobre la base de los objetivos; general y específicos, se determinan las variables dependiente e independientes de la investigación no experimental.

Tabla 1

Variables de la investigación

Variables	Variable Independiente	Variable Dependiente
Turismo de montaña		x
Recurso turístico	x	
Unidad territorial	x	
Características generales de la demanda	x	
Actividades realizadas por la demanda en turismo de montaña	x	
Opinión o actitudes de la demanda ante el turismo de montaña	x	
Seguridad y cordialidad del destino	x	
Caracterización del turismo de aventura en el destino	x	
Predisposición turística del destino	x	

Nota. Se pretende por medio de la investigación descriptiva y análisis estadístico correlacional determinar si las variables tienen relación y cuál es el grado de esta relación.

Árbol de problemas

(Ver Apéndice A. Árbol de problemas).

Objetivos

Objetivo general

- Proponer un plan estratégico para potencializar el turismo de montaña en la parroquia El Chaupi como un elemento dinamizador del turismo de aventura.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la información referente a la presente investigación sobre el turismo de montaña por medio de fuentes primarias y secundarias para tener una base sólida sobre la misma y generar resultados significativos.
- Diagnosticar el estado actual de la parroquia El Chaupi mediante la caracterización de los atractivos turísticos de montaña de la parroquia para identificar las particularidades de cada uno.
- Diseñar los lineamientos estratégicos, para potencializar el turismo de montaña como una alternativa de aprovechamiento turístico en base a los criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI) con adaptación de protocolos de bioseguridad para actividades de montaña en la zona.

Tabla 2

Indicadores por objetivo

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
Diagnosticar el estado actual de la parroquia El Chaupi mediante la caracterización de los atractivos turísticos de montaña de la parroquia para identificar las particularidades de cada uno.	Hipótesis alternativa: La parroquia El Chaupi necesita un estudio enfocado a la dinamización del turismo de montaña.	Recurso turístico	Particularidad	Número de recursos con atributos singulares	¿El atractivo cuenta con recursos de atributos importantes que le otorguen una singularidad especial que lo diferencien y distinguen?	Fuente primaria: observación y entrevista
			Estado de conservación	Grado de integridad física	¿Cuál es el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del recurso?	
			Accesibilidad	Grado de acceso	¿Cuál es el grado de acceso, es decir, facilidad de llegar a un lugar en términos de distancia desde el inicio del camino o sendero a este?	

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
		Unidad territorial	Concentración	Número de recursos por unidad territorial de análisis.	¿Con cuántos recursos naturales y/o culturales cercanos cuenta el atractivo?	Fuente primaria: observación y entrevista
			Diversidad	Existencia de recursos naturales, culturales y servicios de apoyo	¿Cuál es la variedad de recursos naturales y/o culturales o la complementariedad de los mismos?	
			Calidad visual del paisaje	Grado de excelencia del paisaje	¿Cuál es el grado de excelencia o mérito del paisaje del atractivo, en función del análisis y valoración de sus atributos biofísicos, estéticos y estructurales?	
Fundamentar teóricamente la información referente a la presente investigación sobre el turismo de montaña por medio de fuentes primarias y secundarias para tener una base sólida sobre la misma y generar resultados significativos	Hipótesis: El Turismo de Montaña en la parroquia El Chaupi tiene suficiente potencial para aportar a la dinamización del turismo de aventura dentro de dicha parroquia.	Características generales	Variables demográficas	Procedencia	¿Cuál es su lugar de procedencia? -Nacional -Extranjero	Fuente primaria: encuesta
				Género	¿Cuál es su género? -Masculino -Femenino	

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
		Características generales	Variables demográficas	Edad	¿Qué edad tiene? -Entre 15 y 25 años - Entre 26 y 35 años - Entre 36 y 45 años - Entre 46 y 55 años - Mayor a 56 años	Fuente primaria: encuesta
				Nivel Académico	¿Cuál es su nivel académico? - Primaria -Secundaria -Tercer Nivel - Cuarto Nivel	
				Ocupación	¿Cuál es su ocupación? -Estudiante -Emprendedor -Ama de casa - Empleado público -Empleado privado - Jubilado	
			Variables socio-económicas	Nivel de ingresos	¿Cuál es su nivel de ingresos mensual? -\$0 a \$500 - \$501 a \$1000 - \$1001 a \$1500 - más de \$1500	

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
				Frecuencia de visita a montañas	¿Con qué frecuencia asciende una montaña? -Más de una vez al mes - Una vez al mes - Una vez cada 3 meses - Una vez cada 6 meses - Una vez al año - Menos de una vez al año	
				Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia	¿Qué tanto ha disminuido su frecuencia de visita a destinos de montaña a partir de la pandemia (marzo 2019)? Nada (1) Completamente (5)	
		Actividad en montaña	Variables conductuales	Acompañantes en montaña	Usualmente cuando visita un atractivo de montaña ¿Usted lo realiza? -Solo -En pareja - Con amigos - Con familia	Fuente primaria: encuesta
				Propiedad de equipos	Generalmente cuando asciende una montaña ¿Utiliza equipos de montaña? -Propios -Alquilados -Préstamo de amigos	

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
					<p>¿Cuál es su interés en realizar actividades de Turismo de montaña en El Chaupi? Nada (1) Completamente (5)</p>	
					<p>¿Cuál es la razón de su visita a la parroquia El Chaupi? -Naturaleza -Descanso -Ruralidad -Entretenimiento -Gastronomía -Recreación</p>	
		Opinión o actitudes	Variables psicográficas	Motivación	<p>¿Qué toma en consideración el momento de realizar un viaje? (seleccione los 3 más importantes) - Atractivos - Precio - Cercanía -Experiencia previa - Calidad - Seguridad - Normas de bioseguridad</p>	Fuente primaria: encuesta

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
				Temporalidad	¿Con qué frecuencia visita la parroquia El Chaupi? -Más de una vez al mes - Una vez al mes - Una vez cada 3 meses - Una vez cada 6 meses - Una vez al año - Menos de una vez al año	
				Transportación	¿Por qué medio de transporte se desplaza a la parroquia El Chaupi? -privado/propio - público - agencia de viajes/turístico	
		Opinión o actitudes	Variables psicográficas	Interés en atractivos	La Parroquia El Chaupi posee atractivos de turismo de montaña, entre los cuáles se han considerado los siguientes. ¿Cuáles le gustaría conocer o ya conoce? (Seleccione máximo 3) - Iliniza Norte - Iliniza Sur - Laguna entre Iliniza Norte y Sur - Bosque de Polylepis Ilinizas - Cerro Corazón ruta estación del tren	Fuente primaria: encuesta

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
					<p>¿Cuál es su grado de interés en conocer los atractivos alternativos de montaña de la parroquia El Chaupi? Totalmente interesado (1) Totalmente desinteresado (5)</p> <p>¿Qué lugares de la parroquia El Chaupi le gustaría visitar? (Seleccione las 3 más importantes) -Monte Pilongo - Cerro Saquigua -Complejo Chacarrero -Ruta de ciclismo Tres Marías -Zarapullo - Mirador de Loma Pucará - Laguna Cara Sur del Iliniza Sur</p>	Fuente primaria: encuesta

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
				Servicios complementarios	<p>¿Qué servicios (adicionales o complementarios) le gustaría encontrar cuando realiza turismo de montaña en El Chaupi? (seleccione los tres más importantes)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Líneas de transporte con mayor frecuencia -Establecimientos para alojamiento -Establecimientos de alimentos y bebidas - Establecimientos para alquiler de equipos de montaña - Puntos de información turística - Puntos de contacto con guías -Otro 	Fuente primaria: encuesta
		Opinión o actitudes	Variables psicográficas	Pilares ATDI (Índice de Turismo de Aventura)	<p>Un destino de turismo de montaña debe tener los siguientes pilares según la ATDI. ¿Cuáles usted ha observado que posee la Parroquia El Chaupi? (Seleccione los 3 más importantes) -</p> <ul style="list-style-type: none"> Políticas gubernamentales que apoyan al desarrollo sostenible -Seguridad - Recursos Naturales - Salud - Recursos culturales - Recursos de aventura - Emprendimiento - Humanitario -Infraestructura -Imagen de aventura/marca 	

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
			Variables psicográficas	Tiempo de visita	¿Qué tiempo destinaría para visitar los atractivos alternativos de montaña en El Chaupi? -1 día -2días -3 días o más	
				Gasto	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una ruta de turismo de montaña, en los atractivos de El Chaupi? 1 día o 2 días : -menos de \$20 -\$21 a \$40 -\$41 a \$60 -\$61 a \$100 más de \$100	
		Opinión o actitudes	Percepción del destino	Recepción de información	¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre los atractivos de montaña de El Chaupi? -Redes sociales -Revistas -Televisión -Agencias de turismo -Familiares o amigos -Club/gimnasios	Fuente primaria: encuesta
				Imagen de destino	¿La parroquia El Chaupi se puede considerar como un destino de turismo de montaña? (Con respecto a la variedad de recursos naturales y disponibilidad de infraestructura apropiada) -Totalmente de acuerdo (1) -Totalmente en desacuerdo (5)	

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
Diseñar los lineamientos estratégicos, para potencializar el turismo de montaña como una alternativa de aprovechamiento o turístico en base a los criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI) con adaptación de protocolos de bioseguridad para actividades de montaña en la zona.	Hipótesis: El Turismo de Montaña en la parroquia El Chaupi tiene suficiente potencial para aportar a la dinamización del turismo de aventura dentro de dicha parroquia	Seguridad y cordialidad	Políticas públicas para un desarrollo sustentable	Políticas del gobierno que apoyen e impulsen el desarrollo sostenible y turismo rural	¿Cuáles son las políticas de gobierno que apoyan e impulsan el desarrollo sostenible y el turismo rural?	Fuente secundaria: MINTUR
			Seguridad	Índice de Desempeño Ambiental	¿Cuál es el índice de desempeño ambiental de Ecuador?	Fuente secundaria: EPI (2018)
				Tasa de desempleo	¿Cuál es la tasa de desempleo de Ecuador?	Fuente secundaria: INEC
				Guías capacitados	¿Con cuántos guías capacitados en montaña cuenta Ecuador?	Fuente secundaria: ASEGUIM
			Rescate y control	¿Cuántos organismos de rescate y control tiene la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: ASEGUIM	
				Índice de percepción de corrupción	¿Cuál es el índice de percepción de corrupción de Ecuador?	Fuente secundaria: CPI (2018)
			Advertencias de viaje a nacionales y extranjeros	¿Se dan advertencias de viaje a nacionales y extranjeros en la parroquia El Chaupi?	Fuente primaria: encuesta, entrevista	
Recursos naturales	Densidad poblacional	¿Cuál es la densidad poblacional de la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: INEC			

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
			Recursos naturales	Concentración urbana	¿Cuál es la concentración urbana de la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: INEC
				Área natural como porcentaje del área total	¿Cuál es el porcentaje de área natural de la parroquia El Chaupi?	Fuente: Ministerio del ambiente
				Variedad de recursos naturales	¿Cuáles son los recursos naturales de la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: GAD El Chaupi; Fuente primaria: entrevista, encuesta
		Seguridad y cordialidad		Relación de área natural a superficie total	¿Cuál es el porcentaje de área natural en relación a la superficie total de la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: Ministerio del ambiente
			Salud	Número de camas de hospital	¿Con cuántas camas de hospital cuenta la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: Ministerio de salud
				Número de médicos	¿Cuántos médicos tienen la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: Ministerio de salud
				Número de enfermeras	¿Cuántas enfermeras tienen la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: Ministerio de salud
				Protocolos de bioseguridad en actividades de aventura	¿Cuáles son los protocolos de bioseguridad a aplicarse en las actividades de montaña en El Chaupi?	Fuente secundaria: ASEGUM-FEDME; Fuente primaria: entrevista, encuesta

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
		Aventura	Emprendimiento	Índice de libertad económica	¿Cuál es el índice de libertad económica de Ecuador?	Fuente secundaria: IEF (2019)
			Recursos de aventura	Especies amenazadas	¿Cuántas especies amenazadas tiene la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: Ministerio del ambiente
				Atractivos naturales	¿Cuáles son los atractivos naturales de la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: GAD El Chaupi; Fuente primaria: entrevista, encuesta
		Predisposición del destino	Humanitario	Índice del planeta feliz	¿Cuál es el índice planeta feliz de Ecuador?	Fuente secundaria: HPI (2018)
				Densidad de ONG	¿Cuántas ONG tiene Ecuador?	Fuente secundaria: Cancillería
			Infraestructura	Infraestructura primaria: caminos, aeropuerto, hospedaje, caminos	¿Cuál es la infraestructura primaria que tiene la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: GAD El Chaupi; Fuente primaria: entrevista, encuesta
				Infraestructura secundaria: señalización	¿Cuál es la infraestructura secundaria que tiene la parroquia El Chaupi?	

Objetivo	Hipótesis	Dimensiones	VARIABLES	Indicadores	Ítems	Fuente de Datos
			Infraestructura	Información accesible sobre patrimonio y cultura	¿La parroquia El Chaupi tiene información accesible sobre patrimonio y cultura?	Fuente secundaria: GAD El Chaupi; Fuente primaria: entrevista, encuesta
				Operadores de turismo de montaña	¿Cuántos operadores de turismo de montaña operan en la parroquia El Chaupi?	
				Proveedores de turismo de montaña: guías, interpretes, personal capacitado	¿La parroquia El Chaupi tiene proveedores de turismo de montaña?	
		Predisposición del destino	Recursos culturales	Patrimonio de la humanidad UNESCO	¿Cuántos recursos UNESCO tiene Ecuador?	Fuente secundaria: UNESCO
				Atractivos culturales	¿Cuáles son los atractivos culturales de la parroquia El Chaupi?	Fuente secundaria: GAD El Chaupi; Fuente primaria: entrevista, encuesta
			Marca	Imagen del destino de aventura	¿Cuál es la imagen de la parroquia El Chaupi como destino de aventura?	Fuente primaria: entrevista, encuesta

Nota. Indicadores por objetivo de investigación aplicados en instrumentos de recolección de información.

Capítulo I

Marco teórico

Criterios del Índice de Desarrollo del Turismo de Aventura (ATDI)

Además se complementa el estudio con la percepción de destino dentro de los Criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI) sobre la imagen de un destino puede ser uno de los aspectos más maleables de la competitividad del mercado. La imagen también es importante para guiar e influir en el desarrollo sostenible del mercado (ATDI, 2018). Se destacan 10 pilares fundamentales en la percepción de un destino de aventura:

1. Políticas gubernamentales que apoyan el desarrollo sostenible: Las políticas gubernamentales que apoyan y fomentan el desarrollo del turismo sostenible y rural son cruciales para la competitividad del mercado del turismo de aventura porque protegen los recursos naturales, patrimoniales y culturales del destino y proporcionan un clima de inversión positivo para el sector privado. Cuando se coordinan las acciones del sector público y privado, el sector privado florece, atrayendo inversión y desarrollo a una región.
2. Seguridad: Se examina cualitativamente si los operadores de aventura brindan seguridad a los viajeros y también si existen instalaciones para hacer frente a las lesiones relacionadas con los viajes.
3. Recursos naturales: Los viajeros de aventura quieren recursos naturales sin trabas y bien administrados. Los destinos con recursos naturales inusuales o raros, bien administrados y no explotados, recibirán grandes elogios de los viajeros de aventura y la competitividad sostenida del mercado.
4. Salud: Es más probable que una población local sana sea capaz de fomentar y nutrir

nuevos negocios y de cuidar sus recursos de manera responsable. Los países donde la atención médica está fácilmente disponible son más capaces de apoyar a los viajeros de aventura.

5. Recursos de aventura: Los deportes de aventura abarcan una variedad de actividades al aire libre basadas en la naturaleza, desde observación de aves hasta montañismo; rafting, escalar rocas, espeleología y parapente. Los destinos con recursos que se prestan al desarrollo de un deporte en particular, por ejemplo, glaciares excelentes para escalar en hielo o bosques con una gran cantidad de especies de aves, pueden encontrarse con una oportunidad de mercado y una ventaja competitiva sostenida.
6. Emprendimiento: La vitalidad y la fuerza de un mercado de aventuras se originan en la llamada "franja", esas empresas pioneras con ofertas inusuales que parecen atraer solo a un pequeño subconjunto de entusiastas de nicho. Las actividades que comienzan fuera de la corriente principal, o que parecen demasiado excéntricas para atraer a un mercado más amplio de viajes de aventura, parecen terminar de manera confiable como actividades principales: la creciente popularidad del snowboard es un buen ejemplo. Dada esta realidad, los destinos en los que el emprendimiento en el sector empresarial está prosperando tienen más probabilidades de ser competitivos en el mercado de los viajes de aventura.
7. Humanitario: El pilar humanitario está relacionado con el desarrollo humano en un país: la presencia de servicios básicos como el saneamiento, por ejemplo, y el potencial de viajes combinados de aventura y voluntariado. La tendencia hacia el turismo voluntario y su atractivo para los viajeros de aventura continuará desarrollándose; encontrar destinos en los que el voluntariado esté disponible será competitivo.
8. Infraestructura: Los viajeros de aventura, a diferencia de los turistas de paquetes convencionales, son con frecuencia menos sensibles a las deficiencias en

infraestructura dura, pero tal vez más sensibles que otros viajeros en lo que respecta a la conservación y la infraestructura de turismo blando. Si bien la infraestructura dura puede llevar una inversión de capital considerable y años para desarrollarse, a veces la infraestructura blanda requerida por los viajeros de aventura se puede desarrollar con relativamente poco gasto de capital.

9. Recursos culturales: Los viajeros de aventura están tan interesados en aprender sobre nuevas culturas como en explorar la naturaleza. Para el viajero de aventura, poder experimentar la cultura local de una manera auténtica es un resultado muy solicitado de la inversión en viajes. Los destinos que alientan a la gente local a preservar su cultura, incluso cuando las influencias modernas continúan dando forma y evolucionando a las costumbres locales, les va bien a los viajeros de aventura. Nuestro método no alienta a la gente local a convertirse en museos vivos del pasado o actores que escenifican costumbres obsoletas, sino a reconocer y honrar sus costumbres, reconociendo su contribución única al escenario mundial.
10. Imagen de aventura / marca: La imagen de un destino puede ser uno de los aspectos más maleables de la competitividad del mercado. La imagen también es importante para guiar e influir en el desarrollo sostenible del mercado. La imagen de un destino para la sostenibilidad y la oportunidad de aventura atraerá a los viajeros que valoran estos aspectos. A través de sus visitas y gastos, estas personas a su vez apoyarán aún más la sostenibilidad sostenible del país.

Tabla 3*Criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI)*

Criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI)	
	Políticas públicas para un desenvolvimiento sustentable
	Políticas del gobierno que apoyen e impulsen el desarrollo sostenible y turismo rural
	Índice de Desempeño Ambiental
	Tasa de desempleo
	Seguridad
	Guías capacitados
	Rescate y control
	Índice de percepción de corrupción
	Advertencias de viaje a nacionales y extranjeros
	Recursos naturales
	Densidad poblacional
	Concentración urbana
Seguridad y cordialidad	Área natural como porcentaje del área total
	Variedad de recursos naturales
	Relación de área natural a superficie total
	Salud
	Número de camas de hospital
	Número de médicos
	Número de enfermeras
	Protocolos de bio-seguridad en actividades de aventura

Criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI)		
Aventura	Emprendimiento	Índice de libertad económica
	Recursos de aventura	Especies amenazadas Atractivos naturales
Predisposición del destino	Humanitario	Índice del planeta feliz Densidad de ONG
	Infraestructura	Infraestructura primaria: caminos, aeropuerto, hospedaje, caminos
		Infraestructura secundaria: señalización
		Información accesible sobre patrimonio y cultura
	Operadores de turismo de montaña	
Proveedores de turismo de montaña: guías, interpretes, personal capacitado		
Recursos culturales	Patrimonio de la humanidad UNESCO Atractivos culturales	
Marca	Imagen del destino de aventura	

Nota. Los 10 pilares de la competitividad del mercado de aventura de ATDI son principios del desarrollo del mercado que impulsan el beneficio para las comunidades, celebran la cultura y protegen el medio ambiente (ATDI, 2018).

Teoría de Sistema Turístico

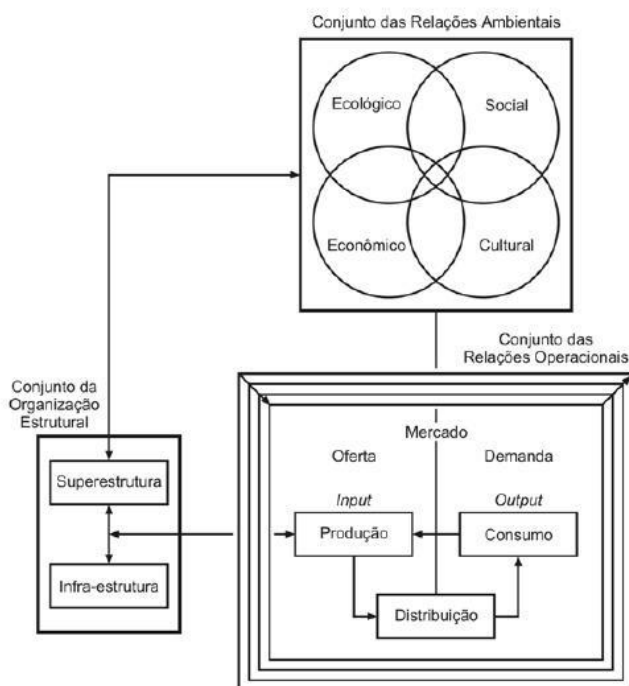
Basados en la interpretación de la teoría de sistemas aplicados a la rama turística, se define al Sistema de Turismo (SISTUR) como un conjunto de procedimientos, ideas y principios, ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la

actividad turística como un todo. Sitúa el turismo en toda su amplitud, complejidad y multi casualidad, en un esquema sintetizador y dinámico que demuestra las combinaciones de fuerzas y energías. El turismo no es un hecho aislado, pues el turista es la pieza central de un sistema, el cual, también está relacionado con varias actividades humanas. El turismo analiza elementos ambientales (ecológico, social, económico, cultural, tecnología); mercado (oferta, demanda) y la organización estructural (infraestructura, superestructura) (Beni, Análise Estrutural Do Turismo, 2000).

La acepción del turismo como sistema comprende un análisis multi disciplinar, en función de las interrelaciones entre los diferentes sistemas en que el ser humano participa como el económico, social, político, cultural, ecológico y tecnológico. Esto hace que el estudio del turismo implique el conocimiento general de estas diferentes áreas y sus interrelaciones. (Beni, 1998) buscó conceptualizar, describir y definir el SISTUR, identificando los componentes del sistema, sus relaciones de causa-efecto, y el surgir de subsistemas controladores y dependientes. Procuró también identificar y analizar otros sistemas antecedentes, interferentes y condicionantes de SISTUR. El modelo de Beni selecciona los elementos del sistema turístico de manera bastante adecuada, evitando lagunas y superposiciones presentes en los modelos anteriormente citados. Los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las Relaciones Ambientales, de la Organización Estructural, y de las Relaciones Operacionales (de Oliveira Santos, 2007).

Figura 1

Modelo teórico de Beni



Nota. Reproducido de "Análise Estrutural Do Turismo" (p. 49), por (Beni), 200, Revista de Turismo Contemporâneo.

Se define al Sistema de Turismo (SISTUR) como un conjunto de procedimientos, ideas y principios, ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística como un todo. Sitúa el turismo en toda su amplitud, complejidad y multi causalidad, en un esquema sintetizador y dinámico que demuestra las combinaciones de fuerzas y energías. El turismo no es un hecho aislado, pues el turista es la pieza central de un sistema. El turismo, también está relacionado con varias actividades humanas (Beni, 2000).

Boullón (2006) en su modelo de sistema turístico trata los elementos de demanda turística, planta turística, atractivos turísticos, oferta turística como servicios en el mercado

turístico, superestructura como los organismos públicos y privados especializados en turismo como sistema superior regulador, infraestructura, producto que son los bienes y servicios parte de la oferta y facilidades turísticas; los cuáles se encuentran interrelacionados y se complementan.

El modelo de sistema turístico de Molina y Rodríguez (2005) incluye un factor de sostenibilidad que se refiere a la parte social: la comunidad receptora que es directamente afectada por el impacto sociocultural. Además Leiper (1979) toma en cuenta en su modelo la importancia de la variable económica en la interacción de la oferta y demanda. En el modelo de Gunn y Var (2002) se consideran factores que antes no habían sido tomados en cuenta, tal es el caso de las políticas gubernamentales e incluso el financiamiento para la parte económica, factores que son básicos para el desarrollo del sistema turístico.

Índice de Potencialidad Turística

El índice de potencialidad turística desarrollado por Solís et al. (2012), es una ponderación de criterios para determinar la potencialidad turística de ambientes naturales, fue construido a base de experiencias de Chile e internacionales sobre metodologías y variables a utilizar en evaluaciones del potencial turístico de un territorio.

Los criterios que maneja el índice de potencialidad turística son los siguientes:

Por Recurso Turístico.

Particularidad. Recurso que cuenta con atributos importantes que le otorguen una singularidad especial que lo diferencien y distingan (Manual para la elaboración del Inventario Nacional de Recursos Turísticos, 2008).

Estado de Conservación. Grado de integridad física en que se encuentra un recurso, tanto desde el punto de vista de su situación original como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del recurso.

Accesibilidad. Grado de acceso, es decir, facilidad de llegar a un lugar en términos de distancia desde el inicio del camino o sendero a éste (Martínez, 2010).

Por Unidad Territorial.

Concentración. Número de recursos por unidad territorial de análisis. ^[1]_{SEP}

Diversidad. Variedad de recursos naturales y/o culturales o la complementariedad de los mismos mediante la integración de sitios con el fin de lograr una oferta competitiva (Pérez & Sereno).

Calidad Visual del Paisaje. Grado de excelencia o mérito que un determinado paisaje presenta, el cual es determinado en función del análisis y valoración de sus atributos biofísicos, estéticos y estructurales (Guía de Evaluación de Impacto Ambiental. Valor paisajístico en el SEIA, 2013).

Para realizar el cálculo del índice de potencialidad turística se utiliza la evaluación multicriterio a través del método de sumatoria lineal ponderada. El fin principal de este método no es la valoración del potencial turístico de un recurso en particular, si no definir el valor de las unidades territoriales de análisis para establecer un orden de prioridades en el trabajo de planificación y desarrollo del turismo, considerando el mejor aprovechamiento de los recursos humanos y económicos, los cuales son limitados. El valor turístico de cada zona, se establece en base a los recursos turísticos que en ella se ubican y las características propias en conjunto de la unidad (Solís M. , Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012).

La fórmula se detalla a continuación:

$$IPTx = V.P * Fpart + V.P * Fcons + V.P * Faccesib + V.P * Fconcentr + V.P * Fdiv + V.P * Fcal.paisaje$$

- IPT: Corresponde al Índice de Potencialidad Turística de un territorio
- Fpart: Particularidad ^[1]_{SEP}

- Fcons: Estado Conservación
- Faccesib: Accesibilidad
- Fconcentr: Concentración
- Fdiv: Diversidad^[1]_{SEP}
- Fcal.paisaje: Calidad de Paisaje

Protocolos Bio seguridad

Bioseguridad es un conjunto de normas, medidas y protocolos que son aplicados en múltiples procedimientos realizados en investigaciones científicas y trabajos docentes con el objetivo de contribuir a la prevención de riesgos o infecciones derivadas de la exposición a agentes potencialmente infecciosos o con cargas significativas de riesgo biológico, químico y/ físicos, como por ejemplo el manejo de residuos especiales y uso de barreras protectoras entre otros. (UDD, 2018, p. 1).

Medidas Generales bioseguridad para actividades al aire libre

- Lavado de manos con jabón antes y después de la salida, o donde se tenga acceso a un lavabo
- Uso de gel antibacterial durante el evento al aire libre
- Uso de mascarilla durante el traslado en el transporte o espacios cerrados
- Uso de mascarilla o tubular durante la caminata al aire libre
- Distanciamiento de por lo menos 1.5 metros con otras personas en todo momento
- Evitar el contacto de las manos con el rostro durante la actividad (ASEGUIM, Protocolos Covid-19, 2019, p. 6)

Medidas preventivas

- Toma de la temperatura a nuestros colaboradores y pasajeros en el lugar de encuentro antes de empezar la actividad. Las personas que tengan temperatura superior a 38

grados centígrados no podrán participar de la actividad

Distanciamiento físico

- Mantener al menos una distancia de 1.5 metros con otras personas
 - Individuo parado 1.5-2 metros
 - Caminata 4-5 metros
 - Correr +10 metros
 - Ciclismo en movimiento 20 metros (Ochoa, García, Guerra, & Garrido, 2019)
- No ingresar a restaurantes, refugios u establecimientos que no hayan reducido su aforo al 50% o el porcentaje vigente por el COE, organismo de regulación nacional y cantonal; y no hayan desinfectado su espacio.
- No relacionarse con personas ajenas al grupo (ASEGUIM, Protocolos Covid-19, 2019, p. 7)

Elementos personales

- Todos los montañistas, pasajeros y colaboradores deben portar el siguiente equipo durante todo el viaje para ser usado cuando sea necesario:
 - tapabocas o mascarilla
 - gel antibacterial
 - gafas
 - tubular
- Deben usarse elementos de protección personal cuando se encuentren en lugares públicos, cerrados y en momentos de interacción con otras personas ajenas al grupo
- No intercambiar el equipo personal
- No compartir el equipo de hidratación
- Los alimentos deben estar herméticamente sellados y protegidos del ambiente externo

(ASEGUIM, Protocolos Covid-19, 2019, p. 7)

Vestimenta

- De preferencia ropa de manga larga
- Tela de fácil secado, transpirable, repelente

Tamaño de grupos

- Grupos pequeños o familiares
- Reducción del radio guía/excursionista

Previo al viaje

- Pasajeros o colaboradores que presenten síntomas, aunque sean leves, no podrán realizar la actividad. Las personas con síntomas deben aislarse y solicitar atención médica
 - Síntomas comunes: Fiebre, cansancio, tos seca, malestar o dolor de cuerpo/cabeza
 - Síntomas probables: dolor de garganta, congestión nasal, diarrea
 - Síntoma grave: falta de aire (FEDME, Recomendaciones Post Covid 19 Deportes de Montaña, 2019)

Transporte

- La unidad de transporte operará con el 75% del aforo (medidas actuales COE)
- Uso de mascarilla de pasajeros y colaboradores obligatoria durante el viaje
- Las personas solas viajarán sentadas individualmente
- Las personas que viajan en familias o en parejas (amigos o matrimonios) podrán sentarse juntos
- Transporte desinfectado antes y después de la actividad, con cloro al 10% o alcohol al 80% de concentración

- Uso de alfombra de desinfección de zapatos al ingresar a la unidad
- Dispensadores de alcohol o gel desinfectante disponibles
- El acceso se realizará de uno en uno ocupando filas desde atrás hacia adelante, primero el asiento de la ventanilla y luego el del pasillo. El descenso se realizará en forma inversa

Al regresar a casa

- Lavado de cara y manos hasta el codo (preferible baño completo a brevedad posible)
- Colocación de ropa y material de montaña sucia para lavado completo en jabón o desinfección (Ochoa, García, Guerra, & Garrido, 2019)

Protocolos en escenarios específicos

Escalada en Roca

1. Seguir los lineamientos generales
2. Tratar de desinfectar las manos con frecuencia
3. Evitar colocar la cuerda en la boca a la hora de chapar.
4. Cada cliente debe usar su propio equipo, en caso de que no posean su equipo personal, entregarles los equipos debidamente sanitizados y una vez terminados de usar, desinfectarlos, según las especificaciones del material.
5. Evitar el intercambio de equipos personales, cada participante usará el mismo equipo durante toda la actividad.
6. Se recomienda que, una vez finalizada una vía, se haga la debida desinfección de manos.
7. Realizar el chequeo cruzado, manteniendo la distancia de seguridad recomendada.
8. Evitar sectores de escalada con mucha gente en el lugar.
9. Priorizar el disfrute de la escalada sobre la dificultad y/o exposición de la misma,

recordemos que los centros asistenciales se encuentran saturados y es muy probable que, a la hora de un accidente, no nos atiendan en el tiempo necesario.

10. Durante esta y otras actividades se deberá mantener el distanciamiento requerido (1.5 metros) entre turistas y guía, de ser posible, como son actividades al aire libre
11. Evitar lugares públicos con aglomeración de personas. (ASEGUIM, Protocolos Covid-19, 2019, p. 12)

Caminatas de un día

1. Seguir los lineamientos generales
2. Mantener la distancia mínima de al menos dos metros entre los participantes.
3. Exigir que todos los integrantes del grupo tengan materiales de protección
4. Cambiar y coordinar horarios con colegas para evitar aglomeraciones el ascenso a las montañas.
5. Tratar de mantener un ritmo de caminata que no agite tanto a los clientes para evitar de que se ahoguen con la mascarilla, así se evitará que se toquen la cara en el transcurso de la actividad. (ASEGUIM, Protocolos Covid-19, 2019, p. 12)

Actividades que requieren de uso de material técnico

1. Seguir los lineamientos generales.
2. Realizar el chequeo cruzado, manteniendo la distancia de seguridad recomendada.
3. Si es necesario asistir a los clientes en la colocación de sus equipos (crampones, arneses), tratar en lo posible de mostrarles cómo hacerlo y si es necesario asistirlos directamente, evitar el contacto en lo más posible.
4. Cada cliente debe usar su propio equipo, en caso de que no posean su equipo personal, entregarles los equipos debidamente sanitizados y una vez terminados de usar, desinfectarlos, según las especificaciones del material. (ASEGUIM, Protocolos Covid-19, 2019, p. 12)

Salidas de varios días

1. Seguir los lineamientos generales
2. Evitar el uso de refugios, en caso de usarlos, verificar que no estén concurridos y mantener la distancia mínima de seguridad con las demás personas que estén en el refugio.
3. En el uso de hoteles o lodges seguir los lineamientos generales.
4. En el uso de tiendas de campaña o carpas, se recomienda el no compartirlas, es decir una carpa para cada participante o grupo familiar. Si la excursión es de más de una noche, se deben rotular las carpas y asignarlas a cada participante o grupo familiar, para que utilicen las mismas carpas durante toda la actividad.
5. Al finalizar la actividad, se deben sanitizar las carpas. (ASEGUIM, Protocolos Covid-19, 2019, p. 13)

Marco Referencial

Para el presente proyecto de investigación se tomará en cuenta a los siguientes antecedentes investigativos, los cuales presentan similitudes y son parte de la rama de estudio a desarrollarse, tienen características similares e incluyen modelos parecidos, que se tomarán como pauta e influencia:

Se toma en cuenta la investigación realizada por Solís, Errazuriz, Caradeuc, & Seabra en el año (2012) en el tema de “Evaluación Multicriterio de la potencialidad turística de un territorio”. El área de estudio corresponde al Parque Nacional Pan de Azúcar ubicado en el desierto costero de la región de Atacama, Chile. En este trabajo, se desarrolló un procedimiento para definir el potencial turístico de un territorio, mediante el cálculo del índice de potencialidad turística, donde se utilizaron las variables tradicionales y se innova la inclusión de la calidad variable del paisaje e incluye las dimensiones por recurso turístico y unidad territorial. Para

esto, se utilizó la evaluación multicriterio apoyada por sistemas de información geográfica (SIG), con la cual fue posible obtener una zonificación de las áreas que tienen el mayor potencial turístico. Sus resultados determinan el índice de evaluación de potencialidad con una ponderación multicriterio y toman en cuenta la particularidad, estado de conservación, accesibilidad, concentración, diversidad y calidad visual del paisaje como factores a tomar en cuenta.

Para analizar la demanda de turismo de montaña se toma como base el estudio realizado por María Belén Ortiz en su trabajo de titulación, en el año (2019), con el tema Turismo de montaña como alternativa de desarrollo local en la parroquia La Candelaria, provincia de Chimborazo. La investigación presenta el análisis de esta modalidad de turismo como alternativa al desarrollo local para los residentes de La Candelaria. La metodología utilizada fue mixta, y se aplicó en cuatro fases; primero, una recopilación de los atractivos de montaña; segundo, un análisis de demanda; tercero, la aplicación de un test de concepto para medir la grado de aceptación de los residentes ante la idea propuesta y cuarto la generación de los lineamientos de un plan estratégico en la promoción del turismo de montaña. En su estudio Ortiz (2019) afirma que “A priori, los resultados obtenidos son favorables, lo que indicaría que el turismo de montaña puede considerarse como una alternativa al desarrollo local para este estudio de caso.” (p. xiii), por ello es aplicable al presente trabajo.

Para lograr el objetivo de proponer lineamientos estratégicos para el desarrollo del turismo de montaña, se toma la investigación realizada por Felipe Decol en su trabajo de titulación de maestría en el año (2016) con tema del Análisis del Turismo de aventura en base a los criterios de índice de desarrollo de turismo de aventura (ATDI) en la ciudad de Três Coroas de Brasil. El estudio tuvo como objetivo evaluar la sostenibilidad de las actividades de turismo de aventura en Três Coroas utilizando los criterios del ATDI. Los datos de la investigación fueron recolectados a través de entrevistas, observación participante e investigación

bibliográfica. Los resultados muestran deficiencias en la falta de control sobre la capacidad de carga soportada por el medio ambiente, los problemas con la contaminación del río Paranhana, utilizados en actividades turísticas, y la falta de servicios básicos que son fundamentales para el desarrollo sostenible del turismo, como el saneamiento básico y salud además de la falta de diversificación de actividades a través de la inversión en nuevos segmentos de turismo alternativo puede significar un mejor uso del flujo turístico en el municipio (Decol, 2016).

Además de acuerdo a la investigación realizada por Yasmin Barrera y Fiorella Castro como trabajo de titulación de pregrado en el año 2018 con el tema Diagnóstico del turismo de aventura en las Lomas El Mirador del distrito de San Juan de Lurigancho de Lima – Perú, se buscó identificar cuál era la situación actual del turismo de aventura en el sitio de estudio, tomando en cuenta como base la teoría de Altamirano del año 2017. El método del tipo de investigación fue un enfoque cualitativo, de nivel exploratorio y diseño fenomenológico con 2 cuestionarios con preguntas estructuradas realizados a pobladores y visitantes de Las Lomas El Mirador. Los resultados mostraron que Lomas El Mirador, carece de la implementación de instalaciones turísticas, así mismo falta de inclusión de la comunidad con las actividades turísticas (Barrera & Castro, 2018).

Instrumentos Referenciales

Como instrumento para levantar información detallada de cada atractivo turístico mediante fuentes primarias con la técnica del fichaje; los autores Solís et al. (2012), proponen indicadores de evaluación útiles para valorar el potencial de atractivos de montaña o en su defecto descartar aquellos que no cumplan con los requerimientos básicos. En su estudio determinan el índice de potencialidad turística, donde se incluye las dimensiones por recurso turístico y unidad territorial, con una ponderación multicriterio y toman en cuenta la particularidad, estado de conservación, accesibilidad, concentración, diversidad y calidad visual

del paisaje como factores a tomar en cuenta.

Se encuentra como base el cuestionario de tipo estructurado, para la técnica de encuesta de la investigación realizada por Ortiz M. y Quishpe C. (2019) en su investigación sobre el Turismo de montaña como alternativa de desarrollo local: estudio de caso parroquia La Candelaria, provincia de Chimborazo, que fue aplicado a los turistas que ingresaron al Altar en el puesto de control de MAE ubicado en La Candelaria.

El estudio de Decol (2016) que evalúa la sustentabilidad de las actividades del turismo de aventura en Três Coroas - Brasil utilizando los Indicadores de turismo de aventura (ATDI, 2018), realiza entrevistas por medio de cuestionarios desarrollados por el autor a cinco empresarios turísticos y un representante del poder público, como autoridad encargada de turismo de Três Coroas - Brasil. Además utiliza un instrumento de observación desarrollado por el autor que se trata de un 'check list' compuesto por ítems que ayudan a visibilizar la presencia o ausencia de elementos relacionados a infraestructura y servicios. La observación sirve como herramienta para la recolección de información adicional a las entrevistas a los empresarios de turismo.

Marco Conceptual

- **Turismo:** Se afirma que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (1994, p. 43).
- **Turismo alternativo:** “ Es una modalidad turística que plantea una interacción más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística” (SECTUR, 2004, p. 22). Por otro lado Narvaez (2014) sugiere lo siguiente:

El turismo alternativo nace como una opción al turismo de masa e incluye diversas modalidades que van desde el Turismo Aventura, el Ecoturismo y el Agroturismo entre las variantes más populares que hacen de esta forma de Turismo una opción atractiva para el impulso de la actividad en localidades con condiciones propicias que buscan alcanzar un desarrollo armónico y sostenido; y al mismo tiempo brindar una experiencia a sus visitantes al tomar contacto con un entorno natural y social cuidado y seguro. (p. 9)

- **Ecoturismo:** Para la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2013) el ecoturismo: Es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema. (p. 33)

Para otro autor:

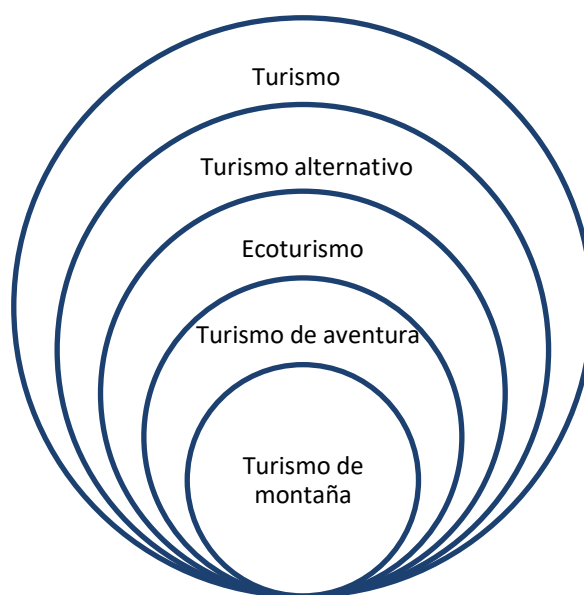
El ecoturismo es un viaje responsable que conserva el medio ambiente natural y mantiene el bienestar de la población local. Se practica en pequeños grupos que no dejan indicios de haber visitado un área. Buscan comprender las relaciones que existen en los ecosistemas, respetarlas y mantenerlas lo más intactas posible, en armonía con las poblaciones locales. (Dias, 2003, p. 107)

- **Turismo de aventura:** Es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una

actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. El turismo de aventura incluye por lo general actividades al aire libre como el montañismo, el «puenting», la escalada, el rafting, el piragüismo, la navegación en kayak, el barranquismo, la bicicleta de montaña, el senderismo o el buceo. Hay también algunas actividades de turismo de aventura que pueden practicarse en espacios cerrados. (UNWTO, Definiciones de Turismo, 2013, p. 37)

Figura 2

Representación de la jerarquía en la relación entre turismo, turismo alternativo, ecoturismo y turismo de montaña



Nota. Representación de la jerarquía y ubicación del turismo de montaña. Elaborado por el autor (2019).

- **Actividades de Turismo de aventura:** Al momento de realizar una actividad de aventura, el turista puede seleccionar el deporte según el medio en el que se practique, teniendo en cuenta el grado de dificultad y contando con el equipo adecuado, para

poder disfrutar de forma responsable. A continuación, se muestra las modalidades turísticas de aventura se clasifican de acuerdo al elemento natural donde se desarrollan (tierra, agua o aire) y son:

1. Canopy
2. Parapente
3. Escalada
4. Ciclismo
5. Rafting y Kayak
6. Buceo
7. Surf
8. Cabalgatas
9. Montañismo

- **Turismo de montaña:**

Es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado como son las colinas o montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad local. Engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre. (UNWTO, Definiciones de Turismo, 2013, p. 51)

- **Montañismo:** Según Álvarez (2014) “el montañismo es considerada una disciplina deportiva, en la cual se desarrollan ascensos y descensos en montaña” (p. 5).

- **Actividades en montañismo:**

Se encuentra dividido en cuatro áreas y doce especialidades:

- Área de marcha: senderismo, excursionismo, expediciones
- Área de escalada: escalada clásica, escalada deportiva, escalada en hielo

- Área de resistencia: duatlón en montaña, media maratón de montaña, maratón de montaña

- Área de específicos: barranquismo y esquí de travesía. (Álvarez, 2014, p. 5)

- **Andinismo:** Para Sozoranga (2012) el andinismo:

Es una actividad deportiva turística practicada en la Cordillera de los Andes, es una actividad desafiante para llegar a la cima de una montaña, superando las inclemencias de la naturaleza. El término andinismo se entiende como el deporte practicado en las altas montañas, por ello a la persona que asciende a las montañas se le denomina andinista o montañero.

Se ve necesario aclarar que términos de alpinismo, andinismo e himalayismo se usan como sinónimos del montañismo de altura. Estos términos que por definición es la denominación genérica. El primero de ellos se utiliza más que los otros dos, debido a que la actividad montañista moderna y sus escuelas se originaron en Europa en la cadena montañosa de los Alpes. (p. 22)

- **Alpinismo:** Debarbieux et al. (2014, como se citó en Ortiz, 2019) lo define como “el conjunto de actividades realizadas en montaña”.

Figura 3

Diferencias entre montañismo, andinismo y alpinismo

Montañismo	Andinismo	Alpinismo
Término general que abarca las actividades en media y alta montaña	Término usado en América por su práctica en la Cordillera de los Andes	Término usado en Europa por su práctica en la Cordillera de los Alpes

Nota. Elaborado por el autor (2021)

El MINTUR (2014) expone las siguientes definiciones dentro del Reglamento de Operación Turística de Aventura:

- **Ciclo turismo:** “Modalidad turística de aventura que consiste en el recorrido de un área urbana, rural o ambiente natural en bicicleta, generalmente por caminos o senderos rústicos a campo traviesa.” (pág. 10)
- **Ciclismo de montaña:** “Cliclear en lugares naturales generalmente se lo hace en bosques por caminos angostos con cuestas empinadas y descensos muy rápidos.” (p. 48)
- **Cabalgata:** “Modalidad turística de aventura que utiliza caballos para acceder a zonas preferentemente agrestes por medio de senderos o rutas identificadas.” (pág. 6)
- **Senderismo:** “Modalidad turística de aventura cuyo fin es recorrer o visitar un terreno de condiciones geográficas y meteorológicas diversas que puede requerir el uso de equipo especializado de montaña, con o sin pernoctación.” (pág. 13)

- **Escalada en roca:**

Uno de los deportes con mayor adrenalina y completo del mundo, un verdadero desafío a la fuerza de gravedad. Su realización exige una perfecta condición física y mental, es un deporte muy técnico en el que el escalador tiene que ir superando los obstáculos que se le presentan en las grandes paredes, aprovechando la textura, las fisuras, las grietas y los pequeños agarres para empotrar pies y manos. (Porras & Mejía, 2018, p. 27)

- **Asociación de Guías de Montaña de Ecuador (ASEGUIM):**

Tiene sede en Quito y se encarga principalmente de dos funciones primarias. La primera formar guías certificados de montaña y escalada con fines turísticos, y la segunda de realizar evacuación y rescate en el territorio ecuatoriano. La

ASEGUIM dicta el curso de Guía de Montaña como una carrera profesional y bajo los estándares internacionales de la UIAGM¹. (ASEGUIM, 2015, como se citó en Proaño, 2015)

- **Guía de montaña:**

El campo de acción del guía de montaña comprende las actividades siguientes: actividades que se desarrollan en montaña llanta montaña como el andinismo, escalada, excursionismo, caminata, ascensiones. Con las formaciones adicionales también actividades pedagógicas de experiencia en los sectores de deporte andino o actividades donde se usan cuerdas. (ASEGUIM, Codificación de estatutos de la asociación ecuatoriana de guías de montaña, 2015, p. 23)

- **Atractivo turístico:**

El atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Mientras que el recurso turístico es cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. (OMT, 1978)

- **Inventario de atractivos turísticos:**

Se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para

¹ Unión Internacional de Asociaciones de Guías de Montaña

respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. (MINTUR, 2017, p. 4)

- **Operador turístico:**

Es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo que se dedica a la organización, desarrollo y operación directa de viajes y visitas turísticas en el país. Sus productos podrán ser comercializados de forma directa al usuario o a través de las demás clasificaciones de agencias de servicios turísticos." (MINTUR, 2016, p. 7)

- **Refugio de montaña:**

Un "campamento base", útil para escalar montañas o para continuar su trekking. Normalmente se quedan una noche (con cena y desayuno), saber lo que puede ofrecer un refugio de montaña y la crítica situación en la que operan muchas estructuras, en condiciones de uso del agua, producción de energía, suministro de materias primas y similares. (Duglio & Beltramo, 2014, p. 116)

- **Hotel:**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones.

(MINTUR, 2016, p. 8)

- **Hostal:**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para

ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (MINTUR, 2016, p. 8)

- **Hostería:**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (MINTUR, 2016, p. 9)

- **Hacienda Turística:**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios

complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (MINTUR, 2016, p. 9)

- **Campamento turístico:**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área. (MINTUR, 2016, p. 9)

- **Zona de amortiguamiento:**

Zonas adyacentes a las áreas protegidas en las cuales una parte de ellas es parcialmente restringida para proporcionar un área extra de protección al área protegida, la cual también suministra valiosos beneficios a las comunidades rurales. (Serrano, 2011, p. 16)

- **Alta montaña:** Se afirma que “en el caso de Ecuador las alturas superiores a 4800 msnm son consideradas como alta montaña”. (MINTUR, 2017, como se citó en Ortiz, 2015)
- **Media montaña:** Se afirma que “las alturas superiores a 4000 msnm y menores a 4800 msnm media montaña”. (MINTUR, 2017, como se citó en Ortiz, 2015)
- **Baja montaña:** Se concluye que “Las alturas inferiores a 4000 msnm son baja montaña”. (MINTUR, 2017, como se citó en Ortiz, 2015)
- **Agroturismo:** “Actividad realizada en granjas o plantaciones, en las cuales sus propietarios complementan sus ingresos con alguna forma de turismo, facilitando alojamiento y/o alimentación, con el fin de brindar al turista la oportunidad de

familiarizarse y realizar trabajos agropecuarios” (Barrera E. , 2006)

- **Mapa topográfico:**

Este tipo de mapas ofrecen una representación precisa de la localización, la forma y las dimensiones de los accidentes de la superficie terrestre; ofrecen información acerca del medio y el paisaje. Se clasifican a su vez en naturales, antrópicos y con indicadores convencionales. (Álvarez, 2014, p. 20)

- **Índice de Desempeño Ambiental:**

El Índice de Desempeño Ambiental (EPI por sus siglas en inglés: Environmental Performance Index), clasifica los países a partir de su desempeño en el logro de dos objetivos ambientales prioritarios: la salud ambiental –que mide la protección de la salud humana ante el impacto de los daños ambientales–; y la vitalidad de los ecosistemas –que mide la protección a los ecosistemas y la administración de recursos. (Hsu, Angel, et al., 2014)

- **Tasa de desempleo:** Para RONCAGLIA (2006) se define como “la proporción de desempleados con respecto a la fuerza laboral total, que es el conjunto de personas que trabajan o buscan trabajo”. (p. 45)

- **Índice de percepción de corrupción IPC:**

El indicador más aceptado y citado en el estudio de la corrupción es el Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) elaborado por Transparencia Internacional que mide los niveles de percepción de la corrupción de alrededor de 170 países desde 1995.1 Cada país obtiene una calificación de 0 a 100, donde 0 es altamente corrupto y 100 es muy limpio (ausencia de corrupción). Dichas calificaciones permiten crear un ranking mundial de la corrupción. (Casar, 2016, p. 13)

- **Densidad poblacional:** Bastidas y Medina (2011) afirman “la densidad poblacional de

un área determinada es calculada al dividir la población que ocupa dicha área para la extensión de la misma, logrando así establecer una relación directa entre la población y el área que ocupa.” (p. 89)

- **Concentración urbana:** Para Young (1991) “se define como la población del lugar más grande de la comuna, mientras que por agrupación se entiende el número de poblados rurales en el distrito que contiene el mayor número de poblados rurales.” (p. 22)
- **Área natural protegida:** La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) (2008) las define como: “Un espacio geográfico claramente definido, reconocido, dedicado y gestionado, mediante medios legales u otros tipos de medios eficaces, para conseguir la conservación a largo plazo de la naturaleza con los servicios ecosistémicos y valores culturales asociados.” (Dudley, p. 10)
- **Protocolos de bio-seguridad en actividades de aventura:**

No es un protocolo de actuación, sino un conjunto de recomendaciones y ejemplos, basados en las condiciones permitidas en el momento de su redacción. Debe adaptarse a las necesidades de cada actividad y en función de sus características, pero siempre anteponiendo el control del riesgo de contagio, y supeditado a las normas que en cada momento aplique la administración competente.” (FEDME, RECOMENDACIONES POST COVID19 Deportes de Montaña, 2020, p. 2)
- **Índice de libertad económica:**

El Índice de Libertad Económica es una herramienta útil para una variedad de audiencias, incluidos académicos, legisladores, periodistas, estudiantes, maestros y empresarios y financieros. El Índice es una excelente herramienta objetiva para analizar 184 economías en todo el mundo y la página de cada país es un recurso para un análisis en profundidad de los desarrollos políticos y

económicos de un país. Las 12 libertades económicas y los datos históricos que las acompañan también brindan un conjunto completo de principios y hechos para quienes deseen comprender los fundamentos del crecimiento económico y la prosperidad. (Index of Economic freedom, 2021)

- **Atractivos naturales:** En el Manual de Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del MINTUR (2018): “En la categoría de ATRACTIVOS NATURALES se reconocen 11 tipos y 54 subtipos. Entre los 11 tipos se tiene: montañas, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares.” (p. 20)
- **Manifestaciones culturales:** Según el MINTUR (2018): “En la Categoría MANIFESTACIONES CULTURALES se reconocen 4 tipos y 25 subtipos. Entre los 4 tipos se tiene: arquitectura, acervo cultural y popular, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados.” (p. 20)
- **Índice del planeta feliz:**

(Happy Planet Index en inglés) proporciona una nueva brújula para poner a la sociedad en el camino del progreso real midiendo lo que realmente nos importa, vivir una vida larga y feliz, y lo que le importa al planeta, nuestra tasa de consumo de recursos. En una era de incertidumbre, la sociedad a nivel mundial necesita una nueva brújula para encaminarla por el camino del progreso real. El Happy Planet Index (HPI) proporciona esa brújula al medir lo que realmente nos importa, nuestro bienestar en términos de vidas largas, felices y significativas, y lo que le importa al planeta, nuestra tasa de consumo de recursos. (New Economic Foundation, 2009)
- **Patrimonio de la humanidad UNESCO:** “Ciertos lugares de la Tierra con un “valor

universal excepcional” que pertenecen al patrimonio común de la humanidad.”

(UNESCO, 1972)

- **Imagen de destino:** Para Folgado y Oliveira (2011): “La imagen de destino es un constructo multidimensional, en base a tres tipos de imágenes: cognitivas, única y afectivas, que en conjunto afectan a los comportamientos turísticos.” (p. 911)

Marco Legal

Para la presente investigación se tomó en cuenta como fundamento legal:

Constitución de la República

La Constitución de la República del Ecuador (CRE) (2008) establece en los siguientes artículos que:

Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak Kawsay. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (CRE, 2008, art. 14)

Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (CRE, 2008, art. 24)

Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía. (CRE, 2008, art. 31)

La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir. (CRE, 2008, art. 32)

Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional. Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los concejos provinciales y los concejos regionales. (CRE, 2008, art. 238)

Plan Nacional del Buen Vivir

El Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) (2017) en sus diferentes objetivos resalta:

Si bien en lo productivo la ruralidad prioriza las actividades relacionadas a la obtención de alimentos, también son prioritarias otras actividades generadoras de trabajo como las artesanías, vestimenta, turismo, servicios de apoyo y comercio. En conjunto, todas estas actividades económicas brindan oportunidades de encadenamientos y emprendimiento, que redundan en la generación de trabajo y mayores ingresos familiares, elementos fundamentales para reactivar las economías locales, evitar la migración y reducir la pobreza, aportando de esta manera a un cambio inclusivo de la matriz productiva, en donde la economía popular y solidaria, enfatizando el papel de las mujeres, desempeñará un rol motivado y activo. (Plan Nacional para el Buen Vivir, 2017, obj. 6)

En el objetivo 9 relacionado a la soberanía y posicionamiento de Ecuador en el mundo resalta la intención de:

Posicionar y potenciar a Ecuador como un país mega diverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales, fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural. (Plan Nacional para el Buen Vivir, 2017, obj. 9)

En la Estrategia Territorial Nacional en el literal d. Impulso a la productividad y la competitividad sistémica a partir del potenciamiento de los roles y funcionalidades del territorio se menciona: “Fomentar el emprendimiento local y el turismo comunitario, para el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad.” (Plan Nacional para el Buen Vivir, 2017)

Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida

El Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida (2017) en su objetivo 4 relacionado con Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización resalta:

La diversificación, diferenciación y amplitud de la oferta exportable; la apertura de nuevos mercados y su diversificación (tomando en cuenta mercados no tradicionales y alternativos); el aprovechamiento de mercados regionales o la atracción de nuevas inversiones relacionadas con temas como gastronomía o turismo comunitario, son propuestas presentes en los distintos espacios de diálogo. (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017, obj. 4)

En su objetivo 9 sobre garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo asegura que:

Se han planteado propuestas para la protección del patrimonio natural y cultural; la

promoción de la identidad y cultura ecuatoriana, junto con la promoción de mercados internacionales para exportación de productos, bienes y servicios culturales y patrimoniales; el desarrollo de la oferta turística nacional, el turismo receptivo y comunitario, vinculando los saberes y conocimientos de las comunidades en los procesos turísticos; y la promoción de industrias culturales. (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017, obj. 9)

Ley de Turismo

La Ley de Turismo (2002) contiene la normativa que determina el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado, las obligaciones, los derechos de los prestadores y usuarios. Además, esta obra contiene su Reglamento de aplicación y normativa referente a la promoción turística, centros turísticos comunitarios, seguridad turística, transporte terrestre turístico y regulación del expendio de bebidas alcohólicas.

En su Artículo 2 determina que el: “Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.” (Ley de Turismo, 2002, art. 2), esta Ley tiene como objetivo proteger al turista así como preservar y fomentar el cuidado del medio donde se desarrolle cierta actividad turística como menciona en:

La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (Ley de Turismo, 2002, art. 4)

Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos. (Ley de Turismo, 2002, art. 12)

El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. (Ley de Turismo, 2002, art. 15)

Reglamento de Operación Turística de Aventura

El Reglamento de Operación Turística de Aventura (ROTA) (2014) (Registro Oficial Suplemento 181 de 11-feb.-2014) afirma que el Acuerdo en cuestión:

Regula a toda operación turística de aventura en el país y será aplicado por el Ministerio de Turismo en todas sus acciones de regulación y control a las agencias de viajes operadoras o duales, así como por los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se haya transferido la correspondiente competencia. (ROTA, 2014, art. 1)

Definición.- La operación turística de aventura comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas mediante modalidades turísticas de aventura. Se la realizará a través de agencias de viajes operadoras o duales que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de modalidades turísticas de aventura. (ROTA, 2014, art. 2)

Ejercicio de la modalidad.- Para ofertar modalidades turísticas de aventura es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento obtenidos conforme lo establece la Ley de Turismo; así como sujetarse a las

disposiciones contenidas en el presente Acuerdo y demás normativa vigente. (ROTA, 2014, art. 3)

Si la modalidad turística de aventura se realiza en un Área Natural Protegida del Estado Ecuatoriano y en la Provincia de Galápagos, se deberá observar y cumplir además, el marco jurídico aplicable al régimen especial establecido para dicha área. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la ley. (ROTA, 2014, art. ...)

Agencias de viajes operadoras o duales que ofertan modalidades turísticas de aventura.- Son las personas jurídicas que obtienen del Ministerio de Turismo o de los gobiernos autónomos descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, el registro de turismo para ejercer la operación turística de aventura.

Las empresas que no cumplan con este Acuerdo y con la normativa turística en vigencia, no podrán contar con registro de turismo y por tanto no podrán operar ni comercializar modalidades de turismo de aventura, dando lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la ley. (ROTA, 2014, art. 4)

Reglamento especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas

El Reglamento especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (RETANP) (2016) (Registro Oficial Suplemento 672 de 19-ene.-2016) establece el régimen jurídico aplicable a:

1. El ejercicio de las actividades turísticas dentro del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE, y sus modalidades de operación derivadas de dichas actividades que constan en el presente Reglamento; y, 2. El otorgamiento de Permisos Ambientales de Actividades Turísticas, dentro del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE. (RETANP, 2016, art. 1)

Modalidades.- Las modalidades de turismo permitidas en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE son:

1. Turismo de Naturaleza.- Es aquel en que la motivación del viaje es la contemplación y esparcimiento asociada a la oferta de atractivos naturales de flora, fauna, paisajísticos, geológicos, geomorfológicos, climatológicos, hidrológicos, entre otros; 2. Turismo Cultural.- Es aquel en el que la motivación del viaje está dada por el interés generado en atractivos culturales materiales e inmateriales de un destino turístico. (RETANP, 2016, art. 31)

Reglamento de Guianza Turística

El Reglamento de Guianza Turística (2016) (Registro Oficial 761 de 24-may.-2016) presenta la siguiente información:

Tiene como objeto determinar los principios y criterios a los que habrán de someterse las personas reconocidas como guías de turismo, así como, toda regulación para el servicio de guianza turística desarrollado dentro del territorio ecuatoriano continental. (Reglamento de Guianza Turística, 2016, art. 1)

Clasificación de los guías de turismo.- Los guías de turismo se clasifican en: a) Guía local; b) Guía nacional; y, c) Guía nacional especializado: c.1.- Patrimonio turístico c.2.- Aventura. (Reglamento de Guianza Turística, 2016, art. 4)

Guía local.- El guía local es la persona natural que tiene conocimiento y experiencia para proporcionar a los visitantes información detallada respecto del valor turístico -natural/cultural- de los sitios asignados a tal uso.

Los guías locales no podrán ejercer la guianza turística en las áreas protegidas del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (en adelante PANE), así como ejercer las

competencias determinadas para un guía nacional de turismo. Se exceptúa de esta regla a los miembros de comunidades, comunas, pueblos o nacionalidades ancestrales que habitan en las áreas protegidas y sus zonas de amortiguamiento, en cuyos casos podrán ejercer tales actividades únicamente en dichos espacios. Los guías locales, deben registrarse en el catastro único y portar durante la prestación del servicio la credencial emitida por la Autoridad Nacional de Turismo y/o la Autoridad Ambiental Nacional. (Reglamento de Guianza Turística, 2016, art. 5)

Guía nacional de turismo.- El guía nacional de turismo es la persona natural que ha obtenido mínimo su título profesional de nivel técnico superior a través de una institución de educación superior debidamente acreditada y evaluada de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior, y registrado ante la autoridad competente, que conduce y dirige a uno o más visitantes, para mostrar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional.

Los guías nacionales de turismo, deben registrarse en el catastro único y portar durante la prestación del servicio la credencial de guía de turismo. (Reglamento de Guianza Turística, 2016, art. 8)

Guía nacional especializado.- El guía nacional especializado es la persona natural que tiene conocimiento y dominio en una actividad específica conforme a las competencias que definan a cada especialidad.

Para acceder a una de las siguientes clasificaciones reconocidas en este reglamento y ser considerado como guía nacional especializado, el guía nacional de turismo deberá haber obtenido mínimo un título profesional de nivel técnico superior a través de una institución de educación superior debidamente acreditada y evaluada de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior, el cual deberá encontrarse registrado ante la autoridad competente.

Los guías nacionales especializados, deben registrarse en el catastro único y portar durante la prestación del servicio la credencial emitida por la Autoridad Nacional de Turismo o la Autoridad Ambiental Nacional. (Reglamento de Guianza Turística, 2016, art. 10)

Estatutos de la Asociación de Guías de Montaña de Ecuador (ASEGUIM)

Los Estatutos de la Asociación Ecuatoriana de Guías de Montaña (ASEGUIM, 2015) aclaran que la ASEGUM es un ente regulador de suma importancia en el turismo de aventura en Ecuador en la actualidad. Tiene sede en Quito y se encarga principalmente de dos funciones primarias. La primera formar a guías certificados de montaña y escalada con fines turísticos a través de la Escuela de Guías de Montaña (ESGUIM) y la segunda de realizar evacuación y rescate en el territorio ecuatoriano. La ESGUIM dicta el curso de Guía de Montaña como una carrera profesional y bajo los estándares internacionales de la UIAGM (Unión Internacional de Asociaciones de Guías de Montaña).

Art. 2.- Domicilio y ámbito de acción.- la asociación tendrá su domicilio principal en el distrito metropolitano de Quito la provincia de pichincha, república del Ecuador pudiendo establecer, de creerlo conveniente, oficinas y centros de operación en otras provincias del Ecuador o del exterior, el alcance territorial de la organización será nacional para sus miembros internacional a través de la reciprocidad con la unión internacional de asociaciones de guías de montaña de las cuales forma parte la ASEGUM desde el año 2017, para los guías certificados en este nivel, su ámbito de acción será:

- a) Asegurar mejores condiciones de calidad y seguridad para los turistas que opten por realizar actividades guiadas de aventura en especialidad montaña y escalada;
- b) Velar por el correcto ejercicio profesional de la crianza de turismo de aventura – especialidad montaña y escalada, vigilando particularmente el cumplimiento del

presente estatuto y el código de ética de la ASEGUIM

- c) Formación y capacitación a los miembros de la ASEGUIM a través de la ESGUIM escuela de guías de montaña. Participar en la formación de los guías de turismo de aventura – especialidad montaña y escalada a través de la escuela de guía de montaña ESGUIM, cuerpo colegiado adscrito a la ASEGUIM Y garantizar la formación continua, el perfeccionamiento y la actualización de las experticias Y destrezas en los campos del ejercicio profesional.

Art. 6.- Del guía de montaña y sus competencias.- el guía de montaña es un profesional cuyas competencias han sido certificadas y tiene la capacidad de conducir, instruir y entrenar con seguridad, responsabilidad y autonomía todo tipo de públicos en actividades específicas vinculadas al oficio. El guía de montaña puede trabajar todo tipo de terreno en el marco de sus competencias, directiva y derechos. Sus competencias son:

- a) Guiar, instruir, entrenar, asesorar en la especialidad;
- b) Rescatar.

Art. 7.- Actividades propias del ejercicio profesional.- para efectos del cumplimiento de las finalidades propuestas, derechos y sus miembros la ASEGUIM considerará como actividades propias del ejercicio profesional de la fianza de turismo de aventura – especialidad montaña y escalada, las siguientes:

- a) Habilidades especializada de ascensiones y escaladas de cualquier nivel de dificultad técnica en baja, media, alta montaña y zonas de escalada en medios naturales y artificiales;
- b) La enseñanza, instrucción, entrenamiento y asesoramiento de los turistas en la especialidad de ascensiones y escalada de cualquier nivel de dificultad técnica en baja, media, Alta montaña y zonas de escalada en medios naturales y artificiales.
- c) La caminata como actividad complementaria;

- d) Aclimatación de los grupos de visitantes previa la realización de las ascensiones y escaladas en alta montaña;
- e) El acompañamiento a través del territorio ecuatoriano de los grupos de turistas a todos los destinos en donde se puede realizar las actividades propias de la guianza de turismo de aventura – especialidad escalada en montaña;
- f) El rescate y/o ayuda en los terrenos donde se realiza su actividad profesional o se necesita su conocimiento, destreza y experticia.

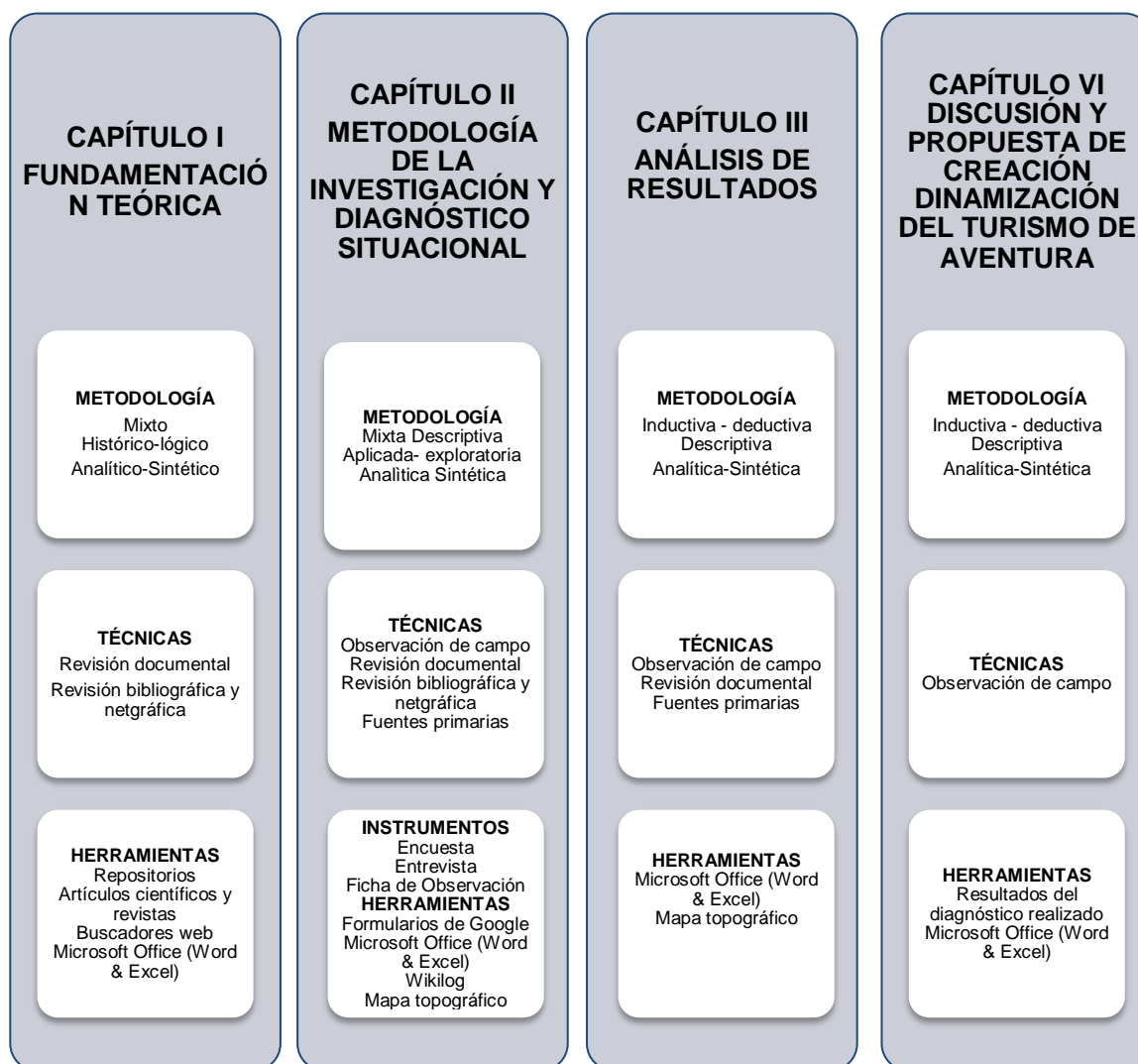
Capítulo II

Metodología

Para la presente investigación se plantea el uso de distintas metodologías acordes al capítulo a desarrollarse, así se puede apreciar en la siguiente figura.

Figura 4

Metodología



Nota. Resumen de la metodología y herramientas utilizadas en la elaboración del trabajo

Desarrollo Metodológico

Enfoque de la Investigación:

Mixta. Para la ejecución de esta investigación se utilizará una metodología mixta, es decir, una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos que permitirán levantar datos descriptivos como estadísticos del fenómeno en cuestión;

Método Cualitativo. Se aplicará el enfoque de investigación cualitativo el cual se desarrolla por medio de prácticas que transforman la realidad en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos (Sanfeliciano, 2018). Así que el enfoque cualitativo se lo desarrollará a través de la observación.

Método Cuantitativo. Según Pita y Pértegas (2002): “La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables” (pp. 76- 78), por ello den los datos cuantitativos obtenidos por medio de la encuesta primero se analizará la significación porcentual de cada una de las opciones de respuesta en la encuesta, para realizar una comparación de los mismos a manera de jerarquización, de mayor a menor gráficamente; además las preguntas que posean datos agrupados y no agrupados cuantitativos se analizará las medidas de tendencia central, media, mediana y moda.

Tipología de la Investigación

Por las Fuentes de Información.

Mixta. La investigación documental se efectúa con la consulta de fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie, como libros, artículos o ensayos de revistas y periódicos, anuarios, informes y en documentos que se encuentran en archivos como cartas oficios, circulares, expedientes o cualquier otro registro que testimonia un hecho o fenómeno. La investigación de campo se realiza directamente con la fuente de información y el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos del objeto de estudio; esta clase de investigación

se apoya en datos que provienen entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

(Chávez, 2015, p. 18)

El desarrollo del trabajo de campo implica a la vez una revisión constante del diseño de la investigación y su instrumento; lleva a una evaluación continua de su desarrollo respecto a los objetivos perseguidos entonces puede estar sujeto a los cambios que puedan acontecer durante el desarrollo de la investigación dado su carácter interactivo con la propia investigación y con los participantes. (Meneses Benítez, 2007)

En base a las definiciones analizadas se requiere de una investigación mixta en donde se aplique herramientas como entrevistas, encuestas y observación en el trabajo de campo; y el análisis documental en complemento y base de información para lograr resultados cualitativos y cuantitativos, que nos lleven al objetivo de la presente investigación.

Por las Unidades de Análisis

Mixta. La elección de la muestra probabilística y la no probabilística se hace según el planteamiento del problema, las hipótesis, el diseño de investigación y el alcance de sus contribuciones (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). En las muestras probabilísticas puede medirse el tamaño del error estándar en nuestras predicciones. Se usan tanto en modelos descriptivos como correlacionales-causales (las encuestas de opinión o sondeos, por ejemplo), donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población. Estas variables se miden y se analizan con pruebas estadísticas en una muestra, de la que se presupone que ésta es probabilística y que todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos.

Como Hernández, Fernández, & Baptista (2014) lo definen, las muestras no probabilísticas llevan una selección orientada por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización. Seleccionan individuos o casos “típicos” sin intentar que sean estadísticamente representativos de una población determinada, no es

posible calcular con precisión el error estándar, es decir, no podemos determinar con qué nivel de confianza hacemos una estimación. En las muestras de este tipo, la elección de los casos no depende de que todos tengan la misma posibilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de personas que recolectan los datos. La ventaja de una muestra no probabilística cuantitativamente es su utilidad para estudios que requieren no tanto una “representatividad” de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) .

Se determina que la presente investigación tiene una tipología probabilística ya que en sus encuestas, de una población determinada según el ingreso de visitantes a la reserva ecológica los Ilinizas se procede a tomar la muestra probabilísticamente.

Por el Control de las Variables

No Experimental. La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables independientes, solo se observan fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997).

Como su nombre lo indica, una investigación no experimental es un tipo de investigación que no extrae sus conclusiones definitivas o sus datos de trabajo a través de una serie de acciones y reacciones reproducibles en un ambiente controlado para obtener resultados interpretables, es decir: a través de experimentos. No por ello, claro está, deja de ser una investigación seria, documentada y rigurosa en sus métodos. (Raffino, 2019).

En base a la definición de Raffino, se puede decir que la presente investigación es de tipo no experimental, ya que no hace falta la realización de experimentos para llegar a sus resultados finales.

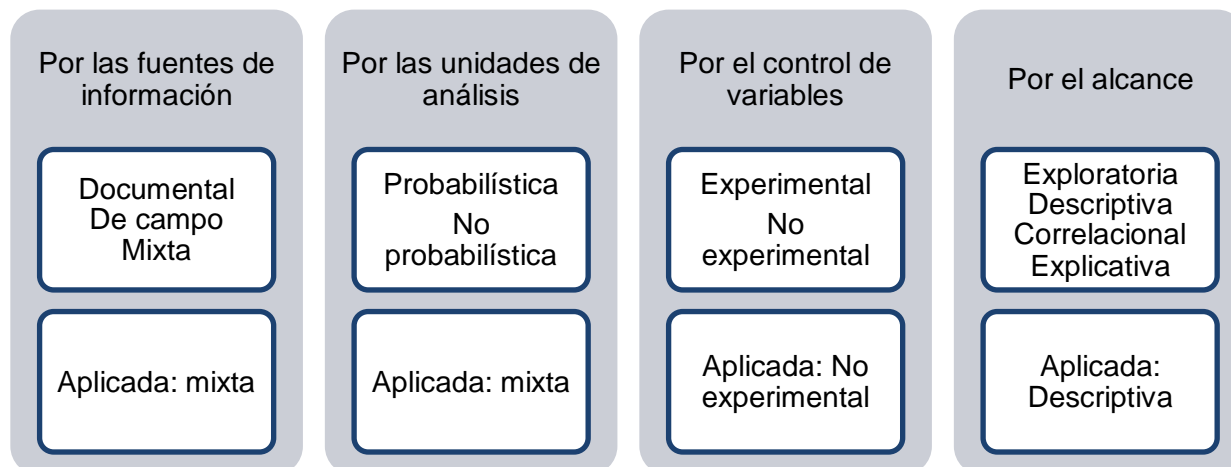
Por el Alcance

Descriptiva. La investigación tiene como propósito dar un panorama lo más preciso posible del fenómeno al que se hace referencia, la descripción puede ser más o menos profunda, pero en cualquier caso se basa en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito (Hernández Sampieri , Fernández Collado, & Baptista Lucio , 1997, p. 12). La investigación descriptiva, en comparación con la naturaleza poco estructurada de los estudios exploratorios, requiere considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca responder (Dañe, 1989)

La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación. Por lo tanto, se la aplicará para conocer a profundidad las bases del proyecto como lo es, la población en la que se desarrolla, el por qué se desarrolla, que actores participan en el mismo, que lo destaca y por qué se diferencian del resto de productos turísticos que se ofertan en el país, entre otros.

Figura 5

Tipología de investigación



Nota. Tipologías de investigación utilizadas en la elaboración de la investigación

Instrumentos para la Recolección de Información

Se dispone de varios instrumentos para medir las variables de investigación, adaptables a las distintas técnicas de investigación que inclusive pueden combinarse. La codificación y preparación de los datos obtenidos se manejan de formas distintas (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997, p. 217).

Tabla 4

Instrumentos para la recolección de información

Técnica	Instrumento	Objetivo a cumplir	Instrumento adaptado de	Aplicado a
Observación	Ficha de observación 1	-Caracterizar los atractivos turísticos	(Ortiz M. , 2019) (Solís, Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012)	-Cinco atractivos turísticos de montaña
	Check list de Observación 1	-Proponer lineamientos para turismo de montaña	(Decol, 2016)	
Entrevista	Cuestionario 1	Proponer lineamientos para turismo de montaña	(Decol, 2016)	-Cinco empresarios de operadoras de turismo de montaña - Tres representantes prestadores de servicios turísticos
	Cuestionario 2			-Autoridad de turismo GAD parroquial
Encuesta	Cuestionario 3	Conocer el perfil (características y motivaciones) del turista de montaña	(Ortiz M. , 2019)	196 Turistas que ingresaron a la Reserva Ilinizas entre enero y julio 2021

Nota. Se observa que se tendrá 1 ficha de observación, 1 check list de observación, 2 cuestionarios para entrevistas y 1 cuestionario de encuesta.

Observación. La observación es una técnica de primer orden que se basa en la recolección de información manifestada en una realidad, para registrarla debe ser planificada, es decir tener un plan de trabajo porque se necesita controlar el recurso de toma de datos para

poder controlar el fenómeno a observar pero la observación está sujeta a comprobación de fiabilidad y validez (Avilés, 2010, p. 100).

Una vez identificados y jerarquizado los atractivos a incluir en la investigación se procederá a levantar información detallada de cada uno mediante fuentes primarias con una ficha de observación como instrumento (Ver Apéndice B: Ficha de Observación 1); el cuál será de creación propia en base a los indicadores de evaluación de los autores (Solís M. J., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012) servirá para valorar el potencial de atractivos de montaña o en su defecto descartar aquellos que no cumplan con los requerimientos básicos. Se adapta además al instrumento de observación indicadores propuestos a tomar en cuenta en el índice de potencialidad turística desarrollado por (Solís M. J., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012, p. 6).

Además para reforzar la observación de campo, se toma un instrumento de observación desarrollado por (Decol, 2016); se trata de un check list compuesto por ítems que ayudan a visibilizar la presencia o ausencia de elementos relacionados a infraestructura y servicios (Ver Apéndice C: Check list de Observación 1).

Entrevista. El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo (Muñoz, 2003, p. 2).

Para proponer los lineamientos estratégicos de potencialización del turismo de montaña, el levantamiento de datos se realizará por medio de entrevistas. Serán realizadas entrevistas abiertas a cinco empresarios (Ver Apéndice D: Cuestionario 1) y un representante del poder público, como autoridad encargada de turismo en la parroquia El Chaupi (Ver Apéndice E: Cuestionario 2), este número de sujetos a entrevistar y los cuestionario son tomados en base al

estudio similar de (Decol, 2016, p. 38) que se orienta en los Indicadores de turismo de aventura (ATDI, 2018). El cuestionario base se toma de la investigación realizada por (Ortiz, 2019) en su investigación sobre el Turismo de montaña como alternativa de desarrollo local: estudio de caso parroquia El Chaupi, del cantón Mejía durante.

Encuestas. Utiliza el cuestionario que Hernández, Fernández y Baptista (1997) lo definen como: “un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir.” (p. 217)

Como lo define López y Fachelly (2015):

El cuestionario es un instrumento rígido que busca recoger la información de los entrevistados a partir de la formulación de unas mismas preguntas intentando garantizar una misma situación psicológica estandarizada en la formulación de las preguntas y asegurar después la comparabilidad de las respuestas. (pág. 17)

Entre las posibilidades se utiliza la aplicación por correo o web que es una modalidad de encuesta auto administrada, donde no existe entrevistador. Tiene un cuestionario estructurado para investigar el perfil (características y motivaciones) de los visitantes a la parroquia El Chaupi-Cantón Mejía dentro del perfil de turistas de montaña, donde aparecen enunciadas las preguntas de forma sistemática y ordenada; se consignan las respuestas mediante un sistema establecido de registro sencillo llamado Formularios de Google y se trata de un software de administración de encuestas que se incluye como parte del paquete gratuito de editores de documentos que determina el análisis univariado.

Para el análisis bivariado se utilizará herramienta SPSS para determinar la correlación de las variables, esta es una técnica estadística usada para determinar la relación entre dos o más variables. El Coeficiente de Correlación es un valor cuantitativo de la relación entre dos o más variables. La Coeficiente de Correlación puede variar desde -1.00 hasta 1.00. La correlación de proporcionalidad directa o positiva se establece con los valores +1.00 y de

proporcionalidad inversa o negativa, con -1.00. No existe relación entre las variables cuando el coeficiente es de 0.00. (Lavalle, Micheli, & Rubio, 2006)

La encuesta final puede apreciarse en el Apéndice F

Diseño de la Encuesta. Encuesta Piloto



Encuesta			
Reciba un cordial saludo por parte de la carrera de Administración Turística y Hotelera Sangolquí			
Objetivo: Investigar el perfil (características y motivaciones) de los visitantes a la Parroquia el Chaupi-Cantón Mejía dentro del perfil de turistas de montaña.			
Su opinión será muy importante para la investigación			
Instrucciones:			
1.- Lea detenidamente y responda a las siguientes preguntas según su criterio			
2.- Los resultados de esta encuesta serán analizados con absoluta reserva			
DATOS GENERALES			
Procedencia:	Nacional	<input type="checkbox"/>	
	Extranjero	<input type="checkbox"/>	
Género:	Masculino	<input type="checkbox"/>	
	Femenino	<input type="checkbox"/>	
Edad:	15 a 25 años	<input type="checkbox"/>	46 a 55 años <input type="checkbox"/>
	26 a 35 años	<input type="checkbox"/>	Mayor 56 años <input type="checkbox"/>
	36 a 45 años	<input type="checkbox"/>	
Nivel Académico:	Primaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel <input type="checkbox"/>
	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>
Ocupación:	Estudiante	<input type="checkbox"/>	Empleado público <input type="checkbox"/>
	Emprendedor	<input type="checkbox"/>	Empleado privado <input type="checkbox"/>
	Ama de casa	<input type="checkbox"/>	Jubilado <input type="checkbox"/>
Nivel de Ingresos:	\$0 a \$500	<input type="checkbox"/>	\$1001 a \$1500 <input type="checkbox"/>
	\$501 a \$1000	<input type="checkbox"/>	más de \$1500 <input type="checkbox"/>
CUESTIONARIO			
1) ¿Con qué frecuencia asciende una montaña?			
Mas de una vez al mes	<input type="checkbox"/>	Una vez cada 6 meses	<input type="checkbox"/>
Una vez al mes	<input type="checkbox"/>	Una vez al año	<input type="checkbox"/>
Una vez cada 3 meses	<input type="checkbox"/>	Menos de una vez al año	<input type="checkbox"/>
2) ¿Ha disminuído su frecuencia de visita a destinos de montaña a partir de la pandemia (marzo 2019)?			
Si	<input type="checkbox"/>		
No	<input type="checkbox"/>		
3) Usualmente cuando visita un atractivo de montaña ¿Usted lo realiza?			
Solo	<input type="checkbox"/>	Con amigos	<input type="checkbox"/>
En pareja	<input type="checkbox"/>	Con familia	<input type="checkbox"/>
4) Generalmente cuando asciende una montaña. Utiliza equipos de montaña:			
Propios	<input type="checkbox"/>	Préstamo amigos	<input type="checkbox"/>
Alquilados	<input type="checkbox"/>		
PREFERENCIAS SOBRE PARROQUIA EL CHAUPI			
Descripción: La parroquia El Chaupi está situada al sur occidente del cantón Mejía, sus pobladores son conocidos como los guardianes de los milenarios Illinizas, el cuál es su principal atractivo turístico. El turismo de montaña es un tipo de actividad turística que tiene lugar en montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad local; engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre.			
5) ¿Le interesaría realizar actividades de turismo de montaña en la parroquia el Chaupi?			
Si	<input type="checkbox"/>		
No	<input type="checkbox"/>		

6) ¿Cuál es la razón de su visita a la parroquia el Chaupi? (Por favor selecciones una)

Naturaleza	<input type="checkbox"/>	Recreación	<input type="checkbox"/>
Ruralidad	<input type="checkbox"/>	Descanso	<input type="checkbox"/>
Gastronomía	<input type="checkbox"/>	Entrenamiento	<input type="checkbox"/>

7) ¿Con qué frecuencia visita la parroquia el Chaupi?

Más de una vez al mes	<input type="checkbox"/>	Una vez cada 6 meses	<input type="checkbox"/>
Una vez al mes	<input type="checkbox"/>	Una vez al año	<input type="checkbox"/>
Una vez cada 3 meses	<input type="checkbox"/>	Menos de una vez al año	<input type="checkbox"/>

8) ¿Por qué medio de transporte se desplaza a la parroquia el Chaupi?

Privado/propio	<input type="checkbox"/>
Público	<input type="checkbox"/>
Agencia de viajes/turístico	<input type="checkbox"/>

9) ¿Qué toma en consideración el momento de realizar un viaje? (Seleccione las 3 más importantes)

Atractivos	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>
Precios	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>
Cercanía	<input type="checkbox"/>	Normas de bioseguridad	<input type="checkbox"/>
Experiencia previa	<input type="checkbox"/>		

10) La Parroquia el Chaupi posee atractivos de turismo de montaña, entre los cuáles se han considerado los siguientes. ¿Cuáles le gustaría conocer o ya conoce? (Seleccione máximo 3)

Iliniza Norte	<input type="checkbox"/>	Cerro el Corazón ruta Aloasi	<input type="checkbox"/>
Iliniza Sur	<input type="checkbox"/>		
Laguna Ilinizas	<input type="checkbox"/>		
Bosque de Polypelis Ilinizas	<input type="checkbox"/>		

11) ¿Cuál es su grado de interés en conocer los atractivos alternativos de montaña del cantón Chaupi?

	1	2	3	4	5	
Totalmente interesado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Totalmente desinteresado

12) ¿Qué lugares le gustaría visitar? (Seleccione las 3 más importantes)

Monte Pilongo	<input type="checkbox"/>	Zarapullo	<input type="checkbox"/>
Monte Saquigua	<input type="checkbox"/>	Mirador de Pucará	<input type="checkbox"/>
Complejo Chacarrero	<input type="checkbox"/>		
Ruta ciclismo Chaupi-Latacunga	<input type="checkbox"/>		

13) ¿Qué servicios (adicionales o complementarios) le gustaría encontrar cuando realiza turismo de montaña en el Chaupi?

Líneas de transporte con mayor frecuencia	<input type="checkbox"/>	Puntos de información turística	<input type="checkbox"/>
Establecimientos para alojamiento	<input type="checkbox"/>	Puntos de contacto con guías	<input type="checkbox"/>
Establecimientos de alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>		
Establecimientos para alquiler de equipo de montaña	<input type="checkbox"/>		

14) Un destino de turismo de montaña debe tener los siguientes pilares según la ATDI. ¿Cuáles usted ha observado que posee la Parroquia el Chaupi? (Seleccione)

Políticas gubernamentales que apoyan el desarrollo sostenible	<input type="checkbox"/>	Recursos de aventura	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	Emprendimiento	<input type="checkbox"/>
Recursos naturales	<input type="checkbox"/>	Humanitario	<input type="checkbox"/>
Salud	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>
Recursos culturales	<input type="checkbox"/>	Imagen de aventura/marca	<input type="checkbox"/>

15) ¿Qué tiempo destinaría para visitar los atractivos alternativos de montaña en el Chaupi?

1 día	<input type="checkbox"/>
2 días	<input type="checkbox"/>
3 días o más	<input type="checkbox"/>

16) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una ruta de turismo de montaña, en los atractivos del Chaupi?

menos de \$20	<input type="checkbox"/>
\$20 a \$40	<input type="checkbox"/>
\$41 a \$60	<input type="checkbox"/>
\$61 a \$80	<input type="checkbox"/>
más de \$80	<input type="checkbox"/>

Revisión Encuesta Piloto por Expertos.

REVISIÓN CUESTIONARIO POR EXPERTOS		
Preguntas	Observaciones	Nueva Pregunta
Objetivo:	Marcelo Espinoza: redundante	Objetivo: Investigar el perfil (características y motivaciones) de los visitantes y posibles visitantes a la Parroquia el Chaupi-Cantón Mejía dentro del perfil de turistas de montaña.
Procedencia:		No cambia
Género:		No cambia
Edad:		No cambia
Nivel Académico:		No cambia
Ocupación:		No cambia
Nivel de Ingresos:		No cambia
1) ¿Con qué frecuencia asciende una montaña?		No cambia
2) ¿Ha disminuido su frecuencia de visita a destinos de montaña a partir de la pandemia (marzo 2019)?	Jéssica Vargas: No recomiendo hacer preguntas donde la respuesta sea si y no. Así que quizás sería mejor preguntar que tanto ha disminuido su frecuencia de visita a destinos de montaña? y con escala de likert que escojan.	2) ¿Qué tanto ha disminuido su frecuencia de visita a destinos de montaña a partir de la pandemia (marzo 2019)? Nada..... Completamente
3) Usualmente cuando visita un atractivo de montaña ¿Usted lo realiza?		No cambia
4) Generalmente cuando asciende una montaña. Utiliza equipos de montaña:		No cambia
Descripción:	Marcelo Espinoza: Creo que esta parte de la encuesta debe ir antes del Cuestionario.	No cambia
5) ¿Le interesaría realizar actividades de turismo de montaña en la parroquia el Chaupi?	Jéssica Vargas: No realizaría esta pregunta ya que si responden no pues se sesga la encuesta. Cuál sería su interés en realizar actividades de turismo de montaña en El Chaupi. y también que escojan con escala de likert.	5) ¿Cuál es su interés en realizar actividades de turismo de montaña en El Chaupi? Nada..... Completamente
6) ¿Cuál es la razón de su visita a la parroquia el Chaupi? (Por favor selecciones una)		No cambia
7) ¿Con qué frecuencia visita la parroquia el Chaupi?		No cambia
8) ¿Por qué medio de transporte se desplaza a la parroquia el Chaupi?		No cambia
9) ¿Qué toma en consideración el momento de realizar un viaje? (Seleccione las 3 más importantes)		No cambia
10) La Parroquia el Chaupi posee atractivos de turismo de montaña, entre los cuáles se han considerado los siguientes. ¿Cuáles le gustaría conocer o ya conoce? (Seleccione máximo 3)		No cambia
11) ¿Cuál es su grado de interés en conocer los atractivos alternativos de montaña del cantón Chaupi?		No cambia
12) ¿Qué lugares le gustaría visitar? (Seleccione las 3 más importantes)	Pablo Chiquiza: Cambiar por ruta de ciclismo Tres Marías y Mirador de Loma Pucará	12) ¿Qué lugares le gustaría visitar? (Seleccione las 3 más importantes) Monte Pilongo, Monte Saquigua, Complejo Chacarrero, Ruta ciclismo Tres Marías, Zarapullo, Mirador de Loma Pucará
13) ¿Qué servicios (adicionales o complementarios) le gustaría encontrar cuando realiza turismo de montaña en el Chaupi?	Jéssica Vargas: Quizás aumentar la opción Otro _____	Aumenta opción "Otro"
14) Un destino de turismo de montaña debe tener los siguientes pilares según la ATDI. ¿Cuáles usted ha observado que posee la Parroquia el Chaupi? (Seleccione)		No cambia
15) ¿Qué tiempo destinaría para visitar los atractivos alternativos de montaña en el Chaupi?		No cambia
16) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una ruta de turismo de montaña, en los atractivos del Chaupi?	Jéssica Vargas: de 1 día	16) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una ruta de turismo de montaña de 1 día, en los atractivos de el Chaupi?
17) ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre los atractivos de montaña de el Chaupi?		No cambia
18) ¿La parroquia El Chaupi se puede considerar como un destino de turismo de montaña? (Con respecto a la variedad de recursos naturales y disponibilidad de infraestructura apropiada)		No cambia

Encuesta Final.

Encuesta Turismo de Montaña en el Chaupi		N°
<p>Por favor conteste el presente formulario si usted ha visitado la Parroquia el Chaupi, caso contrario no</p> <p>Reciba un cordial saludo por parte de la carrera de Administración Turística y Hotelera Sangolquí</p>		
<p>Objetivo: Investigar el perfil (características y motivaciones) de los visitantes a la Parroquia el Chaupi-Cantón Mejía dentro del perfil de turistas de montaña.</p> <p style="text-align: center;">Su opinión será muy importante para la investigación</p>		
<p>Instrucciones:</p> <p>1.- Lea detenidamente y responda a las siguientes preguntas según su criterio</p> <p>2.- Los resultados de esta encuesta serán analizados con absoluta reserva</p>		
DATOS GENERALES		
Procedencia:	Nacional <input type="checkbox"/>	
	Extranjero <input type="checkbox"/>	
Género:	Masculino <input type="checkbox"/>	
	Femenino <input type="checkbox"/>	
Edad:	15 a 25 años <input type="checkbox"/>	46 a 55 años <input type="checkbox"/>
	26 a 35 años <input type="checkbox"/>	Mayor 56 años <input type="checkbox"/>
	36 a 45 años <input type="checkbox"/>	
Nivel Académico:	Primaria <input type="checkbox"/>	Tercer Nivel <input type="checkbox"/>
	Secundaria <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>
Ocupación:	Estudiante <input type="checkbox"/>	Empleado público <input type="checkbox"/>
	Emprendedor <input type="checkbox"/>	Empleado privado <input type="checkbox"/>
	Ama de casa <input type="checkbox"/>	Jubilado <input type="checkbox"/>
Nivel de Ingresos mensual:	\$0 a \$500 <input type="checkbox"/>	\$1001 a \$1500 <input type="checkbox"/>
	\$501 a \$1000 <input type="checkbox"/>	más de \$1500 <input type="checkbox"/>
CUESTIONARIO		
<p>1) ¿Con qué frecuencia asciende una montaña?</p> <p>Mas de una vez al mes <input type="checkbox"/></p> <p>Una vez al mes <input type="checkbox"/></p> <p>Una vez cada 3 meses <input type="checkbox"/></p> <p>Una vez cada 6 meses <input type="checkbox"/></p> <p>Una vez al año <input type="checkbox"/></p> <p>Menos de una vez al año <input type="checkbox"/></p>		
<p>2) ¿Qué tanto ha disminuido su frecuencia de visita a destinos de montaña a partir de la pandemia (marzo 2019)?</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Nada <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Completamente</p>		
<p>3) Usualmente cuando visita un atractivo de montaña ¿Usted lo realiza?</p> <p>Solo <input type="checkbox"/></p> <p>En pareja <input type="checkbox"/></p> <p>Con amigos <input type="checkbox"/></p> <p>Con familia <input type="checkbox"/></p>		
<p>4) Generalmente cuando asciende una montaña. Utiliza equipos de montaña:</p> <p>Propios <input type="checkbox"/></p> <p>Alquilados <input type="checkbox"/></p> <p>Préstamo amigos <input type="checkbox"/></p>		
PREFERENCIAS SOBRE PARROQUIA EL CHAUPI		
<p>Descripción: La parroquia El Chaupi está situada al sur occidente del cantón Mejía, sus pobladores son conocidos como los guardianes de los milenarios llinizas, el cuál es su principal atractivo turístico. El turismo de montaña es un tipo de actividad turística que tiene lugar en montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad local; engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre.</p>		
<p>5) ¿Cuál es su interés en realizar actividades de turismo de montaña en El Chaupi?</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Nada <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Completamente</p>		
<p>6) ¿Cuál es la razón de su visita a la parroquia el Chaupi? (Por favor selecciones una)</p> <p>Naturaleza <input type="checkbox"/></p> <p>Ruralidad <input type="checkbox"/></p> <p>Gastronomía <input type="checkbox"/></p> <p>Recreación <input type="checkbox"/></p> <p>Descanso <input type="checkbox"/></p> <p>Entrenamiento <input type="checkbox"/></p>		
<p>7) ¿Con qué frecuencia visita la parroquia el Chaupi?</p> <p>Mas de una vez al mes <input type="checkbox"/></p> <p>Una vez al mes <input type="checkbox"/></p> <p>Una vez cada 3 meses <input type="checkbox"/></p> <p>Una vez cada 6 meses <input type="checkbox"/></p> <p>Una vez al año <input type="checkbox"/></p> <p>Menos de una vez al año <input type="checkbox"/></p>		

8) ¿Por qué medio de transporte se desplaza a la parroquia el Chaupi?

Privado/propio

Público

Agencia de viajes/turístico

9) ¿Qué toma en consideración el momento de realizar un viaje? (Seleccione las 3 más importantes)

Atractivos Calidad

Precios Seguridad

Cercanía Normas de bioseguridad

Experiencia previa

10) La Parroquia el Chaupi posee atractivos de turismo de montaña, entre los cuáles se han considerado los siguientes. ¿Cuáles le gustaría conocer o ya conoce? (Seleccione máximo 3)

Iliniza Norte Cerro el Corazón ruta estación del Tren

Iliniza Sur

Laguna entre Iliniza Norte y Sur

Bosque de Polypelis Ilinizas

11) ¿Cuál es su grado de interés en conocer los atractivos alternativos de montaña del cantón Chaupi?

1 2 3 4 5

Totalmente interesado Totalmente desinteresado

12) ¿Qué lugares de la parroquia el Chaupi le gustaría visitar? (Seleccione las 3 más importantes)

Monte Pilongo Zarapullo

Monte Saquígua Mirador de Loma Pucará

Complejo Chacarrero Laguna Cara Sur Iliniza Sur

Ruta ciclismo Tres Marías

13) ¿Qué servicios (adicionales o complementarios) le gustaría encontrar cuando realiza turismo de montaña en el Chaupi? (Seleccione los 3 más importantes)

Líneas de transporte con mayor frecuencia Puntos de información turística

Establecimientos para alojamiento Puntos de contacto con guías

Establecimientos de alimentos y bebidas Otro

Establecimientos para alquiler de equipo de montaña

14) Un destino de turismo de montaña debe tener los siguientes pilares según la ATDI. ¿Cuáles usted ha observado que posee la Parroquia el Chaupi? (Seleccione los 3 más importantes)

Políticas gubernamentales que apoyan el desarrollo sostenible Recursos de aventura

Seguridad Emprendimiento

Recursos naturales Humanitario

Salud Infraestructura

Recursos culturales Imagen de aventura/marca

15) ¿Qué tiempo destinaría para visitar los atractivos alternativos de montaña en el Chaupi?

1 día

2 días

3 días o más

16) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una ruta de turismo de montaña de 1 día, en los atractivos de el Chaupi?

menos de \$20 \$21 a \$40 \$41 a \$60 \$61 a \$100 más de \$100

1 día

2 días

17) ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre los atractivos de montaña de el Chaupi?

Redes sociales Familiares o amigos

Revistas Club/gimnasios

Televisión

Agencias de turismo

18) ¿La parroquia El Chaupi se puede considerar como un destino de turismo de montaña? (Con respecto a la variedad de recursos naturales y disponibilidad de infraestructura apropiada)

1 2 3 4 5

Totalmente de acuerdo Totalmente en desacuerdo

Gracias por su Colaboración

Procedimiento para la Recolección de Datos

En la presente investigación primero se utilizará una revisión documental, bibliográfica y net gráfica por medio de documentos que fundamenten el tema de investigación turismo de montaña; después se pasa a la técnica de campo donde los datos son recolectados en el área de estudio parroquia El Chaupi por medio de fichas y check list de observación, además de entrevistas a prestadores de servicios, operadores de turismo y representante del poder público GAD de la parroquia El Chaupi. Los cuestionarios fueron realizados presencial y virtualmente debido a las condiciones de pandemia actuales; por último se realizarán los cuestionarios de encuestas igualmente de manera virtual. Todos los datos recolectados ayudarán a tener un panorama de la situación actual del turismo de montaña en la parroquia El Chaupi.

Cobertura de las Unidades de Análisis

Población y Muestra

Población. Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. Dentro del estudio la población serán los atractivos de montaña de la parroquia El Chaupi, operadoras de turismo de montaña que operan en la parroquia El Chaupi, prestadores de servicios tanto hotelero como de alimentos y bebidas, y la autoridad encargada de turismo en la parroquia El Chaupi. Se destaca que no solo se toman en cuenta los operadores o prestadores de servicios registrados en el MINTUR porque los datos oficiales del mismo no se apegan a la realidad ya que muchos prestadores de servicios no pueden registrarse ya sea por el cobro de impuestos o por la falta de conocimientos del procedimiento de registro en el MINTUR.

1. Operadoras de turismo: Existen flujos de operación claramente definidos en la parroquia, de acuerdo a las vías existentes, y de acuerdo al volumen de tráfico de

cada una, se tienen los flujos: El Chaupi- Aloasí-ruta norte; El Chaupi- Aloasí-panamericana sur, El Chaupi- Ilinizas y El Chaupi-Panamericana sur. A pesar que las operadoras turísticas no cuentan con infraestructura física en El Chaupi, operan por El Chaupi y pasan por esta parroquia dinamizando la economía de la población.

Tabla 5

Operadoras de Turismo de montaña El Chaupi

Inventario de Operadoras de Turismo de montaña El Chaupi			
	Nombre	Servicio	Ubicación
1	Kuntur Adventure	Operadora turismo de montaña	Quito
2	Cumbre Tours	Operadora turismo de montaña	Quito
3	Mountain Tours	Operadora turismo de montaña	Quito
4	PaypaHuasi	Operadora turismo de montaña	Quito
5	Tatto Adventures	Operadora turismo de montaña	Quito
6	Mauna	Operadora turismo de montaña	Quito
7	Zona Verde	Operadora turismo de montaña	Quito
8	Pacha Trek	Operadora turismo de montaña	Quito
9	Hostal y café Andes Alpes	Operadora turismo de montaña. Alquiler de equipo	Centro poblado El Chaupi
10	Fran Tours	Operadora turismo de montaña	Centro poblado El Chaupi
11	Samay Sacha	Centro información turística	Centro poblado El Chaupi

Nota. Adaptado de Inventario turismo local GAD El Chaupi, comisión de turismo, ambiente y productividad (Zapata, 2021).

Se busca determinar las agencias con mayor dinamización y flujo dentro de la parroquia El Chaupi. A cada factor de selección determinado dentro de las alternativas se otorga un peso de ponderación de manera que todos tengan una sumatoria del 100%; luego a cada atractivo por factor se le asigna una calificación sobre 5 puntos, al ser 5 la puntuación más alta; se procede a multiplicar cada calificación por el factor que será la ponderación dividida para cien y

finalmente se suman los resultados para cada atractivo; siendo el seleccionado el que presente mayor puntaje (Lovelock, Wirtz, J., & Ayala, L., 2009, pp. 38-40).

Tabla 6

Valorización de Operadoras de Turismo de montaña El Chaupi

Matriz de valoración de operadoras de montaña parroquia de El Chaupi								
Factor	Ponderación	Kuntur Adventure		Cumbre Tours		Mountain Tours		
		Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	
1 Visita atractivos turísticos de El Chaupi	15	5	0,75	5	0,75	5	0,75	
2 Frecuencia de visita a atractivos de El Chaupi	10	3	0,30	3	0,30	2	0,20	
3 Staff con guías locales de el Chaupi	15	1	0,15	0	0,00	0	0,00	
4 Uso de servicio de A&B en el Chaupi	10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	
5 Uso de alojamiento en el Chaupi	15	4	0,60	4	0,60	4	0,60	
6 Uso de proveedores de transporte de El Chaupi	15	3	0,45	2	0,30	3	0,45	
7 Plan de manejo de desechos	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20	
8 Cumplir con protocolos de bioseguridad	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20	
9 Cercanía al Chaupi del centro de operaciones de la agencia	5	1	0,05	1	0,05	1	0,05	
10 Representante con formación en turismo	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20	
	$\Sigma=100\%$	$\Sigma=$	3	$\Sigma=$	2,70	$\Sigma=$	2,75	

Matriz de valoración de operadoras de montaña parroquia de El Chaupi

Factor	Ponderación	PaypaHuasi		Tatto Adventures		Mauna		
		Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	
1	Visita atractivos turísticos de El Chaupi	15	5	0,75	5	0,75	5	0,75
2	Frecuencia de visita a atractivos de El Chaupi	10	2	0,20	2	0,20	3	0,30
3	Staff con guías locales de el Chaupi	15	0	0,00	0	0,00	0	0,00
4	Uso de servicio de A&B en el Chaupi	10	1	0,10	1	0,10	1	0,10
5	Uso de alojamiento en el Chaupi	15	4	0,60	2	0,30	4	0,60
6	Uso de proveedores de transporte de El Chaupi	15	2	0,30	2	0,30	3	0,45
7	Plan de manejo de desechos	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20
8	Cumplir con protocolos de bioseguridad	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20
9	Cercanía al Chaupi del centro de operaciones de la agencia	5	1	0,05	1	0,05	1	0,05
10	Representante con formación en turismo	5	3	0,15	4	0,20	3	0,15
		$\Sigma=100\%$	$\Sigma=$	2,55	$\Sigma=$	2,30	$\Sigma=$	2,80

Matriz de valoración de operadoras de montaña parroquia de El Chaupi

Factor	Ponderación	Zona Verde		Pacha Trek		Hostal y café Andes Alpes	
		Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor
1	15	5	0,75	5	0,75	5	0,75
2	10	2	0,20	3	0,30	3	0,30
3	15	1	0,15	1	0,15	5	0,75
4	10	1	0,10	1	0,10	5	0,50
5	15	3	0,45	4	0,60	4	0,60
6	15	3	0,45	3	0,45	4	0,60
7	5	3	0,15	4	0,20	4	0,20
8	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20
9	5	1	0,05	1	0,05	5	0,25
10	5	3	0,15	5	0,25	4	0,20
	$\Sigma=100\%$		$\Sigma= 2,65$		$\Sigma= 3,05$		$\Sigma= 4,35$

Matriz de valoración de operadoras de montaña parroquia de El Chaupi

Factor	Ponderación	Fran Tours		Samay Sacha		
		Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	
1	Visita atractivos turísticos de El Chaupi	15	5	0,75	5	0,75
2	Frecuencia de visita a atractivos de El Chaupi	10	3	0,30	3	0,30
3	Staff con guías locales de el Chaupi	15	5	0,75	5	0,75
4	Uso de servicio de A&B en el Chaupi	10	5	0,50	5	0,50
5	Uso de alojamiento en el Chaupi	15	4	0,60	4	0,60
6	Uso de proveedores de transporte de El Chaupi	15	4	0,60	4	0,60
7	Plan de manejo de desechos	5	4	0,20	4	0,20
8	Cumplir con protocolos de bioseguridad	5	4	0,20	4	0,20
9	Cercanía al Chaupi del centro de operaciones de la agencia	5	5	0,25	5	0,25
10	Representante con formación en turismo	5	4	0,20	4	0,20
		$\Sigma=100\%$	$\Sigma=$	4,35	$\Sigma=$	4,35

Nota. Adaptado de Implementación de una operadora de turismo y agencia de viajes (Vargas, 2012)

2. **Prestadores de Servicios Turísticos.** La parroquia El Chaupi dentro de sus límites geográficos cuenta con 9 servicios turísticos de alojamiento dentro de varias categorías como hotel, lodge, hostel, hostería y refugio. Todos con similar importancia debido a su cercanía con los atractivos de montaña de la parroquia.

Tabla 7*Inventario de Prestadores de Servicios Turísticos*

Inventario de Prestadores de servicios Turísticos de El Chaupi	
Nombre	Ubicación
1 NATIVO COUNTRY LODGE & SPA	UNACHI
2 LLOVIZNA	EL CENTRO
3 WIM & COMPANY	CHAMPAMBA
4 HOSTAL CORRALES VIEJOS	TUNDULIQUIN
5 HOSTERIA YERBABUENA	TUNDULUQUIN
6 HOSTERIA URKUSUMAK	SECTOR PILONGO
7 HOSTERIA ILLINIZAS LODGE	SECTOR LLANO LARGO
8 HOSTERIA HUERTA SACHA	SECTOR LLANO LARGO
9 REFUGIO ILINIZAS	ÁREA PROTEGIDA

Nota. Adaptado de Inventario turismo local GAD El Chaupi, comisión de turismo, ambiente y productividad (Zapata, 2021).

Se busca determinar los prestadores de servicios turísticos de alojamiento en El Chaupi con mayor importancia dentro del turismo de montaña, se toma en cuenta hoteles, lodge, hostales y refugios de montaña dentro de la parroquia debido a que es variada la categoría de prestadores que brindan este servicio, los cuales son evaluados de acuerdo a factores determinados por la investigadora junto con el criterio de (Kowalczyk, 2009) en su investigación sobre Resorts de montaña en Polonia.

A cada factor de selección determinado dentro de las alternativas se otorga un peso de ponderación de manera que todos tengan una sumatoria del 100%; luego a cada atractivo por factor se le asigna una calificación sobre 5 puntos, al ser 5 la puntuación más alta; se procede a multiplicar cada calificación por el factor que será la ponderación dividida para cien y finalmente se suman los resultados para cada atractivo; siendo el seleccionado el que presente mayor puntaje (Lovelock, Wirtz, J., & Ayala, L., 2009, pp. 38-40).

Tabla 8*Valorización de Prestadores de Servicios Turísticos de El Chaupi*

Matriz de valoración de prestadores de servicios turísticos parroquia de El Chaupi								
Factor	Ponderación	Nativo Country Lodge & Spa		Llovisna		Wim & Campany		
		Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	
1 Cercanía a atractivos de montaña	10	4	0,40	4	0,40	3	0,30	
2 Antigüedad	5	3	0,15	5	0,25	2	0,10	
3 Gerencia por profesional en turismo	5	1	0,05	1	0,05	1	0,05	
4 Personal cercano al Chaupi	10	4	0,40	5	0,50	4	0,40	
5 Prácticas sustentables	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20	
6 Conexión internet/señal	5	4	0,20	5	0,25	4	0,20	
7 Calidad física alojamiento	10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	
8 Servicio de alimentación	10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	
9 Cumplir con protocolos de bioseguridad	5	3	0,15	3	0,15	2	0,10	
10 Capacidad	5	3	0,15	5	0,25	3	0,15	
11 Baño	5	3	0,15	4	0,20	3	0,15	
12 Contacto con operadoras locales	5	4	0,20	5	0,25	4	0,20	
13 Visibilidad en redes sociales	10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	
14 Accesibilidad	10	4	0,40	4	0,40	4	0,40	
	$\Sigma=100\%$	$\Sigma=$	3,35	$\Sigma=$	3,80	$\Sigma=$	3,15	

Matriz de valoración de prestadores de servicios turísticos parroquia de El Chaupi

Factor	Ponderación	Hostal Corrales viejos		Hostal Yerbabuena		Hostal Urrkusumak	
		Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor
1 Cercanía a atractivos de montaña	10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
2 Antigüedad Gerencia por profesional en turismo	5	3	0,15	3	0,15	3	0,15
3 Personal cercano al Chaupi	5	1	0,05	1	0,05	1	0,05
4 Prácticas sustentables	10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
5 Conexión internet/señal	5	4	0,20	3	0,15	4	0,20
6 Calidad física alojamiento	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20
7 Servicio de alimentación	10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
8 Cumplir con protocolos de bioseguridad	10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
9 Capacidad	5	3	0,15	3	0,15	3	0,15
10 Baño	5	3	0,15	3	0,15	3	0,15
11 Contacto con operadoras locales	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20
12 Visibilidad en redes sociales	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20
13 Accesibilidad	10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
14	10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
	$\Sigma=100\%$		$\Sigma= 3,35$		$\Sigma= 3,30$		$\Sigma= 3,35$

Matriz de valoración de prestadores de servicios turísticos parroquia de El Chaupi

Factor	Ponderación	Hostería Ilinizas Lodge		Hostería Huerta Sacha		Refugio Ilinizas	
		Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor
1 Cercanía a atractivos de montaña	10	4	0,40	4	0,40	5	0,50
2 Antigüedad	5	3	0,15	4	0,20	5	0,25
3 Gerencia profesional en turismo	5	2	0,10	2	0,10	3	0,15
4 Personal cercano al Chaupi	10	3	0,30	4	0,40	4	0,40
5 Prácticas sustentables	5	3	0,15	4	0,20	4	0,20
6 Conexión internet/señal	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20
7 Calidad física alojamiento	10	3	0,30	4	0,40	3	0,30
8 Servicio de alimentación	10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
9 Cumplir con protocolos de bioseguridad	5	3	0,15	3	0,15	3	0,15
10 Capacidad	5	3	0,15	4	0,20	3	0,15
11 Baño	5	3	0,15	3	0,15	3	0,15
12 Contacto con operadoras locales	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20
13 Visibilidad en redes sociales	10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
14 Accesibilidad	10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
	$\Sigma=100\%$		$\Sigma= 3,25$		$\Sigma= 3,60$		$\Sigma= 3,65$

Nota. Adaptado de Resorts de montaña: origen y evolución (Kowalczyk, 2009, p. 8)

3. **Atractivos turísticos.** Para éste estudio se determinaron los atractivos ubicados dentro de la Parroquia El Chaupi y los que están ubicados fuera de límites que son considerados como conexiones y están incluidos dentro de rutas o paquetes comercializados por empresas turísticas o turistas independientes.

La parroquia El Chaupi dentro de sus límites cuenta con 11 atractivos naturales, siendo el mayor atractivo del lugar su belleza escénica y los recursos naturales que se conservan, los mismos que permiten del desarrollo de una variedad de actividades turísticas que enriquecen la visita de propios y extraños.

Tabla 9

Inventario de Atractivos de Turismo de montaña El Chaupi

Inventario de Atractivos de Turismo de montaña El Chaupi	
Nombre	Ubicación
1 Iliniza Norte	Reserva Ecológica Ilinizas
2 Iliniza Sur	Reserva Ecológica Ilinizas
3 Laguna Ilinizas	Reserva Ecológica Ilinizas
4 Bosque de Polylepis Ilinizas	Reserva Ecológica Ilinizas
5 Cerro el Corazón ruta Aloasí	Límite Aloasí-El Chaupi
6 Monte Pilongo	El Chaupi
7 Monte Saquigua	El Chaupi
8 Complejo Chacarrero	El Chaupi
9 Ruta ciclismo Tres Marías	Límite Aloasí-El Chaupi
10 Zarapullo	El Chaupi
11 Mirador de Loma Pucará	El Chaupi

Nota. Adaptado de Inventario turismo local GAD El Chaupi, comisión de turismo, ambiente y productividad (Zapata, 2021) y atractivos parte del catastro turístico de El Chaupi (SIGMA, 2015, p. 104)

Se busca determinar el potencial turístico de los atractivos de turismo de montaña encontrados en la parroquia El Chaupi. A cada factor de selección determinado dentro de las alternativas se otorga un peso de ponderación de manera que todos tengan una sumatoria del 100%; luego a cada atractivo por factor se le asigna una calificación sobre 5 puntos, al ser 5 la puntuación más alta; se procede a multiplicar cada calificación por el factor que será la ponderación dividida para cien y finalmente se suman los resultados para cada atractivo; siendo el seleccionado el que presente mayor puntaje (Lovelock, Wirtz, J., & Ayala, L., 2009, pp. 38-40).

Se han tomado en cuenta como factores de ponderación los Criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI) sobre la imagen de un destino, dónde destacan 10 pilares fundamentales en la percepción de un destino de aventura: Políticas gubernamentales que apoyan el desarrollo sostenible, seguridad, recursos naturales, salud, recursos culturales, recursos de aventura, emprendimiento, humanitario, infraestructura, imagen de aventura/marca (ATDI, 2018).

Además en Ecuador el Ministerio de Turismo se consideran factores de ponderación como: valor intrínseco, concentración de oferta/servicios turísticos, desarrollo de Facilidades, orientación hacia la sostenibilidad, accesibilidad, proximidad a destinos priorizados, representatividad y demanda (MINTUR, 2018)

Tabla 10

Valorización de Atractivos de Turismo de montaña El Chaupi

Matriz de valoración de los recursos turísticos de montaña identificados en la parroquia de El Chaupi								
Factor	Ponderación	Ilinizas(Norte, Sur, Laguna y Bosque de Polylepis)		Cerro el Corazón ruta Aloasí		Monte Pilongo		
		Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	
1 Políticas gubernamentales que apoyan el desarrollo sostenible	5	3	0,15	3	0,15	3	0,15	
2 Seguridad	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20	
3 Salud	5	2	0,10	2	0,10	3	0,15	
4 Recursos culturales	5	3	0,15	2	0,10	3	0,15	
5 Recursos de aventura/naturales	10	5	0,50	4	0,40	4	0,40	
6 Emprendimiento	5	4	0,20	3	0,15	1	0,05	
7 Humanitario	5	2	0,10	3	0,15	3	0,15	
8 Infraestructura	10	3	0,30	2	0,20	3	0,30	
9 Imagen de aventura/marca	5	4	0,20	3	0,15	2	0,10	
10 Valor intrínseco	5	3	0,15	4	0,20	3	0,15	
11 Concentración de oferta/servicios turísticos	10	4	0,40	3	0,30	3	0,30	
12 Desarrollo de facilidades	5	4	0,20	3	0,15	4	0,20	
13 Orientación a la sostenibilidad	5	4	0,20	4	0,20	3	0,15	
14 Accesibilidad	10	4	0,40	4	0,40	4	0,40	
15 Proximidad a destinos priorizados	5	5	0,25	5	0,25	4	0,20	
16 Representatividad y demanda	5	5	0,25	4	0,20	2	0,10	
	$\Sigma=100\%$		$\Sigma= 3,75$		$\Sigma= 3,30$		$\Sigma= 3,15$	

Matriz de valoración de los recursos turísticos de montaña identificados en la parroquia de El Chaupi

Factor	Ponderación	Monte Saquigua		Complejo Chacarrero		Ruta ciclismo Tres Marías	
		Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor	Calificación sobre 5	Factor
1 Políticas gubernamentales que apoyan el desarrollo sostenible	5	3	0,15	3	0,15	3	0,15
2 Seguridad	5	4	0,20	5	0,25	4	0,20
3 Salud	5	3	0,15	2	0,10	3	0,15
4 Recursos culturales	5	4	0,20	4	0,20	3	0,15
5 Recursos de aventura/naturales	10	4	0,40	1	0,10	5	0,50
6 Emprendimiento	5	2	0,10	1	0,05	2	0,10
7 Humanitario	5	2	0,10	3	0,15	2	0,10
8 Infraestructura	10	3	0,30	4	0,40	4	0,40
9 Imagen de aventura/marca	5	2	0,10	2	0,10	3	0,15
10 Valor intrínseco	5	3	0,15	2	0,10	4	0,20
11 Concentración de oferta/servicios turísticos	10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
12 Desarrollo de facilidades	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20
13 Orientación a la sostenibilidad	5	3	0,15	3	0,15	3	0,15
14 Accesibilidad	10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
15 Proximidad a destinos priorizados	5	4	0,20	4	0,20	4	0,20
16 Representatividad y demanda	5	2	0,10	1	0,05	3	0,15
	$\Sigma=100\%$		$\Sigma= 3,20$		$\Sigma= 2,90$		$\Sigma= 3,50$

Matriz de valoración de los recursos turísticos de montaña identificados en la parroquia de El Chaupi

Factor	Ponderación n	Zarapullo		Mirador de Loma Pucará Ciclismo	
		Calificación n sobre 5	Factor	Calificación n sobre 5	Factor
1 Políticas gubernamentales que apoyan el desarrollo sostenible	5	3	0,15	3	0,15
2 Seguridad	5	3	0,15	4	0,20
3 Salud	5	3	0,15	3	0,15
4 Recursos culturales	5	4	0,20	4	0,20
5 Recursos de aventura/naturales	10	3	0,30	4	0,40
6 Emprendimiento	5	2	0,10	2	0,10
7 Humanitario	5	2	0,10	2	0,10
8 Infraestructura	10	2	0,20	3	0,30
9 Imagen de aventura/marca	5	2	0,10	2	0,10
10 Valor intrínseco	5	3	0,15	3	0,15
11 Concentración de oferta/servicios turísticos	10	3	0,30	3	0,30
12 Desarrollo de facilidades	5	4	0,20	4	0,20
13 Orientación a la sostenibilidad	5	3	0,15	3	0,15
14 Accesibilidad	10	4	0,40	4	0,40
15 Proximidad a destinos priorizados	5	4	0,20	4	0,20
16 Representatividad y demanda	5	2	0,10	2	0,10
	$\Sigma=100\%$	$\Sigma=$	2,95	$\Sigma=$	3,20

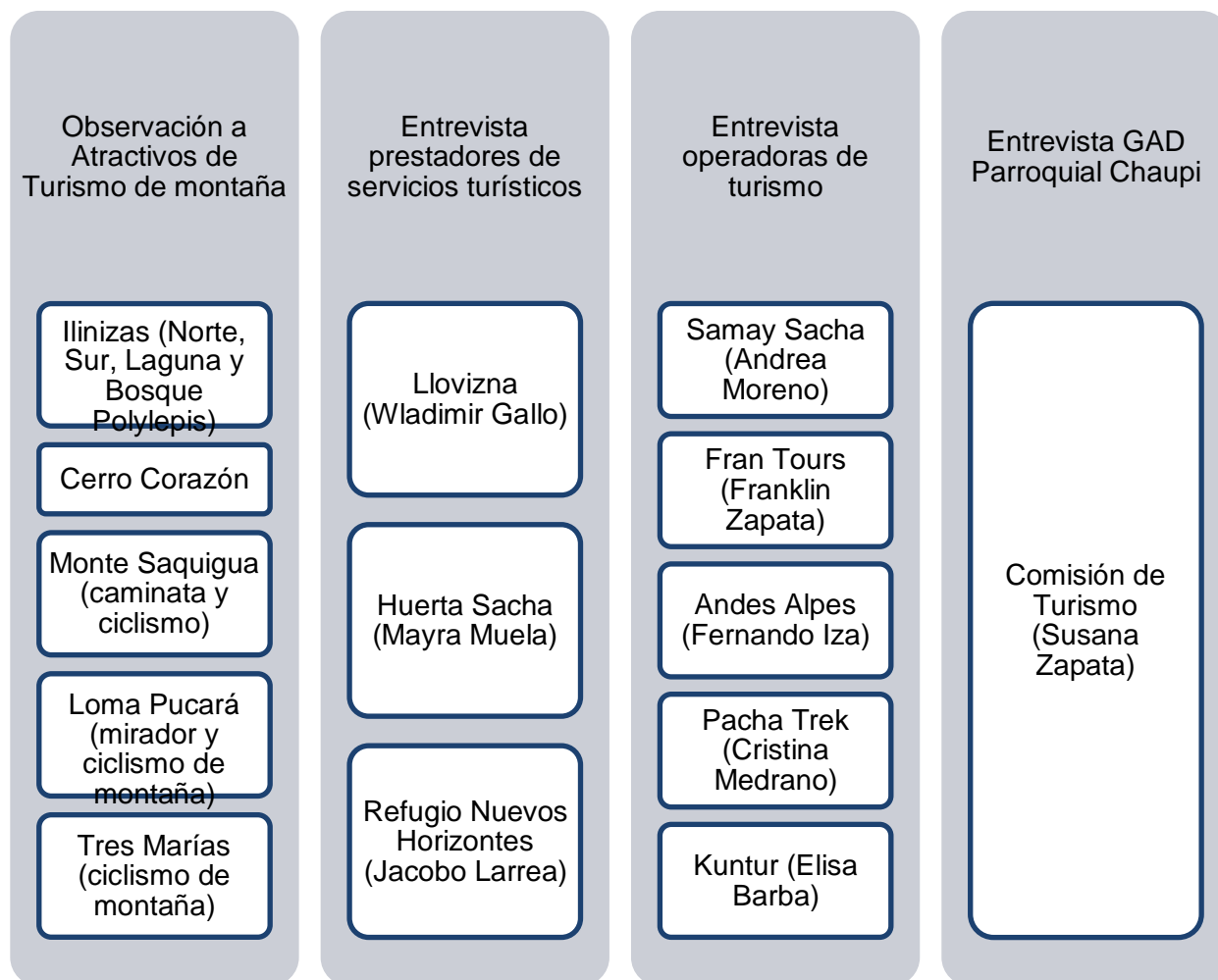
Nota. Adaptado de Criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI, 2018) y factores de ponderación de atractivos turísticos (MINTUR, 2018).

Muestra. Muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población.

El Muestreo por Selección Intencionada o Muestreo de Conveniencia. El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio utilizada para crear muestras de acuerdo a la facilidad de acceso, la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, en un intervalo de tiempo dado o cualquier otra especificación práctica de un elemento particular. Consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo. El investigador decide según los objetivos, los elementos que integrarán la muestra

Se aplicará la observación a los cinco atractivos del turismo de montaña en El Chaupi en base a (SIGMA, 2015, p. 104) y el Inventario turismo local GAD El Chaupi, comisión de turismo, ambiente y productividad (Zapata, 2021); seleccionados por la investigadora debido a su importancia en el turismo de montaña por medio de la herramienta de matriz de valoración de Recursos, tomándose los 5 valores más altos.

Serán realizadas entrevistas con cinco empresarios representantes de las operadoras de turismo que operan en la parroquia El Chaupi, tres representantes de prestadores de servicios turísticos y un representante del poder público, como autoridad encargada de turismo en la parroquia El Chaupi; este número de sujetos a entrevistar y los cuestionario son tomados en base al estudio similar de (Decol, 2016, p. 38) que se orienta en los Indicadores de turismo de aventura (ATDI, 2018).

Figura 6*Muestreo no probabilístico*

Nota. Resumen de los sujetos de estudio a aplicarse los instrumentos con muestreo no probabilístico.

Muestreo Probabilístico. Finalmente se aplicará un cuestionario en encuesta a 196 turistas que ingresaron a la Reserva Ilinizas durante enero 2021-julio 2021. En un estudio de demanda se define al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes o servicios turísticos (Socatelli, 2013), se ha tomado como población a los turistas que ingresaron a la Reserva ecológica de los Ilinizas por medio del ingreso manejado por MAE ubicado en El

Chaupi, y de acuerdo a las cifras presentadas en el año 2021 desde enero a julio ingresaron 54489 personas. Se toma como población a los 54489 turistas (SIB, 2021), y para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó de forma posterior se hizo uso de la fórmula para muestras finitas de Lind, Marschal y Manson (2004):

$$n = \frac{N * (Z\alpha^2) * p * q}{(e^2) * (N - 1) + (Z\alpha^2) * p * q}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra, número de visitantes Reserva Ilinizas

N: Total de la población = 54489

Zα= nivel de confianza del 95% = 1,96

p: probabilidad de éxito = 0,5

q: probabilidad de fracaso = 0,5

e: error máximo admitido = 7%. Se determina un margen de error admitido de 0,07 debido al flujo de turistas cambiante por la situación coronavirus Covid-19 y además porque los registros de ingresos a la Reserva Ecológica Ilinizas también consideran los ingresos de Quilotoa.

$$n = \frac{54489 * (1,96^2) * 0,5 * 0,5}{(0,07^2) * (54489 - 1) + (1,96^2) * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{52331,2356}{267.9516}$$

$$n = 195,30$$

Realizando los correspondientes cálculos se obtuvo que el valor final de n (tamaño muestra) es de 196. Para recopilar la información de este estudio se selecciona la técnica de la encuesta, con un cuestionario de tipo estructurado aplicados a los turistas que ingresaron a la Reserva Ilinizas, turistas seleccionados por muestreo de selección intencionada o muestreo

de conveniencia.

Procedimiento para tratamiento y análisis de información

Debido al enfoque de la investigación por su alcance descriptivo, se planteó para el tratamiento de los datos cuantitativos la aplicación de la estadística descriptiva básica a través del análisis de los datos recolectados por medio del cuestionario de la encuesta y para el caso cualitativo las entrevistas a los representantes de prestadores de servicios y operadoras de turismo de El Chaupi; además de la representante del poder público en la Comisión de turismo del GAD parroquial.

En el enfoque de investigación del campo en su clasificación por fuente de información, se aplicaron fichas de observación a los cinco atractivos turísticos de montaña seleccionados previamente el check list de observación. Tras la aplicación se pretende lograr la interpretación de resultados y la generación de propuestas o estrategias que contribuirán con la dinamización del de montaña en la parroquia El Chaupi.

Diagnóstico Situacional

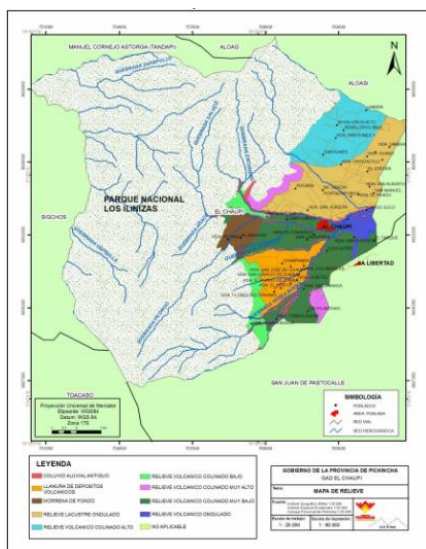
Análisis Situacional Parroquia El Chaupi

Factor Geográfico. La parroquia El Chaupi se encuentra localizada al sur occidente del cantón Mejía de la provincia de Pichincha, situada en la región Sierra, a una altitud entre los 3.000 a 4.000 m.s.n.m. Cuenta con una superficie total de 145,40 km^2 (SIGMA Consultores, 2015), la cual se encuentra rodeada por la quebrada Magnas y las montañas occidentales que lindan con la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas (GAD El Chaupi, 2012).

Posee una orografía variada que inicia con la hoya de Machachi, la cual incluye una parte del callejón interandino y una parte de la Cordillera Occidental; respecto a su topografía, es irregular y está compuesta por relieves montañosos, volcánicos colinados, vertientes, llanuras y superficies de depósitos volcánicos (SIGMA Consultores, 2015).

Figura 7

Mapa del relieve



Nota. Elaborado por SIGMA Consultores (2015)

Figura 8

Límites de la Parroquia El Chaupi

Límites	Descripción
Norte	Parroquia Manuel Cornejo Astorga y Alóag
Sur	Provincia de Cotopaxi
Este	Parroquia de Aloasí
Oeste	Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Nota. Adaptado del PDOT Cantón Mejía (2020)

Políticamente la parroquia se encuentra dividida en diez barrios los cuales son Champamba, Llulluchis, El Tanque, Llano Largo, San Manuel, Unachi, Pucará, Capulí Suco, Zumba y Tunduluquin (GAD El Chaupi, 2012).

Factor Económico. Las principales actividades productivas con las que cuenta la parroquia son la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, lo cual ocupa el 59,2% de la Población Económicamente Activa (PEA), seguida de la industria manufacturera que representa el 7,1%, luego el comercio con un 6,6%, y entre los últimos puestos, encontramos el

servicio de alojamiento y de A&B con un 1,3% y las artes, entretenimiento y recreación con un 0,5% (INEC, 2010, como se citó en SIGMA Consultores, 2015).

Figura 9

PEA por rama de actividad de El Chaupi

Rama de actividad	Número de personas	Porcentaje
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	369	59,2%
Industrias manufactureras	44	7,1%
Comercio al por mayor y menor	41	6,6%
Construcción	25	4,0%
Transporte y almacenamiento	23	3,7%
Actividades de los hogares como empleadores	12	1,9%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	10	1,6%
Enseñanza	10	1,6%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	8	1,3%
Administración pública y defensa	7	1,1%
Actividades de la atención de la salud humana	7	1,1%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	5	0,8%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	5	0,8%
Artes, entretenimiento y recreación	3	0,5%
Actividades financieras y de seguros	3	0,5%
Explotación de minas y canteras	2	0,3%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	1	0,2%
No declarado	28	4,5%
Trabajo nuevo	20	3,2%
Total	623	100%

Nota. Adaptado del PDOT Cantón Mejía (2020)

Dentro de los principales productos que se genera en la parroquia encontramos: papas, habas, mellocos, hortalizas, leche y sus derivados, los cuales tienen como principal mercado de comercialización las ciudades de Quito, Latacunga y Saquisilí (SIGMA Consultores, 2015).

Respecto a las otras actividades económicas, podemos mencionar a las tiendas que representan el 32,07 de la PEA en microempresas, y los restaurantes con un 24,53%, los cuales dentro de la actividad comercio, hoteles y restaurantes generan un 3% de empleo (SIGMA Consultores, 2015).

Factor Social. Según el INEC (2010, como se citó en PDOT Chaupi, 2015) la población

existente en la parroquia es de 1.456 habitantes, lo cual comparado con el año 2001 donde su población fue de 1.322 habitantes, evidencia un incremento en 134 habitantes que representa un 10,14%, del cual el 6,81% corresponde al crecimiento de mujeres con 90 habitantes, y el 3,33% corresponde a los hombres con 44 habitantes. Por lo tanto, para el año 2010 se posee la presencia de más mujeres representando el 51,24% de su población total y el 48,76% restante corresponde a los hombres.

Entre los grupos de edad de la población, los niños/as ocupan un 24%, los adolescentes un 15,59%, los adultos mayores un 7,3% y el 46,89% representa a la población adulta entre los 19 a los 59 años de edad, lo cual significa que la mayoría de habitantes se encuentran en una edad apta para trabajar (SIGMA Consultores, 2015).

La población mayormente se identifica como mestiza con un 85% aproximadamente del total de habitantes que representa a 1.231 personas, seguido de 101 personas identificadas como indígenas, 108 como blancas, y 16 personas como población negra- afro ecuatoriana (INEC, 2010, como se citó en SIGMA Consultores, 2015).

La población de la parroquia El Chaupi está considerada en su totalidad rural debido a que le falta un desarrollo social y económico de los servicios básicos, además, que es considerada la parroquia más vulnerable del Cantón Mejía, lo cual queda evidenciado en el índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) que es del 65,2% y el índice de extrema pobreza considera el 43,6% de la población (SIGMA Consultores, 2015).

Respecto a las proyecciones hasta el 2020, la población se incrementará en un 32,97%, alcanzando más de 1.900 personas en 2020 (SENPLADES, 2013, como se citó en SIGMA Consultores, 2015), y un aproximado de 2.389 habitantes en 2030 (Mejía Alcaldía, 2020), por ello se requiere una mayor atención a los servicios que se ofrece en la parroquia como son educación, salud, servicios básicos, entre otros, servicios que no han alcanzado la satisfacción de necesidades de toda la población de la parroquia lo cual se ve reflejado en su

segmentación de población rural.

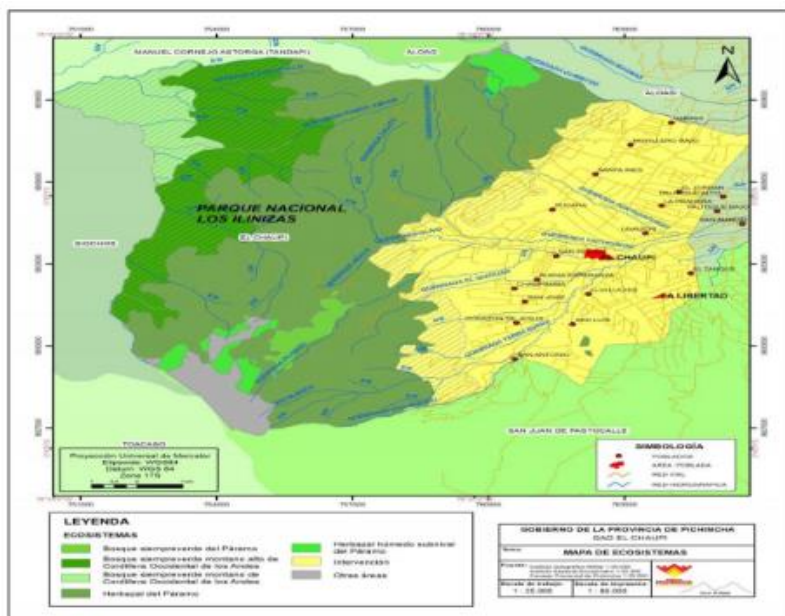
En educación, el 98% de niños y niñas asisten a un establecimiento de educación primaria, el 89% de jóvenes asisten a la educación secundaria, y solo el 35% de jóvenes continúan con una educación superior en una universidad o instituto, lo cual evidencia la falta de educación que se presenta en la parroquia, ya que el nivel de educación más alto alcanzado por la mayor parte de la población es la educación primaria (INEC, 2010, como se citó en SIGMA Consultores, 2015), lo cual puede ser causado por la falta de establecimientos educativos, ya que la parroquia solo cuenta con dos Centros Iniciales y uno de Instrucción Básica (Mejía Alcaldía, 2020).

En salud considerando a una población de 1545 habitantes, su tasa de mortalidad es del 3,88%, y su tasa de natalidad es de 5,18%, por otro lado, existen 102 personas que presentan algún tipo de discapacidad, y en tema de desnutrición infantil la parroquia presenta un 31,75%; estas son algunas de las cifras que denotan los problemas de salud existentes en la parroquia, mismos que son enfrentados o tratados en el único establecimiento que presta servicios de salud en la parroquia, el cual es el sub centro de salud, ya que no existen otros centros ni de índole pública, ni privada, adicional el principal motivo por el cual los habitantes asisten al sub centro es por diarrea ocasionada por la mala calidad del agua y el consumo de leche cruda (SIGMA Consultores, 2015).

Factor Ambiental. La parroquia rural El Chaupi cuenta con gran diversidad de flora y fauna gracias a los diferentes ecosistemas que posee, los cuales son bosque siempre verde de páramo, bosque siempre verde montano y montano alto, herbazal del páramo, y herbazal húmedo subnivel (SIGMA Consultores, 2015).

Figura 10

Mapa de ecosistemas



Nota. Elaborado por SIGMA Consultores (2015)

Dentro de las áreas naturales protegidas, que son espacios legalmente protegidos por el Estado, la parroquia posee las siguientes:

Figura 11

Áreas naturales protegidas de la parroquia El Chaupi

Nombre	Descripción
Reserva Ecológica Los Ilinizas	Es una reserva ubicada en la provincia de Pichincha, Cotopaxi, Santo Domingo de los Tsáchilas y Los Ríos, su extensión es de 149.900 hectáreas, fue creada en 1996 y su rango altitudinal comprende entre los 800 a 5.263 m.s.n.m. Entre los principales atractivos que posee la reserva encontramos Los Ilinizas, el Volcán Corazón, la laguna y el cráter del Quilotoa (Ministerio del Ambiente, 2014).
Pucará de El Chaupi	Es una pequeña colina con un manantial natural, que antiguamente era utilizado como lugar estratégico militar para observar la llegada del enemigo; actualmente es un lugar que sirve de referencia para apreciar los Ilinizas (MAE, 2013, como se citó en SIGMA

Consultores, 2015).

Nombre	Descripción
Reserva Forestal San Luis de los Arrayanes	Es una reserva forestal ubicada al pie norte de los llinizas, la cual alimenta a los afluentes del Río Toachi y el Pilatón, antiguamente se lo utilizaba como paso de contrabandistas de aguardiente; actualmente es un lugar que brinda una vista panorámica de la naturaleza de la zona (MAE, 2013, como se citó en SIGMA Consultores, 2015).

Nota. Adaptado de SIGMA Consultores (2015)

La parroquia posee gran biodiversidad en su territorio, sin embargo, esta riqueza puede verse afectada por distintos niveles de contaminación ambiental que posee, causados por la frontera agrícola que se ha expandido y afecta áreas de páramo, bosques y espacios pertenecientes a las áreas naturales protegidas, debido a la deforestación y erosión del suelo, acciones que han provocado la pérdida de biodiversidad en cerros como El Chaupi, otro problema son los residuos sólidos, lo cual se convierte en una amenaza para la salud de los pobladores ya que estos residuos entran en contacto directo o indirecto con el hombre en algunas etapas de su ciclo, por lo cual requiere de atención especial (GAD El Chaupi, 2012).

Tecnología. En términos de conectividad en la parroquia existe la presencia de una sola antena de telecomunicaciones CNT lo cual dificulta la presencia de una buena cobertura de internet (Mejía Alcaldía, 2020), a pesar de que en el cantón Mejía se ha dado un aumento de proveedores del servicio de internet, esta cobertura es limitada ya que cubre únicamente las zonas céntricas del cantón, por lo cual la parroquia El Chaupi queda entre los poblados dispersos que no pueden acceder a este servicio teniendo que optar por la telefonía fija que cubre un 35% de la población, y el medio de comunicación que prevalece es la telefonía móvil que cubre el 81,76% de los hogares del Cantón Mejía, ya que en cada hogar existe al menos un teléfono celular, sin embargo, se requiere de un proyecto de desarrollo tecnológico ya que sin la presencia de la tecnología y la conectividad al internet no se puede dar un desarrollo de la parroquia (SIGMA Consultores, 2015).

Factor Turístico. El turismo, actividad terciaria, se ve reflejada en el segmento de artes, entretenimiento y recreación considerado en la economía de la parroquia, el cual ocupa el último puesto con un 0,5% (SIGMA Consultores, 2015).

La parroquia en espacios públicos y áreas de esparcimiento cuenta con los siguientes:

Figura 12

Espacios públicos y áreas de esparcimiento

Número	Descripción
1	Casa barrial
2	Canchas deportivas
1	Canchas de usos múltiples
1	Biblioteca pública
1	Estadio
1	Parques
1	Servicios higiénicos públicos
1	Iglesias
1	Infocentro
1	Cementerios
1	Centro artesanal Luz Emilia Saa
1	Salón de Usos Múltiples
1	Complejo Chacarero

Nota. Elaborado por SIGMA Consultores (2015)

La parroquia no posee establecimientos suficientes donde se pueda desarrollar actividades culturales como el teatro, la danza, la música, entre otras, a través de las cuales se permita a la población difundir su identidad cultural.

Respecto a su cultura, en la parroquia las nacionalidades o pueblos indígenas que la habitan son en su mayoría Puruhá con un 55%, seguido de los Kichwas de la Sierra con un 23%, Otavalo con un 3%, Tsáchilas con un 1% y el porcentaje restante corresponde a otras nacionalidades o segmentos que ignoran su pertenencia a una nacionalidad o pueblo indígena (INEC, 2010, como se citó en SIGMA Consultores, 2015).

El patrimonio cultural tangible e intangible y el conocimiento ancestral no se encuentra documentado (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2021), por lo que solo se puede

considerar como patrimonio tangible calificado a su Iglesia El Chaupi, el Parque Central, la Casa de la Marquesa de Solanda y 14 viviendas uniformes; en patrimonio intangible se considera algunas tradiciones orales como leyendas y mitos sobre el duende, la viuda, los Ilinizas, entre otros, su historia pre-incaica, la historia de sus símbolos cívicos y la historia de su época colonial e independiente (SIGMA Consultores, 2015).

Respecto a los atractivos naturales, la parroquia El Chaupi ofrece hermosos paisajes naturales de los Ilinizas, El Corazón, el Complejo Chacarero, y Sarapullo, atractivos que permiten el desarrollo de un turismo ecológico, y la recepción de turistas de origen local, nacional y extranjeros (SIGMA Consultores, 2015), además de brindarle la oportunidad de convertirse en un pueblo mágico de montaña y aventura para el bioturismo del cantón Mejía, ya que tiene el potencial de generar biorutas en los biocorredores a los volcanes circundantes (Mejía Alcaldía, 2020).

Los establecimientos presentes en la parroquia que contribuyen a la prestación de servicios turísticos son solamente el refugio de los Ilinizas, las hosterías Nina Rummy, La Llovizna, la Casa Hacienda Umbria, y varios restaurantes, establecimientos que tienen como amenaza la caída de ceniza volcánica del proceso eruptivo del volcán Cotopaxi (SIGMA Consultores, 2015).

Figura 13

Atractivos turísticos

Atractivos Turísticos	
IGLESIA DE LA PARROQUIA	COORRIDA DE BORREGOS "RANCHO PREÑADO VIEJO"
VOLCAN ILLINIZAS	
MONTE PILONGO	
COMPLEJO CHACARERO	
MONTE SAQUIGUA	
CERRO EL CORAZÓN	

Nota. Elaborado por Ing. Susana Zapata. PRESIDENTA DE LA COMISIÓN DE, TURISMO,

AMBIENTE Y PRODUCTIVIDAD GAD EL CHAUPI (2021)

Figura 14

Operadoras turísticas

Operadoras Turísticas	
FRAN TOURS	OPERADORA TURISTICA
ALPES ÁNDES	OPERADORA TURISTICA
SAMAY SACHA	CENTRO DE INFORMACIÓN TURISTICA

Nota. Elaborado por Ing. Susana Zapata. PRESIDENTA DE LA COMISIÓN DE, TURISMO,

AMBIENTE Y PRODUCTIVIDAD GAD EL CHAUPI (2021)

Figura 15

Alojamiento

HOSTERIAS	SECTOR/BARRIO	
NATIVO COUNTRY LODGE & SPA	UNACHI	2 Y 5 ESTRELLAS
LLOVIZNA	EL CENTRO	
WIM & CAMPANY	CHAMPAMBA	3 ESTRELLAS
HOSTAL COORALES VIEJOS	TUNDULIQUIN	
HOSTERIA YERBABUENA	TUNDULUQUIN	
HOSTERIA URKUSUMAK	SECTOR PILONGO	
HOSTERIA ILLINIZAS LODGE	SECTOR LLANO LARGO	
HOSTERIA HUERTA SACHA	SECTOR LLANO LARGO	
REFUGIO ILINIZAS	ÁREA PROTEGIDA	

Nota. Elaborado por Ing. Susana Zapata. PRESIDENTA DE LA COMISIÓN DE, TURISMO,

AMBIENTE Y PRODUCTIVIDAD GAD EL CHAUPI (2021)

Figura 16*Transporte*

Transporte

COMPANIA DE CAMIONETAS SAN CAYETANO.
COOPERATIVA DE BUSES EL CHAUPI

Nota. Elaborado por Ing. Susana Zapata. PRESIDENTA DE LA COMISIÓN DE, TURISMO,
AMBIENTE Y PRODUCTIVIDAD GAD EL CHAUPI (2021)

Capítulo III

Análisis de Resultados Obtenidos

El presente capítulo expone los resultados de la información recolectada a través de las técnicas de observación, entrevista y encuesta. En primera instancia se dará a conocer la realidad de los factores tomados en cuenta en los Criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI). Como punto siguiente se exponen los resultados de cinco fichas de observación de cinco atractivos turísticos de montañas seleccionados previamente, además un check list de observación. Adicional se muestran las ideas principales de nueve cuestionarios aplicados a cinco empresarios de operadores de turismo de montaña, tres representantes de prestadores de servicios turísticos y uno a la autoridad de turismo del GAD parroquial. Por último, se expondrán los resultados de las encuestas realizadas a la muestra a investigar para determinar el perfil de los turistas de montaña de la parroquia el Chaupi.

Análisis de Criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI) de la parroquia El Chaupi

Seguridad y Cordialidad

Políticas Públicas para un Desarrollo Sustentable.

Políticas del Gobierno que Apoyen e Impulsen el Desarrollo Sostenible y Turismo Rural:

dentro del marco legal tratado en el presente trabajo de investigación se puede observar que documentos legales como: Constitución de la República, Plan Nacional del Buen Vivir, Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, Ley de Turismo, Reglamento de operación turística de aventura y Reglamento especial de turismo en Áreas Naturales Protegidas.

Además dentro del Plan de Desarrollo Estratégico y Ordenamiento Territorial de el Chaupi se mencionan políticas de ordenamiento territorial que determinan al suelo rural

destinado a actividades agroproductivas, forestales y de aprovechamiento turístico respetuosas del ambiente y por ello con restricción en construcción y fraccionamiento del suelo; promueve el manejo sustentable de cuencas hidrográficas; la forestación y reforestación con fines de conservación. Al ser colindante con el Área protegida Los Ilinizas determina un área de producción sustentable y amortiguamiento ecológico y además uno de sus objetivos estratégicos es promover y gestionar el manejo sustentable de los ecosistemas frágiles (SIGMA Consultores, 2015).

Índice de Desempeño Ambiental: en el 2020 Ecuador se ubicó en el puesto 103 de 180 países, con una calificación de 66,58 puntos sobre 100; siendo su fortaleza la calidad del aire y debilidad la pesca (El Telégrafo, 2016).

Tasa de Desempleo: en junio del 2021 Ecuador presenta una tasa de desempleo de 5,1% de la población económicamente activa y subempleo de 23%. Para el área urbana, la tasa de desempleo fue de 6,8% mientras que para el área rural fue de 1,9% (INEC, 2021, p. 6).

Seguridad.

Guías Capacitados: según el Catastro Nacional de guías actualizado en marzo del 2021, en Ecuador se cuenta con 2694 guías nacionales especializados en aventura y 124 guías nacionales especializados en aventura en alta montaña, ASEGUM; guías que se encuentra dentro de la plataforma del Sistema de Información de Biodiversidad SIB y son autorizados para su acción dentro de áreas naturales protegidas (MINTUR, 2021).

Rescate y Control: en Ecuador se pueden diferenciar los organismos de rescate de aquellos de control. Los organismos de control dentro del turismo de montaña son el Ministerio de Turismo y El Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica.

En el turismo de aventura en alta montaña el único organismo legal para rescates por orden constitucional son los Bomberos, existen otras instituciones que se han especializado en rescate en media y alta montaña como el Grupo de Intervención y Rescate (GIR) que surge a

raíz de problemáticas nacionales como el secuestro. Dentro de la policía actualmente el grupo designado para rescates es el Grupo de Operaciones Especiales (**GOE**). También existe otro grupo que puede intervenir en rescates que es la Defensa Civil y Militares. La Asociación Ecuatoriana de Guías de Montaña (**ASEGUIM**) también cuenta con su grupo de rescate formado por estatuto y se especializa en rescate de alta montaña (Chiquiza, 2021).

Índice de Percepción de Corrupción: en el 2019 Ecuador obtuvo una puntuación de 39/100, siendo cero muy corrupto. Con ello se ubica en el puesto 92 de 180 países (Transparencia Internacional, 2020)

Advertencias de Viaje a Nacionales y Extranjeros: la Embaja de Estados Unidos en Ecuador, lo sitúa en nivel 3 por motivos de COVID-19 y recomienda actuar con mayor cautela debido a la delincuencia. Además recomienda no visitar las provincias de Carchi, Sucumbíos y la parte norte de las provincias de Esmeraldas, incluida la ciudad de Esmeraldas, debido a la delincuencia organizada (Embajada de Estados Unidos en Ecuador, 2021).

Recursos Naturales

Densidad Poblacional: Ecuador cuenta con una densidad poblacional moderada de 67 habitantes por Km² (Expansión. Datos Macro, 2020). En el Censo 2010 la parroquia el Chaupi presentaba una densidad poblacional de 10,01 habitantes por Km² (SIGMA Consultores, 2015).

Área Natural como Porcentaje del Área Total: las 62 áreas protegidas que existen en el país se extienden en aproximadamente el 20% de la superficie del Ecuador, sumando 18.416.138 hectáreas (Primicias, 2021). La parroquia el Chaupi cuenta con una de ellas, llamada Reserva Ecológica Ilinizas que fue creada en 1996.

Variedad de Recursos Naturales: la flora que se puede destacar en la parroquia el Chaupi es achupalla, sachachocho, sigse, retama, romerillo, malva, aliso, chilca, floripondio, lechero, ortiga de monte, helecho arbóreo, sanshi. La avifauna está representada por el zumbador, torcaza, quilico, carbonero, quinde café, lora, gorrión y huairachuro. Los mamíferos más

comunes encontrados son el azulejo, conejo, venado de cola blanca, cervicabra, erizo, cuchucho andino, zorro hediondo, lobo de páramo, puma, oso, sachacuy y la ardilla (SIGMA Consultores, 2015, p. 23).

Salud

Número de Camas de Hospital: En el cantón Mejía se encuentra el Hospital Básico de Machachi con 15 camas para hospitalización y 12 para cuidados intensivos (El Comercio, 2020).

Número de Médicos y Enfermeras: El sub-centro de salud de El Chaupi cuenta con un médico general, un odontólogo, un obstetrix, una enfermera y un asistente de farmacia y estadística (SIGMA Consultores, 2015, p. 65)

Protocolos de Bio-Seguridad en Actividades de Aventura: Ecuador ha tomado en cuenta Manual de protocolos COVID-19 ASEGUM, Recomendaciones para deportes de montaña (senderismo - trekking) ASEGUM, Recomendaciones Post Covid 19 para deportes de montaña FEDME (Federación Española de Deportes de Montaña); todos publicados en el 2019 a partir de la pandemia.

Aventura

Emprendimiento.

Índice de Libertad Económica: la Fundación Heritage en el 2021 ubica al Ecuador en la posición 149 de .178 países con una puntuación de 51,3 puntos sobre 100 (Primicias, 2020).

Recursos De Aventura.

Especies Amenazadas: El Chaupi cuenta con especies endémicas en peligro de extinción (SIGMA Consultores, 2015, p. 26). La Reserva Ecológica Los Ilinizas sirve de refugio para especies endémicas de los bosques nublados del Chocó, amenazadas de extinción a nivel mundial, como: gralaria gigante, gralaria bigotiblanca, zamarrito canoso y corcovado

dorsioscuro (Ecoturistmejia, 2020).

Atractivos Naturales: dentro de la presente investigación se pudo determinar que la parroquia el Chaupi tiene varios los atractivos naturales como

Predisposición del Destino

Humanitario

Índice del Planeta Feliz: Ecuador es uno de los pueblos que se perciben más felices con un 77% en el 2020 (El Comercio, 2021)

Densidad de ONG: en el 2018 el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana suscribió el convenio básico de funcionamiento por un periodo de cuatro años 18 organizaciones no gubernamentales (ONG) extranjeras que se enfocan en sectores de minería, medio ambiente, sectores estratégicos, educación, talento humano, seguridad, fomento a la producción y salud (El Comercio, 2018) .

Infraestructura.

Infraestructura Primaria: dentro de la observación de campo realizada en la presente investigación se pudo observar que la parroquia el Chaupi cuenta con camino de primer, segundo y tercer orden; en la mayoría su sistema vial necesita de mantenimiento y mejora para dar un mejor acceso. Cuenta con el aeropuerto cercano de Quito y Latacunga; además cuenta con varios establecimientos de hospedaje ya mencionados anteriormente.

Infraestructura Secundaria: dentro de la observación de campo se establece una señalización turística de nivel deficiente en la parroquia; existe señalización dentro de la Reserva Ecológica Los Ilinizas y en un pequeño tramo de la ruta de ciclismo Tres Marías y ciclo ruta de los 9 volcanes. No se presenta una buena información accesible sobre patrimonio y cultura ya que la parroquia carece de una página oficial de turismo. La parroquia sólo cuenta con dos operadoras de turismo local llamadas: Fran Tours, liderada por Franklin Zapata y

Andes Alpes liderada por Fernando Iza; pero es parte del campo de operación de varias operadoras del país. La parroquia no cuenta con una lista definida de proveedores de turismo de montaña como guías, intérpretes y personal capacitado. Cuenta con personal guarda parques del ambiente ubicados en las garitas de control de la Reserva Ecológica Los Ilinizas.

Recursos Culturales.

Patrimonio de la Humanidad UNESCO: son parte de Ecuador 8 patrimonios UNESCO por su valor universal excepcional, estos son Quito, Islas Galápagos, Parque Nacional Sangay, Centro Histórico de Cuenca, Qhapaq Ñan, Música marimba, tradicional del sombrero ecuatoriano de paja toquilla, El patrimonio oral y las manifestaciones culturales del pueblo Zápara (El Universo, 2020).

Atractivos Culturales: existe poca información documentada sobre el patrimonio cultural tangible e intangible de la parroquia El Chaupi pero entre ellos se destacan como tangibles la Iglesia de El Chaupi, parque central y Casa de la Marquesa de Solanda. Como patrimonio intangible se tiene las tradiciones orales con creencias populares, historia de pre-inca e inca que da origen a la palabra Chaupi que significa punto medio, los símbolos cívicos de la parroquia como bandera; y la historia de la época colonial e independiente . (SIGMA Consultores, 2015, p. 76).

Marca

Imagen del Destino de Aventura: la parroquia el Chaupi no cuenta con una imagen de destino propia, se encuentra colindante con Machachi parte de Mejía que es conocido como el Valle de los 9 volcanes.

Observación de Campo

El proceso de trabajo de campo se realizó en la parroquia el Chaupi del cantón Mejía durante el mes de julio del 2021 con ayuda del guía ASEGUIM/UIAGM Pablo Chiquiza, quien

apoyó en el proceso logístico y de recorrido de rutas y visita a atractivos seleccionados como objeto de observación.

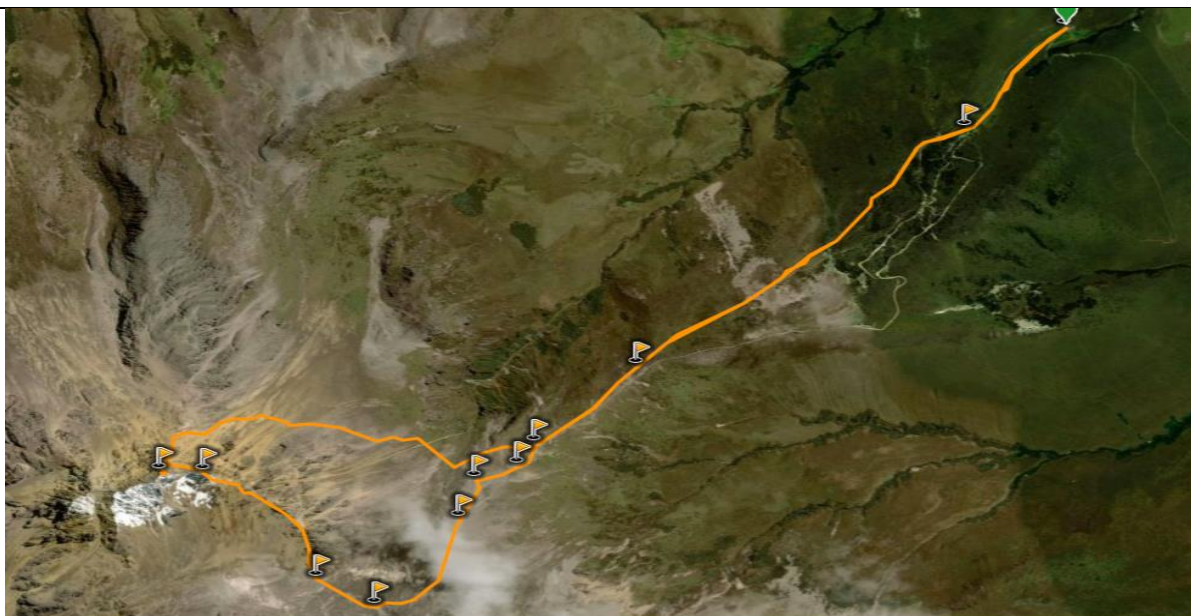
Fichas de Observación

Tabla 11

Ficha de Observación 1

Ficha Nº 1		Ficha de valoración del potencial de atractivo montaña	
Nombre del Atractivo: Iliniza Norte			
Coordenadas: 0° 38' 58" S 78° 43' 15" W (cumbre Iliniza Norte)			
Rango Altitudinal: 3970 a 5126 msnm			
Vías de acceso: ¿Cuál es el grado de acceso, es decir, facilidad de llegar a un lugar en términos de distancia desde el inicio del camino o sendero a este?	Desde Quito Panamericana Norte hasta ingreso al Chaupi, luego camino de tierra con cruce de un río pequeño hasta parqueadero La Virgen, tiempo desde El Chaupi a La Virgen 40 min aproximado en auto alto o 4x4		
Estado de conservación: ¿Cuál es el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del recurso?	Estado de conservación bueno, senderos cada vez más abiertos pero se diferencia el sendero de trekking del sendero de caballos con arrieros		
Concentración y diversidad: ¿Con cuántos recursos naturales y/o culturales cercanos cuenta el atractivo? Enumere	Varios: Iliniza Norte, Iliniza Sur, Laguna entre ambos, Laguna de Iliniza Sur, Bosque Polylepis		
Calidad visual del paisaje: ¿Cuál es el grado de excelencia o mérito del paisaje del atractivo, en función del análisis y valoración de sus atributos biofísicos, estéticos y estructurales? (alto-medio-bajo)	Alto		
Variables geográficas	Cumple: Sí		No
El recurso o atractivo corresponde a:			
a) Alta montaña si	b) Media montaña si	c) Baja montaña si	d) Ninguno
Desplazamiento técnico adicional con equipo técnico	Desplazamiento técnico con zonas de difícil progresión	Desplazamiento no técnico que solo requiere condición física	
Criterios de valoración			
-Sí el atractivo pertenece a la opción a, b o c, aprueba la valoración de tipo geográfica, se puede continuar con la valoración 2 de tipo turística.			
- Si el atractivo pertenece a la opción d, ninguno, el recurso o atractivo se descarta y se sugiere incluirlo en otra categoría diferente a montaña.			

<p>Observaciones: Presenta puesto de control MAE por su ruta normal, necesario tramitar permisos previos, alojamiento de refugio Nuevos Horizontes, gran afluencia de turistas en fines de semana, Iliniza Norte presenta peligrosidad por caída de rocas.</p> <p>El Iliniza Sur es un volcán de 5.263 msnm que requiere buenas habilidades de escalada en hielo, previa experiencia en glaciar y conocimientos en alta montaña. No es apta para principiantes y requiere de buen entrenamiento, preparación y aclimatación.</p>			
Variables turísticas		Cumple: sí	No
Particularidad y diversidad			
a) ¿El atractivo cuenta con recursos de atributos importantes que le otorguen una singularidad especial que lo diferencien y distingan? si			
b) El atractivo posee al menos 1 atractivo complementario de cualquier tipo o subtipo dado por MINTUR si			
c) El recurso o atractivo posee una característica de tipo excepcional un elemento que lo hace único. no			
d) Es un atractivo o recurso que no posee ninguna característica excepcional, ni atractivos complementarios, pero por tradición es usado en turismo y se ha demostrado mediante estadísticas que tiene acogida por parte del turista. si			
Criterios de valoración			
El atractivo o recurso debe al menos cumplir con 1 de los criterios señalados en la variable turística (a- b- c-d), de no hacerlo se descarta y se sugiere incluirlo para otro tipo de investigación u otro tipo de actividad.			
Matriz FODA			
F Cercanía a Quito, Varios atractivos cercanos		O Necesidad de aumentar guías locales y restaurantes, puesto de control MAE a ser desarrollado en atención al cliente	
D Camino de autos en estado intermedios, falta de transporte público frecuente		A Peligrosidad por caída de rocas en Iliniza Norte	
Croquis:			



Levantamiento de ruta en plataforma digital (Koomot):

https://www.komoot.es/tour/426252361?ref=avs&share_token=a2gBlf6jGYxYNY4IRKv0WjidYBtNL89uXuy0fSLtYTMbNbRUuh

Recomendaciones de visita:

Iliniza Norte:

Hora de salida: 6h de Quito

Hora de retorno: 19h

Nivel físico: 4 de 5 (medio-alto)

Nivel técnico: medio

Altura máxima: 5126 metros

Distancia: 14 km

Desnivel positivo: 1200 m

Tiempo de caminata: 8-9 horas (con paradas)

VESTIMENTA

- casco de escalada (alquiler \$4)

- arnés con mosquetón (alquiler \$5)
- mochila de 30 L con cobertor de agua
- zapatos de media montaña con buen labrado
- pantalón y camiseta de secado rápido
- chaqueta polar/fleece
- chaqueta impermeable
- tubulares o buffs para protegerse del sol y el frío
- guantes y gorra de lana
- gorra de sol, bloqueador solar, gafas, kleenex/ph
- comida de marcha/refrigerio
- 2 litros de agua o bebida hidratante
- bastones (opcional pero muy recomendados)
- ropa de recambio (que se deja en el transporte)

Iliniza Sur:

Hora de salida: 11h día 1

Hora de retorno: 16h día 2

Nivel físico: 4 de 5 (medio-alto)

Nivel técnico: alto

Altura máxima: 5264 metros

Desnivel positivo: 1300 m

ITINERARIO

Día 1

11h: Salida de Quito

13h: Llegada al parqueadero (La Virgen)

16h: Llegada al refugio, alistamiento del equipo

18h: Cena

19h: Dormir

Día 2

2h: Despertarnos, vestirnos, "desayunar"

3h: Inicio del ascenso

7h - 8h: Llegada a la cumbre

10h - 11h30: Llegada al refugio

13h: Llegada al parqueadero

14h: Almuerzo en Machachi (no incluido)

16h: Llegada a Quito

PARA EL REFUGIO

Son 2.5 a 3 horas de caminata desde el parqueadero hasta el refugio llevando parte del equipo. La otra parte llevará la mula.

- funda de dormir
- útiles de aseo personal
- fundas de plástico para guardar el equipo mojado
- tapones de oídos (para descansar mejor)

EQUIPO

- botas simples de alta montaña
- crampones con anti-boot
- 2 piquetas técnicas (pico y pala) o 1 piqueta técnica y una semi-técnica
- casco de escalada
- arnés

- 3 mosquetones con seguro HMS
- 1 mosquetón sin seguro
- 1 descendedor (ATC/placa)
- 1 línea de vida de 60cm (cinta cosida) o un cordino de 6mm x 1m

VESTIMENTA

- mochila de 35 L para el ascenso
- tres capas de ropa para las piernas y el torso
 - .primera capa: licra y buzo térmico y transpirable
 - .segunda capa: chaqueta y pantalón térmico
 - .tercera capa: chaqueta y pantalón impermeable
- polainas
- dos tubulares
- gorro térmico y/o capucha de la segunda capa
- dos pares de medias; uno delgado y uno grueso
- dos pares de guantes; los internos térmicos y los externos gruesos e impermeables
- una chompa de plumas de preferencia con capucha (que se lleva en la mochila)
- gafas oscuras que cubran la parte lateral de los ojos
- linterna frontal con pilas extras
- bloqueador solar
- comida de marcha para el ascenso
- 1.5 a 2L de agua de preferencia en termos que conserven el calor. No usar camelback porque el agua se congela

Resultados:

Las instalaciones MAE presentan servicios sanitarios, gran potencial de visita, burocracia para emisión de permisos. Para visitar ambos atractivos se pasa por el bosque de Polypelis y es cercana la laguna entre ambos llinizas

Nota. Ficha para la valoración del potencia de una atractivo de montaña, creación del investigador a partir de los criterios de (Solís M., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012) y (Solís M., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012, p. 6).

Tabla 12

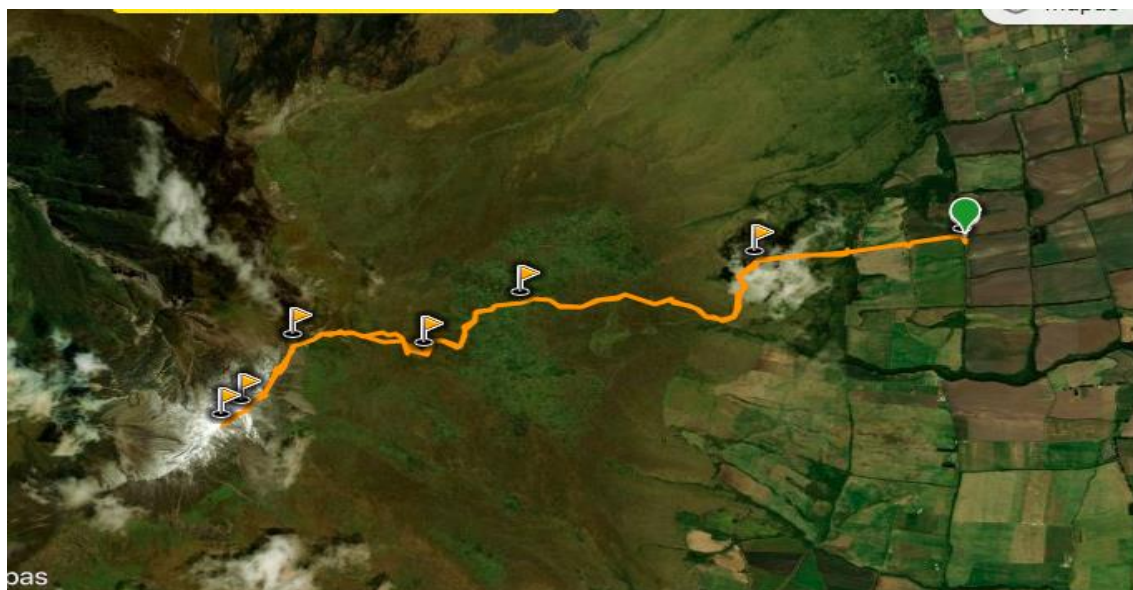
Ficha de Observación 2

Ficha Nº 2	Ficha de valoración del potencial de atractivo montaña
Nombre del Atractivo: El Corazón ruta por estación del Tren	
Coordenadas: 0° 31' 56" S 78° 39' 40" W (Cumbre cerro Corazón)	
Rango Altitudinal: 3167 a 4815msnm	
Vías de acceso: ¿Cuál es el grado de acceso, es decir, facilidad de llegar a un lugar en términos de distancia desde el inicio del camino o sendero a este?	Desde Quito Panamericana Norte hasta ingreso al Chaupi, luego camino de tierra aproximadamente 15 minutos en 4x4 para mejor acercamiento

Estado de conservación: ¿Cuál es el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del recurso?	Ruta desde la estación del Tren con buen estado de conservación al ser poco visitada		
Concentración y diversidad: ¿Con cuántos recursos naturales y/o culturales cercanos cuenta el atractivo? Enumere	Mirador Loma Pucará		
Calidad visual del paisaje: ¿Cuál es el grado de excelencia o mérito del paisaje del atractivo, en función del análisis y valoración de sus atributos biofísicos, estéticos y estructurales? (alto-medio-bajo)	Alto		
Variables geográficas	Cumple: Sí	No	
El recurso o atractivo corresponde a:			
a) Alta montaña	b) Media montaña si	c) Baja montaña si	d) Ninguno
Desplazamiento técnico adicional con equipo técnico	Desplazamiento técnico con zonas de difícil progresión	Desplazamiento no técnico que solo requiere condición física	
Criterios de valoración			
-Sí el atractivo pertenece a la opción a, b o c, aprueba la valoración de tipo geográfica, se puede continuar con la valoración 2 de tipo turística.			
- Si el atractivo pertenece a la opción d, ninguno, el recurso o atractivo se descarta y se sugiere incluirlo en otra categoría diferente a montaña.			
Observaciones: Siguiendo por la ruta de Aloasí, se puede subir en 4x4 hasta el letrero del límite de la Reserva Ecológica Los Ilinizas. En este punto se da inicio a la caminata hacia la cumbre del Corazón. Es una ruta para nivel avanzado por su gran desnivel necesita buena resistencia			
Variables turísticas	Cumple: sí	No	
Particularidad y diversidad			
a) ¿El atractivo cuenta con recursos de atributos importantes que le otorguen una singularidad especial que lo diferencien y distingan? No			
b) El atractivo posee al menos 1 atractivo complementario de cualquier tipo o subtipo dado por MINTUR Si			
c) El recurso o atractivo posee una característica de tipo excepcional un elemento que lo hace único. No			
d) Es un atractivo o recurso que no posee ninguna característica excepcional, ni atractivos complementarios, pero por tradición es usado en turismo y se ha demostrado mediante estadísticas que tiene acogida por parte del turista. No			
Criterios de valoración			
El atractivo o recurso debe al menos cumplir con 1 de los criterios señalados en la variable turística (a- b- c-d), de no hacerlo se descarta y se sugiere incluirlo para otro tipo de investigación u otro tipo de actividad.			
Matriz FODA			

<p>F Ruta poco visitada, buen nivel de conservación. Gran calidad de paisaje.</p>	<p>O Pocas personas conocen la ruta y necesitan un guía que los lleve, servicios de alimentos y bebidas cercanos nulos</p>
<p>D Ruta para nivel alto de estado físico, presenta 1600m de desnivel positivo. Líneas de transporte público nulas</p>	<p>A Sus visitantes contratan camionetas que no siempre los van a recoger a su regreso</p>

Croquis:



Levantamiento de ruta en plataforma digital: <https://es.wikiloc.com/rutas-carrera/corazon-x-aloasi-26ene2019-32603680>

Recomendaciones de visita:

Hora de salida: 6h de Quito
 Hora de retorno: 19h a Quito
 Nivel físico: 4 de 5 (medio)
 Nivel técnico: bajo-medio
 Altura máxima: 4790 msnm
 Tiempo de caminata: 8 horas

VESTIMENTA Y EQUIPO

- casco (te podemos alquilar)
- mochila de 30L con cobertor de agua (cobertor opcional)
- zapatos de media montaña con buen labrado
- pantalón y camiseta preferiblemente de secado rápido
- chaqueta abrigada, fleece o polar
- chaqueta impermeable
- pantalón impermeable (opcional)
- guantes y gorro térmicos o de lana
- gorra de sol, bloqueador solar, gafas, kleenex/ph
- comida de marcha
- 2 litros de agua
- linterna frontal (opcional)
- polainas (opcional)
- bastones (opcional)
- pito y navaja (opcional)
- ropa de cambio (incluidos zapatos)

Resultados:


Ruta poco visitada con gran potencia

Nota. Ficha para la valoración del potencia de una atractivo de montaña, creación del investigador a partir de los criterios de (Solís M., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012) y (Solís M., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012, p. 6).

Tabla 13*Ficha de Observación 3*

Ficha Nº 3	Ficha de valoración del potencial de atractivo montaña
Nombre del Atractivo: Cerro Saquigua	
Coordenadas: 0° 37' 58"S 78° 38' 26" W (Cumbre cerro Saquigua)	
Rango Altitudinal: 3330 a 3840 msnm	
Vías de acceso: ¿Cuál es el grado de acceso, es decir, facilidad de llegar a un lugar en términos de distancia desde el inicio del camino o sendero a este?	Desde Quito Panamericana Norte hasta ingreso al Chaupi, luego camino de tierra aproximadamente 10 minutos en auto para acercamiento

Estado de conservación: ¿Cuál es el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del recurso?	Medio, senderos no marcados. Si se encuentra señalética turística pero también, no se presenta basura		
Concentración y diversidad: ¿Con cuántos recursos naturales y/o culturales cercanos cuenta el atractivo? Enumere	Complejo Chacarrero, Cerro Santa Cruz, Cerro Pupuntio, Ruta de ciclismo Tres Marías		
Calidad visual del paisaje: ¿Cuál es el grado de excelencia o mérito del paisaje del atractivo, en función del análisis y valoración de sus atributos biofísicos, estéticos y estructurales? (alto-medio-bajo)	Medio		
Variables geográficas	Cumple: Sí		No
El recurso o atractivo corresponde a:			
a) Alta montaña	b) Media montaña	c) Baja montaña si	d) Ninguno
Desplazamiento técnico adicional con equipo técnico	Desplazamiento técnico con zonas de difícil progresión	Desplazamiento no técnico que solo requiere condición física	
Criterios de valoración			
-Sí el atractivo pertenece a la opción a, b o c, aprueba la valoración de tipo geográfica, se puede continuar con la valoración 2 de tipo turística.			
- Si el atractivo pertenece a la opción d, ninguno, el recurso o atractivo se descarta y se sugiere incluirlo en otra categoría diferente a montaña.			
Observaciones: ruta suave, buen nivel paisajístico. Parte de las Tres Marías. Se lo puede visitar dejando la bicicleta en su base y luego caminar			
Variables turísticas	Cumple: sí		No
Particularidad y diversidad			
a) ¿El atractivo cuenta con recursos de atributos importantes que le otorguen una singularidad especial que lo diferencien y distingan? no			
b)El atractivo posee al menos 1 atractivo complementario de cualquier tipo o subtipo dado por MINTUR si			
c) El recurso o atractivo posee una característica de tipo excepcional un elemento que lo hace único. No			
d) Es un atractivo o recurso que no posee ninguna característica excepcional, ni atractivos complementarios, pero por tradición es usado en turismo y se ha demostrado mediante estadísticas que tiene acogida por parte del turista. no			
Criterios de valoración			
El atractivo o recurso debe al menos cumplir con 1 de los criterios señalados en la variable turística (a- b- c-d), de no hacerlo se descarta y se sugiere incluirlo para otro tipo de investigación u otro tipo de actividad.			
Matriz FODA			

<p>F Cercanía al centro poblado el Chaupi, seguridad, se puede realizar su acercamiento en bicicleta,</p>	<p>O Nivel de dificultad bajo accesible a varias personas, buen camino de acercamiento</p>
<p>D No tiene un sendero claramente marcado en su última parte</p>	<p>A Cercanía al centro poblado</p>
<p>Croquis:</p> 	
<p>Levantamiento de ruta en plataforma digital: https://es.wikiloc.com/rutas-senderismo/saquigua-15509583</p>	
<p>Recomendaciones de visita: Hora de salida: 7h de Quito Hora de retorno: 15h a Quito Nivel físico: 2 de 5 (bajo-medio) Nivel técnico: ninguno Altura máxima: 3852 metros</p>	

Distancia: 9 km

Tiempo de caminata: 5 horas (con paradas)

VESTIMENTA

- mochila de 30 L con cobertor de agua (cobertor opcional)
- zapatos de media montaña con buen labrado (o zapatos deportivos)
- pantalón y camiseta preferiblemente de secado rápido
- chaqueta abrigada o polar
- chaqueta impermeable o poncho de agua
- gorra de sol, bloqueador solar, gafas, kleenex/ph
- tubulares para protegerse del sol
- comida de marcha/refrigerio
- 1.5 a 2 litros de agua o bebida hidratante
- bastones (opcional)
- ropa de cambio (que se deja en el transporte)

Resultados:

Ruta de nivel suave, accesible a personas con un estado físico medio. Ruta corta con señalética turística antigua pero se lo puede incluir dentro de un programa de ciclismo

Nota. Ficha para la valoración del potencia de una atractivo de montaña, creación del investigador a partir de los criterios de (Solís M., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012) y (Solís M., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012, p. 6).

Tabla 14

Ficha de Observación 4

Ficha N° 4	Ficha de valoración del potencial de atractivo montaña
Nombre del Atractivo: Mirador Loma Pucará Ciclismo ruta 9 volcanes	
Coordenadas: 0° 31' 12" S 78° 3 8' 09"W (Mirador Loma Pucará)	
Rango Altitudinal: 3350 a 3750 msnm	
Vías de acceso: ¿Cuál es el grado de acceso, es decir, facilidad de llegar a un lugar en términos de distancia desde el inicio del camino o sendero a este?	Desde Quito movilidad por E35 hasta el ingreso al Chaupi, camino asfaltado hasta inicio de la ruta
Estado de conservación: ¿Cuál es el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del recurso?	Bueno, vías en buen estado para bicicleta
Concentración y diversidad: ¿Con cuántos recursos naturales y/o culturales cercanos cuenta el atractivo? Enumere	Complejo Chacarrero, Cerro Corazón , Mirador Loma Pucará

Calidad visual del paisaje: ¿Cuál es el grado de excelencia o mérito del paisaje del atractivo, en función del análisis y valoración de sus atributos biofísicos, estéticos y estructurales? (alto-medio-bajo)		Alto	
Variables geográficas		Cumple: Sí	No
El recurso o atractivo corresponde a:			
a) Alta montaña	b) Media montaña	c) Baja montaña	d) Ninguno
Desplazamiento técnico adicional con equipo técnico	Desplazamiento técnico con zonas de difícil progresión	Desplazamiento no técnico que solo requiere condición física	
Criterios de valoración			
-Sí el atractivo pertenece a la opción a, b o c, aprueba la valoración de tipo geográfica, se puede continuar con la valoración 2 de tipo turística.			
- Si el atractivo pertenece a la opción d, ninguno, el recurso o atractivo se descarta y se sugiere incluirlo en otra categoría diferente a montaña.			
Observaciones: ruta de ciclismo con informativo en el parque central de El Chaupi, ruta empedrada hacia el ingreso al cerro Corazón			
Variables turísticas		Cumple: sí	No
Particularidad y diversidad			
a) ¿El atractivo cuenta con recursos de atributos importantes que le otorguen una singularidad especial que lo diferencien y distingan? si			
b)El atractivo posee al menos 1 atractivo complementario de cualquier tipo o subtipo dado por MINTUR si			
c) El recurso o atractivo posee una característica de tipo excepcional un elemento que lo hace único. no			
d) Es un atractivo o recurso que no posee ninguna característica excepcional, ni atractivos complementarios, pero por tradición es usado en turismo y se ha demostrado mediante estadísticas que tiene acogida por parte del turista. no			
Criterios de valoración			
El atractivo o recurso debe al menos cumplir con 1 de los criterios señalados en la variable turística (a- b- c-d), de no hacerlo se descarta y se sugiere incluirlo para otro tipo de investigación u otro tipo de actividad.			
Matriz FODA			
F Ruta nivel medio, belleza paisajística, puntos seguros par parqueo de carros		O mercado amplio de ciclistas de montaña, necesidad de alquiler de bicicletas	
D difícil movilidad para llevar bicicletas hasta el inicio de la ruta, falta de guías calificados en esta modalidad		A porcentaje alto de accidentes en ciclismo de montaña, costo operativo alto	

Croquis:

Levantamiento de ruta en plataforma digital: <https://es.wikiloc.com/rutas-mountain-bike/volcan-corazon-13721072>

Recomendaciones de visita:

Hora de salida: Quito 7h00 am

Hora de retorno: Quito 15h00 pm

Nivel físico: Medio

Nivel técnico: Medio

Vestimenta e implementos:

- Casco de bici
- Tubo extra de repuesto
- Bicicleta con buen mantenimiento
- Ropa de ciclismo
- 2 litros de agua
- Kit de herramientas básico
- Rompe vientos, impermeable

Resultados: cada ciclista debe ir bajo su propio riesgo en caso de accidentes. Se trata de una ruta corta pero que requiere buen estado físico por el tipo de terreno

Nota. Ficha para la valoración del potencial de un atractivo de montaña, creación del


investigador a partir de los criterios de (Solís M, Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012) y (Solís

M, Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012, p. 6).

Tabla 15

Ficha de Observación 5

Ficha N° 5		Ficha de valoración del potencial de atractivo montaña	
Nombre del Atractivo: Ruta Ciclismo Tres Marías			
Coordenadas: 0° 37' 58"S 78° 38' 26" W (Cumbre cerro Saquigua)			
Rango Altitudinal: 3320 a 3530 msnm			
Vías de acceso: ¿Cuál es el grado de acceso, es decir, facilidad de llegar a un lugar en términos de distancia desde el inicio del camino o sendero a este?	Desde Quito movilidad por E35 hasta el ingreso al Chaupi, camino asfaltado hasta inicio de la ruta		
Estado de conservación: ¿Cuál es el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del recurso?	Bueno, vías en buen estado para bicicleta		
Concentración y diversidad: ¿Con cuántos recursos naturales y/o culturales cercanos cuenta el atractivo? Enumere	Cerro Saquigua, Santa Cruz y Pupuntio; Complejo Chacarrero		
Calidad visual del paisaje: ¿Cuál es el grado de excelencia o mérito del paisaje del atractivo, en función del análisis y valoración de sus atributos biofísicos, estéticos y estructurales? (alto-medio-bajo)	Bueno		
Variables geográficas	Cumple: Sí		No
El recurso o atractivo corresponde a:			
a) Alta montaña	b) Media montaña	c) Baja montaña si	d) Ninguno
Desplazamiento técnico adicional con equipo técnico	Desplazamiento técnico con zonas de difícil progresión	Desplazamiento no técnico que solo requiere condición física	
Criterios de valoración			
-Sí el atractivo pertenece a la opción a, b o c, aprueba la valoración de tipo geográfica, se puede continuar con la valoración 2 de tipo turística.			
- Si el atractivo pertenece a la opción d, ninguno, el recurso o atractivo se descarta y se sugiere incluirlo en otra categoría diferente a montaña.			
Observaciones: ruta circular con paso por la base de las 3 montañas llamadas la 3 Marías, ruta de nivel medio con popularidad en la zona			
Variables turísticas	Cumple: sí		No
Particularidad y diversidad			
a) ¿El atractivo cuenta con recursos de atributos importantes que le otorguen una singularidad			

especial que lo diferencien y distinguan? si	
b)El atractivo posee al menos 1 atractivo complementario de cualquier tipo o subtipo dado por MINTUR no	
c) El recurso o atractivo posee una característica de tipo excepcional un elemento que lo hace único. no	
d) Es un atractivo o recurso que no posee ninguna característica excepcional, ni atractivos complementarios, pero por tradición es usado en turismo y se ha demostrado mediante estadísticas que tiene acogida por parte del turista. si	
Criterios de valoración	
El atractivo o recurso debe al menos cumplir con 1 de los criterios señalados en la variable turística (a- b- c-d), de no hacerlo se descarta y se sugiere incluirlo para otro tipo de investigación u otro tipo de actividad.	
Matriz FODA	
F ciclo ruta que bordea tres montañas, cercanía con centro poblado, posibilidad de visita a mercado indígena Romerillos, ruta circular	O nicho de mercado ciclistas que buscan nuevas rutas, alquiler de bicicletas, necesidad del trazado y señalética de la ciclo ruta
D falta de señalética que guíe el rumbo de la ruta	A pequeño tramo en la Panamericana que puede ser peligroso para los ciclistas
Croquis:	
	

Levantamiento de ruta en plataforma digital: <https://es.wikiloc.com/rutas-mountain-bike/las-3-marias-ciclismo-chaupi-78558203>

Recomendaciones de visita:

Hora de salida: Quito 7h00 am

Hora de retorno: Quito 17h00 pm

Nivel físico: Medio

Nivel técnico: Medio

Vestimenta a implementos:

-Casco de bici

-Tubo extra de repuesto

-Bicicleta con buen mantenimiento

-Ropa de ciclismo

-2 litros de agua

-Kit de herramientas básico

- Rompe vientos, impermeable

Resultados: la ruta presenta variantes ya que recorre la base de tres montañas que tienen varios caminos vecinales, dentro de esta ruta se puede incluir la cumbre del monte Saquigua dejando las bicicletas en su base. Ruta circular que permite una facilidad de logística y retorno por mercado indígena Romerillos que en fines de semana puede ser una parada de alimentación.

Nota. Ficha para la valoración del potencial de un atractivo de montaña, creación del

investigador a partir de los criterios de (Solís M., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012) y (Solís

M., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012, p. 6).

Check List de Observación**Tabla 16***Check list de observación*

	Compatibilidad ambiental (concuerta)		Calidad de la estructura	
Transporte	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input checked="" type="checkbox"/>) Mala
Calles (accesos)	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No	(<input checked="" type="checkbox"/>) Buena	(<input type="checkbox"/>) Mala
Basureros	(<input type="checkbox"/>) Si	(<input checked="" type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input type="checkbox"/>) Mala
Equipamiento (gradas, pasillos, puentes)	(<input type="checkbox"/>) Si	(<input checked="" type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input type="checkbox"/>) Mala
Caminos	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input checked="" type="checkbox"/>) Mala
Interpretación ambiental	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input checked="" type="checkbox"/>) Mala
Folletos	(<input type="checkbox"/>) Si	(<input checked="" type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input type="checkbox"/>) Mala
Videos	(<input type="checkbox"/>) Si	(<input checked="" type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input type="checkbox"/>) Mala
Sanitarios	(<input type="checkbox"/>) Si	(<input checked="" type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input type="checkbox"/>) Mala
Equipamiento de seguridad	(<input type="checkbox"/>) Si	(<input checked="" type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input type="checkbox"/>) Mala
Enfermería	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input checked="" type="checkbox"/>) Mala
Placas indicativas	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input checked="" type="checkbox"/>) Mala
Estacionamiento	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input checked="" type="checkbox"/>) Mala
Venta de souvenirs	(<input type="checkbox"/>) Si	(<input checked="" type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input type="checkbox"/>) Mala
Alimentación	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No	(<input type="checkbox"/>) Buena	(<input checked="" type="checkbox"/>) Mala
Cantidad de turistas	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No	(<input checked="" type="checkbox"/>) Buena	(<input type="checkbox"/>) Mala
	Existe			
Libro de ingreso	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No		
Libro de salida	(<input type="checkbox"/>) Si	(<input checked="" type="checkbox"/>) No		
Educación ambiental	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No		
Basura aparente	(<input type="checkbox"/>) Si	(<input checked="" type="checkbox"/>) No		
Fauna nativa	(<input checked="" type="checkbox"/>) Si	(<input type="checkbox"/>) No		
Guías capacitados	(<input type="checkbox"/>) Si	(<input checked="" type="checkbox"/>) No		

Nota. Ficha para la valoración del potencia de una atractivo de montaña, creación del

investigador a partir de los criterios de (Solís M., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012) y (Solís M., Errazuriz, Caradeuc, & Seabra, 2012, p. 6).

Cuestionarios

Entrevista Prestadores de Servicios Turísticos

- **Llovizna (Wladimir Gallo) 17 julio 2021:** al ser uno de los primeros establecimientos turísticos en la parroquia, los visitantes antes de la pandemia llegaba a ser 200 personas mensuales pero ahora ya no se tienen huéspedes, la estacionalidad en el flujo de turistas era julio, agosto, septiembre las temporadas altas y luego iniciaba en diciembre, enero y febrero.

Aparte del control de los llinizas no existe otro punto de registro de visitantes en la parroquia, el GAD no toma en cuenta la opinión de la población ya que no tiene una capacidad técnica para la planificación del turismo para su desarrollo. Expresa su insatisfacción en el papel del poder público, las inversiones no tienen buena planificación.

El Chaupi siempre ha sido y será un destino de turismo de montaña, sus fortalezas son Los llinizas, el Corazón y la ruta el corazón fue abierta por él hace unos cinco años. Destaca que el desarrollo turístico de la zona inició hace 20 años con la construcción del refugio nuevos horizontes. Deben desarrollarse el turismo en la zona baja con la capacidad que tiene el refugio para atraer personas.

Es necesario abrir el abanico de servicios turísticos de la parroquia, con posibilidades para que personas afines al turismo pero sin una capacitación técnica puedan capacitarse, así la parroquia podrá retener a los turistas que ya los visitan Y atraer a más; es necesario ver las necesidades de los turistas para solventarlas y obtener beneficios económicos.

Describe a la parroquia como un hermoso jardín con mucho potencial pero con un desorden como basura, es necesario reorganizar la parroquia para hacerla más bonita. Está en planificación dar un mantenimiento a la vía de ingreso a la parroquia para dar una bienvenida al turista.

Las agencias de turismo no tienen acción con la comunidad, principalmente porque los guías locales no tienen la certificación que pide el ministerio del ambiente, sin embargo ellos podrían guiar los atractivos alternativos fuera del área protegida.

Presenta como problema principal que no existe una cabeza visible que tome protagonismo en la planificación del turismo, porque existe un conflicto de intereses económicos entre los distintos actores. Presenta como idea principal gestionar un proyecto de guías locales que cuiden de la reserva con un costo de ingreso pero un mejor servicio y seguridad; presenta como un obstáculo a los puntos de control del ministerio del ambiente. El principal obstáculo son las políticas del Estado actuales y sugieren que regresen hacer como hace 15 años, sugiere contratar personal capacitado en turismo.

- **Huerta Sacha (Mayra Muela) 11 agosto 2021:** se destaca la necesidad de políticas públicas, es decir ordenanzas que apoyan el emprendimiento. Además sugiere cambiar el horario de ingreso de visitantes a la reserva porque es muy tarde y peligroso un ingreso a las 8 am como se lo realiza actualmente. Observa que el Complejo Chacarrero es una infraestructura que podría tener buen uso por parte de la comunidad.

Comenta que es notoria la reducción de flujo de turistas desde la pandemia porque su mercado de alojamiento es más internacional; los turistas nacionales solo hacen visitas de un día. El Chaupi tiene gran potencialidad como turismo de montaña porque tienen varias actividades pero es necesario que el ministerio del ambiente facilite el ingreso y permisos que se han convertido en una debilidad de la parroquia dejando

de lado su labor de conservación.

- **Refugio Nuevos Horizontes (Jacobo Larrea) 22 julio 2021:** nos comenta que los pasajeros mensuales son alrededor de 50, entre semana llegan 2 o 3 ir en fines de semana hasta 10 y la mayoría son montañistas independientes. El refugio cuenta con un solo empleado que es Fredy Flores y tiene apoyo de un porteador de la zona para subir los insumos de A&B. El refugio se sitúa en propiedad privada del club Nuevos Horizontes, es por ello que no se ha transferido la gestión a la parte comunitaria. Jacobo ofreció su ayuda en traducciones al alemán e inglés de material publicitario de la parroquia pero no ha sido contactado todavía por el GAD.

Apuntala la dinamización de turismo también hacia el agroturismo ya que es la actividad económica principal de la parroquia y pueden ser aprovechadas, considera que el turismo ayuda a la conservación siempre y cuando tenga un buen manejo Y en esto brinda un gran apoyo el ministerio del ambiente. Existe un control de senderos para caballos y otro para personas. La estacionalidad de turistas es alta en agosto y septiembre, luego en diciembre pero se ha reducido el flujo debido a la pandemia.

Hace poco se logró obtener permisos directos de ingreso, similar a lo que ocurre en el parque Nacional Cotopaxi, con ello pronostica tener un aumento del de turistas. El refugio sólo brinda servicios de alojamiento y alimentación, el servicio de porteadores y caballos es brindado por personas de la comunidad de la zona de amortiguamiento, el refugio sólo trabaja como intermediario de contacto.

Entrevista Operadoras de Turismo

- **Samay Sacha (Andrea Moreno) 22 julio 2021:** Andrea forma parte de los prestadores de servicios locales, tiene una formación en turismo y busca tener un centro de información turística con tienda de artesanías porque expresa la necesidad de un lugar que brinde este servicio a los turistas. Expresa que el GAD no toma con seriedad a la

actividad del turismo, el GAD tiene la iniciativa de formar una asociación para que todos los actores de turismo se involucren pero resalta la debilidad en la parroquia de la falta de trabajo en equipo por un interés común.

Resalta el potencial de la parroquia para el turismo pero que necesita una buena organización. Para poder implementar un centro de información turística se necesita apoyo económico porque esta es una actividad que demanda tiempo completo pero en su inicio no representa los réditos económicos para ser sostenible.

Comenta que los negocios turísticos que se han mantenido en el transcurso de la pandemia son en su mayoría de las zonas altas de haciendas pero aquellos que son emprendimientos no tienen la sostenibilidad y apoyo para prosperar. Resalta como obstáculo las ordenanzas para manejo de terrenos ya que ellos no pueden ser fraccionados en partes más pequeñas, que servirían como Lugar para emprendimientos en turismo.

- **Fran Tours (Franklin Zapata) 22 julio 2021:** Franklin es originario de El Chaupi, su agencia es un prestador de servicios con guianza, transporte, alimentación, hospedaje. Comenta que la mayoría de la población de el Chaupi se dedica a la agricultura y ganadería pero que casi nadie le apuesta al turismo, al contrario han llegado personas externas para invertir en la parroquia con proyectos de turismo. Su lugar de hospedaje se llama Ilinizas Huasi Hostal-Restaurante, comenta que los turistas son de distintos segmentos de edades y también los visitaban extranjeros.

Maneja guías locales, nacionales y de montaña dependiendo de la actividad a realizarse. El parapente no ha tenido apertura al público, se realiza desde Loma Pucará como deportistas, no todavía factible para comercializarse. El mirador Loma Pucará queda hacia el control de Loma Hurco en el cerro Corazón y es un sitio de visita con gran potencial debido a su calidad paisajística. Cada vez el turista de montaña es un

poco más consciente por lo que es beneficiosa la visita y sostenible el turismo de montaña.

Considera que falta acción por parte del poder público ya sea por falta de conocimiento o recursos y destaca la necesidad de una asociación para que se dé la promoción turística en el Chaupi. Falta difusión de la parroquia. Nos brinda la idea de una oficina de información turística frente al monumento de ingreso. Destaca como pieza clave la difusión de El Chaupi en turismo y por ello se necesita la acción de una institución que en otras parroquias si existe. Herramientas como una página propia.

- **Andes Alpes (Fernando Iza) 16 julio 2021:** Fernando es originario de Cotopaxi pero se ha desarrollado en el Chaupi, por lo que es un prestador de servicio local. Andes Alpes es una empresa familiar y a veces tienen colaboradores eventuales, a los cuáles les exigen tener capacitación en turismo. El municipio también regula este tema en la emisión de permisos. Su establecimiento atiende alrededor de 20 turistas mensuales, en su mayoría son hombres, montañistas en su mayoría. En diciembre se presenta un flujo de turistas mayor; no existe ningún registro de turistas extra aparte del puesto de control MAE.

A su perspectiva el GAD no brinda apoyo al turismo, su opinión no es tomada en cuenta la población local en la planificación. Cree que el Chaupi tiene gran potencial en el turismo de montaña, es importante que los pobladores locales conozcan su parroquia para brindar información a los turistas. Resalta la necesidad de organización para una planificación del turismo.

- **Pacha Trek (Cristina Medrano) 22 julio 2021:** Cristina es originaria de Quito, la operadora se dedica al turismo de naturaleza, cuenta con 2 empleados y varios guías, 6 ASEGUIM y 2 guías locales. Se cuenta con alrededor de 120 pasajeros mensuales, de los cuales 10 van al Chaupi. Su perfil es profesionales solteros, la mitad son hombre y

otra mitad mujeres. De septiembre a diciembre es la temporada alta; no ha observado apoyo del poder público en el turismo de montaña.

El Chaupi es una zona estratégica por su cercanía al Corazón e Ilinizas, para que el turismo sea sostenible ambientalmente se necesita que tenga un buen manejo de capacidad de visita y conciencia ambiental.

Resalta la necesidad de una capacitación al cliente y asertividad hacia los guarda parques, está de acuerdo en manejar un costo de ingreso para mejorar la atención. Considera que los atractivos alternativos si tienen un potencial de comercialización y atraerían a más visitantes a la parroquia.

Destaca la ayuda que podría brindar Fundación Museos de la Ciudad para capacitación a guarda parques en el tema de atención al cliente, proyecto que puede ser gestionado de manera gratuita o con bajo presupuesto.

- **Kuntur (Elisa Barba) 20 julio 2021:** dentro de la entrevista se resalta que la cantidad de pasajeros atendidos mensualmente es alrededor de 40, por el momento se trabaja más con el mercado nacional desde inicios de la pandemia. El turismo de montaña fue una de las pocas actividades que pudo mantenerse durante la pandemia debido a su actividad al aire libre, este tipo de turismo brinda beneficios tanto físicos como mentales.

Es necesaria la gestión más dinámica y con menos burocracia para el ingreso a las áreas protegidas ya que se ha convertido en un obstáculo que limita el número de visitantes en la parroquia. Además es necesario apuntalar a buenos prestadores de alimentos y bebidas porque se va hacia Mahachi para este servicio. Si los guías locales tuvieran una buena formación y la figura legal para poder ingresar a las áreas protegidas y zonas cercanas esto además de beneficiar a la comunidad reduciría los costos operativos del turismo de montaña.

Es necesaria la diversificación y socialización de nuevos productos dentro de la

parroquia para que los montañistas que ya la han visitado, regresen, esto tiene gran potencial debido a su cercanía a Quito. La parroquia El Chaupi es segura pero necesita mejorar su imagen tanto en redes sociales como físicamente para poder darle una imagen de destino de montaña.

Entrevista GAD Parroquial Chaupi

- **Comisión de Turismo (Susana Zapata) diciembre 2020:** dentro de la entrevista se resalta la falta de manejo del turismo de una forma técnica ya que no están organizados totalmente y cada uno maneja el turismo a su manera. Se necesita el turismo sea aprovechada por la comunidad como una oportunidad pero para esto necesita políticas y con camino día de acción.

En la parroquia existe un potencial turístico no aprovechado es necesario entregar una asociación para los servicios turísticos ofertados, quede igual manera ayude a mejorar los servicios. El gobierno parroquial invierte en caminos pero no apuntala al área de turismo de montaña porque la economía se mueve a través de la agricultura y ganadería.

Se necesita que el aprovechamiento del turismo se quede en la parroquia porque muchos de los turistas que la visitan van con agencias que no utilizan los servicios locales.

Se resalta la necesidad de apoyo a jóvenes para que puedan junto con el gobierno provincial y parroquial darse a conocer, ya que es difícil que puedan resaltar por cuenta propia; con herramientas como afiches informativos y publicidad de sus servicios.

Comenta que dentro del Plan operativo anual se tomó en cuenta el ciclismo de montaña pero además el turismo ecuestre. Finalmente se necesita fortalecer el trabajo en equipo para tener más conexiones entre empresas y servidores, esto se logrará al

poder trabajar de una forma organizada con una figura legal que los represente.

Encuesta a los Turistas de Montaña

Matriz de Codificación.

Tabla 17

Codificación de variables

Objetivo	Dimensiones	Variables	Indicadores	Escala	Preguntas	Opciones de respuesta	Codificación
Fundamentar teóricamente la información referente a la presente investigación sobre el turismo de montaña por medio de fuentes primarias y secundarias para tener una base sólida sobre la misma y generar resultados significantes.	Características generales	Variables demográficas	Procedencia	Nominal	¿Cuál es su lugar de procedencia?	Nacional	1
						Extranjero	2
			Género	Nominal	¿Cuál es su género?	Masculino	1
						Femenino	2
			Edad	Intervalo	¿Qué edad tiene?	Entre 15 y 25 años	1
						Entre 26 y 35 años	2
					Entre 36 y 45 años	3	
					Entre 46 y 55 años	4	
					Mayor a 56 años	5	
		Nivel Académico	Nominal	¿Cuáles es su nivel académico?	Primaria	1	
					Secundario	2	
					Tercer Nivel	3	
				Cuarto Nivel	4		
				Estudiante	1		
				Emprendedor	2		
				Empleado público	3		
				Empleado privado	4		
				Ama de casa	5		
				Jubilado	6		
				\$0 a \$500	1		
				\$501 a \$1000	2		
				\$1001 a \$1500	3		
				más de \$1500	4		
	Actividad en montaña	Variables conductuales	Frecuencia de visita a montañas	Nominal	¿Con qué frecuencia asciende una montaña?	Más de una vez al mes	1
Una vez al mes						2	
Una vez cada 3 meses						3	
Una vez cada 6 meses						4	
Una vez al año						5	
año						6	
Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia		Nominal	¿Qué tanta ha disminuido su frecuencia de visita a destinos de montaña a partir de la pandemia (marzo 2019)?	Nada	1		
				Poco	2		
				Neutral	3		
				Mucho	4		
				Completamente	5		
				Solo	1		
Acompañantes en montaña	Nominal	Usualmente cuando visita un atractivo de montaña ¿Usted lo realiza?	En pareja	2			
			Con amigos	3			
			Con familia	4			
			Propios	1			
Propiedad de equipos	Nominal	Generalmente cuando asciende una montaña ¿Utiliza equipos de montaña?	Alquilados	2			
			Préstamo amigos	3			

Objetivo	Dimensiones	Variables	Indicadores	Escala	Preguntas	Opciones de respuesta	Codificación
Fundamentar teóricamente la información referente a la presente investigación sobre el turismo de montaña por medio de fuentes primarias y secundarias para tener una base sólida sobre la misma y generar resultados significantes.	Opinión o actitudes	Variables psicográficas	Motivación	Nominal	¿Cuáles su interés en realizar actividades de Turismo de montaña en el Chaupi?	Nada	1
						Poco	2
						Neutral	3
				Nominal	¿Cuál es la razón de su visita a la parroquia el Chaupi?	Mucho	4
						Completamente	5
						Naturaleza	1
						Ruralidad	2
						Gastronomía	3
						Recreación	4
			Nominal	¿Qué toma en consideración el momento de realizar un viaje? (seleccione los 3 más importantes)	Descanso	5	
					Entretenimiento	6	
					Atractivos	1	
					Precio	2	
					Cercanía	3	
					Experiencia previa	4	
			Temporalidad	Nominal	¿Con qué frecuencia visita la parroquia el Chaupi?	Calidad	5
						Seguridad	6
						Normas de bioseguridad	7
						Más de una vez al mes	1
						Una vez al mes	2
			Transportación	Nominal	¿Por qué medio de transporte se desplaza a la parroquia el Chaupi?	Una vez cada 3 meses	3
						Una vez cada 6 meses	4
						Una vez al año	5
			Interés en atractivos	Nominal	La Parroquia el Chaupi posee atractivos de turismo de montaña, entre los cuáles se han considerado los siguientes. ¿Cuáles le gustaría conocer o ya conoce? (Seleccione máximo 3)	Menos de una vez al año	6
						Privado(propio)	1
						Público	2
				Nominal	¿Cuál es su grado de interés en conocer los atractivos alternativos de montaña del cantón Chaupi?	Agencia de viajes	3
						Iliniz Norte	1
Iliniz Sur	2						
Laguna entre Iliniza Norte y Sur	3						
Bosque Polylepis	4						
Cerro Corazón ruta estación del tren	5						
Nominal	¿Qué lugares de la parroquia el Chaupi le gustaría visitar? (Seleccione las 3 más importantes)	Totalmente interesado		1			
		Muy interesado		2			
		Interesado		3			
Nominal	¿Qué lugares de la parroquia el Chaupi le gustaría visitar? (Seleccione las 3 más importantes)	Poco interesado		4			
		Totalmente desinteresado		5			
		Monte Pilongo		1			
		Monte Saquigua	2				
		Complejo Chacarrero	3				
		Ruta ciclista 3 Marías	4				
		Zarapullo	5				
Mirador de Loma Pucará	6						
Laguna cara Sur del Iliniza Sur	7						

Objetivo	Dimensiones	Variables	Indicadores	Es cala	Preguntas	Opciones de respuesta	Codificación
Fundamentar teóricamente la información referente a la presente investigación sobre el turismo de montaña por medio de fuentes primarias y secundarias para tener una base sólida sobre la misma y generar resultados significantes.	Opinión o actitudes	Variables psicográficas	Servicios complementarios	Nominal	¿Qué servicios (adicionales o complementarios) le gustaría encontrar cuando realiza turismo de montaña en el Chaupi? (seleccione los tres más importantes)	Líneas de transporte con mayor frecuencia	1
						Establecimientos para alojamiento	2
						Establecimientos de alimentos y bebidas	3
						Establecimientos para alquiler de equipos de montaña	4
						Puntos de información turística	5
						Puntos de contacto con guías	6
						Otro	7
			Pilares ATDI (Índice de Turismo de Aventura)	Nominal	Un destino de turismo de montaña debe tener los siguientes pilares según la ATDI. ¿Cuáles usted ha observado que posee la Parroquia el Chaupi? (Seleccione los 3 más importantes)	Políticas gubernamentales que apoyan al desarrollo sostenible	1
						Seguridad	2
						Recursos Naturales	3
		Salud				4	
		Recursos culturales				5	
		Recursos de aventura				6	
		Emprendimineto				7	
		Humanitario				8	
		Infraestructura				9	
		Imagen de aventura/marca				10	
		Tiempo de visita	Nominal	¿Qué tiempo destinaría paravisitar los atractivos alternativos de montaña en el Chaupi?	1 día	1	
					2 días	2	
					3 días o más	3	
		Gasto	Intervalo	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una ruta de turismo de montaña en los atractivos del Chaupi? 1 día o 2 días :	menos de \$20	1	
					\$21 a \$40	2	
					\$41 a \$60	3	
					\$61 a \$100	4	
más de \$100	5						
Recepción de información	Nominal	¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre los atractivos de montaña de el Chaupi?	Redes sociales	1			
			Revistas	2			
			Televisión	3			
			Agencias de turismo	4			
			Familiares o amigos	5			
			Club / gimnasios	6			
Imagen de destino	Nominal	¿La parroquia El Chaupi se puede considerar como un destino de turismo de montaña? (Con respecto a la variedad de recursos naturales y disponibilidad de infraestructura apropiada)	Totalmente de acuerdo	1			
			Muy de acuerdo	2			
			De acuerdo	3			
			Poco de acuerdo	4			
			Totalmente en desacuerdo	5			

Nota. Matriz de calificación de variables.

Transcripción. Se realizó la tabulación de datos a una matriz en Excel, con las especificaciones detalladas anteriormente y se procedió a exportar el archivo en Excel al programa SPSS. Se realizó la programación de valores según el tipo de variable, y la descripción de cada una de las mismas para que los resultados no se vean afectados a la realidad. (Apéndices, base de datos SPSS).

Depuración de Datos. No existió depuración de datos debido a que los encuestados fueron seleccionados por el investigador para cumplir con el perfil de turistas de montaña, se verificó la realidad de los datos y que todas las preguntas fuesen respondidas ya que en la herramienta utilizada Google Formularios se puede controlar este factor.

Análisis Univariado

Pregunta 1. Procedencia

Seleccione su procedencia. La procedencia de los turistas de montaña es:

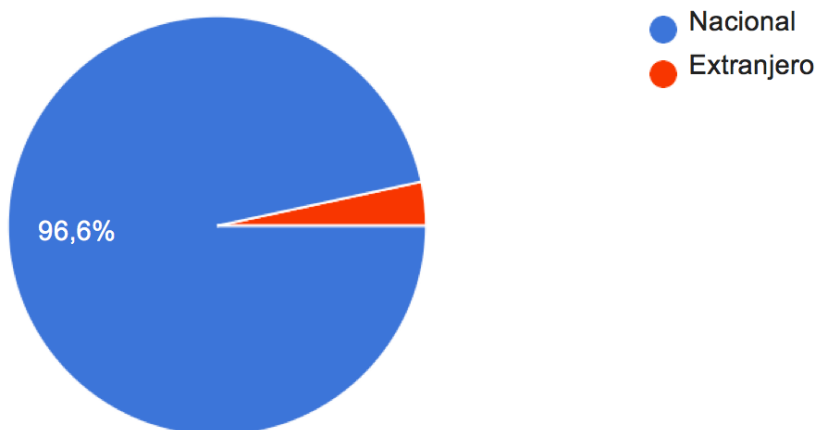
Tabla 18

Procedencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Extranjero	7	3,4	3,4	3,4
Válidos Nacional	200	96,6	96,6	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante

julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 17*Procedencia*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: Se ha realizado la investigación a un 96,6% de personas nacionales y a un 3,4% de personas extranjeras, turistas de montaña de la parroquia el Chaupi.

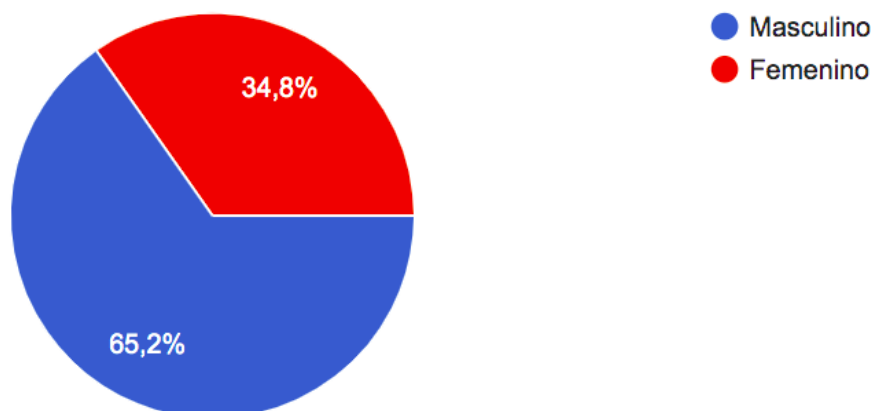
Pregunta 2. Género

Seleccione su género. El género de los turistas de montaña es:

Tabla 19*Género*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	72	34,8	34,8	34,8
Válidos Masculino	135	65,2	65,2	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 18*Género*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: Se ha realizado la investigación a un 65,2% de hombre y a 34,8% de mujeres, turistas de montaña de la parroquia el Chaupi.

Pregunta 3. Edad

Seleccione su edad. La edad promedio de los turistas de montaña es

Tabla 20*Edad*

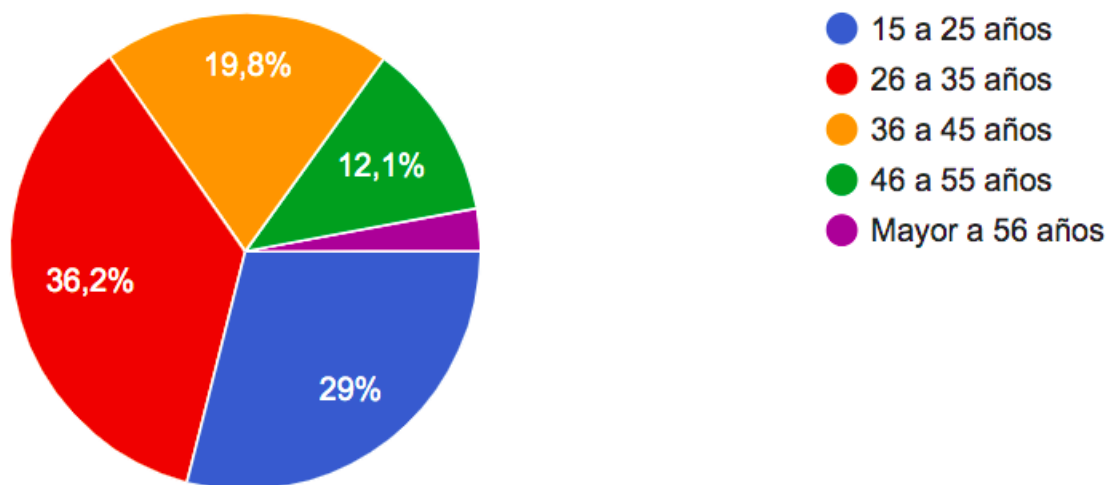
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 15 a 25 años	60	29,0	29,0	29,0
26 a 35 años	75	36,2	36,2	65,2
36 a 45 años	41	19,8	19,8	85,0
46 a 55 años	25	12,1	12,1	97,1
Mayor a 56 años	6	2,9	2,9	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante

julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 19

Edad



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: El 36,2% de la muestra tiene una edad de 26 a 35 años, se muestra que la mayoría de visitantes al museo son personas adultas jóvenes.

El 29% tiene una edad entre 15 y 25 años; el 19,8% tienen una edad entre 36 a 45 años, el 12,1% se encuentra entre los 46 y 55 años y el 2,9% es mayor a 65 años.

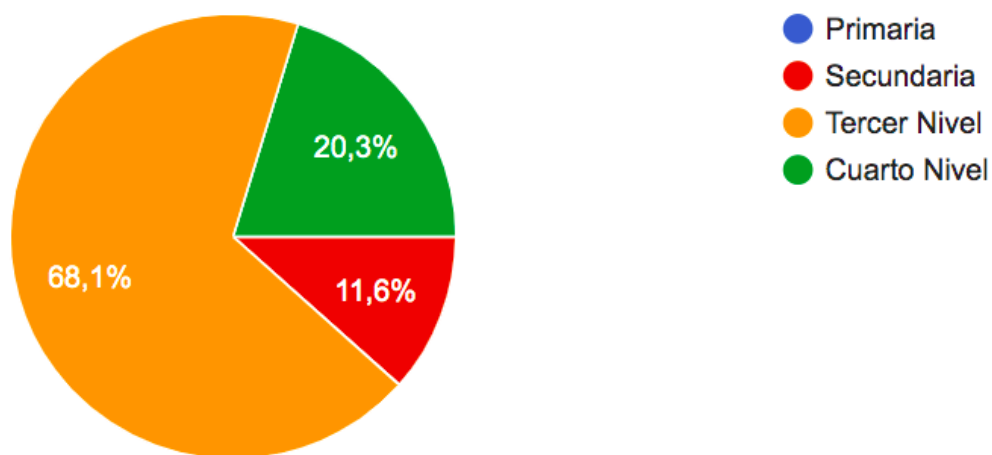
Pregunta 4. Nivel académico

Seleccione su nivel académico. El nivel académico de los turistas de montaña es:

Tabla 21*Nivel académico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cuarto Nivel	42	20,3	20,3	20,3
	Secundaria	24	11,6	11,6	31,9
	Tercer Nivel	141	68,1	68,1	100,0
	Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 20*Nivel académico*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: El 68,1% de los turistas de montaña alcanza Tercer Nivel académico.

El 20,3% alcanza el cuarto nivel; el 11,6% ha llegado a un nivel de secundaria y ninguno de los encuestados se ha quedado solo en el nivel primario.

Pregunta 5. Ocupación

Seleccione su ocupación. La ocupación de los turistas de montaña es:

Tabla 22

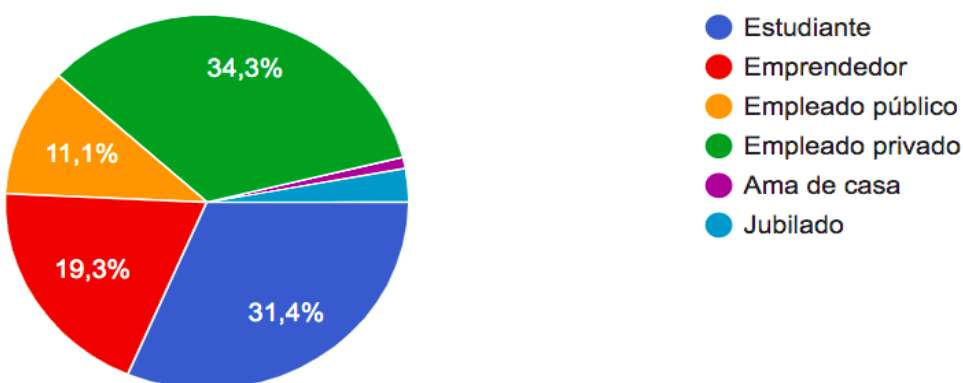
Ocupación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ama de casa	2	1,0	1,0	1,0
Empleado privado	71	34,3	34,3	35,3
Válidos Empleado público	23	11,1	11,1	46,4
Emprendedor	40	19,3	19,3	65,7
Estudiante	65	31,4	31,4	97,1
Jubilado	6	2,9	2,9	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 21

Ocupación



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: El 34,3% de los encuestados es empleado privado y el 31,4% son estudiantes; gracias a este dato podemos observar que personas con ingresos de un empleo privado tienen los recursos para realizar turismo de montaña y personas estudiantes que cuentan con más tiempo a pesar de tener ingresos limitados de igual manera se inclinan al turismo de montaña. Las dos siguientes ocupaciones más analizadas son 19,3% de emprendedores y 11,1% de empleados públicos. Como minoría el 2,9% de los encuestados son jubilados y el 1% amas de casa.

Pregunta 6. Nivel de ingresos mensual

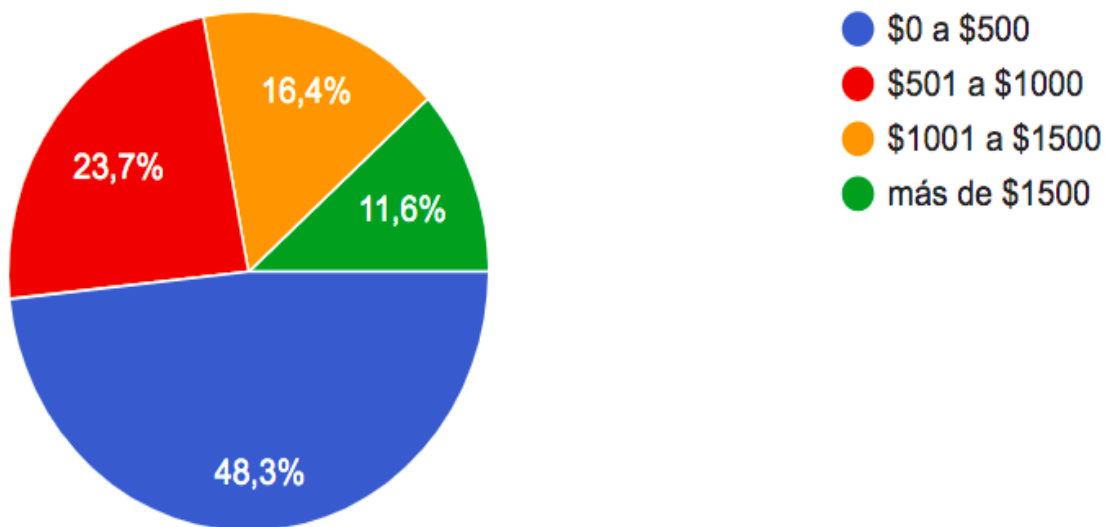
Seleccione su rango de nivel de ingresos mensual. El rango de ingresos mensuales de los turistas de montaña es:

Tabla 23

Ingreso mensual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos \$0 a \$500	100	48,3	48,3	48,3
\$1001 a \$1500	34	16,4	16,4	64,7
\$501 a \$1000	49	23,7	23,7	88,4
más de \$1500	24	11,6	11,6	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 22*Ingreso mensual*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: El 48,3% de los turistas de montaña encuestados tiene un nivel de ingresos mensual de \$0 a \$500, representado a la mayoría de encuestados. El 23,7% de los encuestados tienen un nivel de ingresos entre \$501 y \$1000; el 16,4% tiene un nivel de ingresos entre \$1001 y \$1500 y la minoría de los encuestados, con un 11,6% presenta un ingreso mensual de más de \$1500.

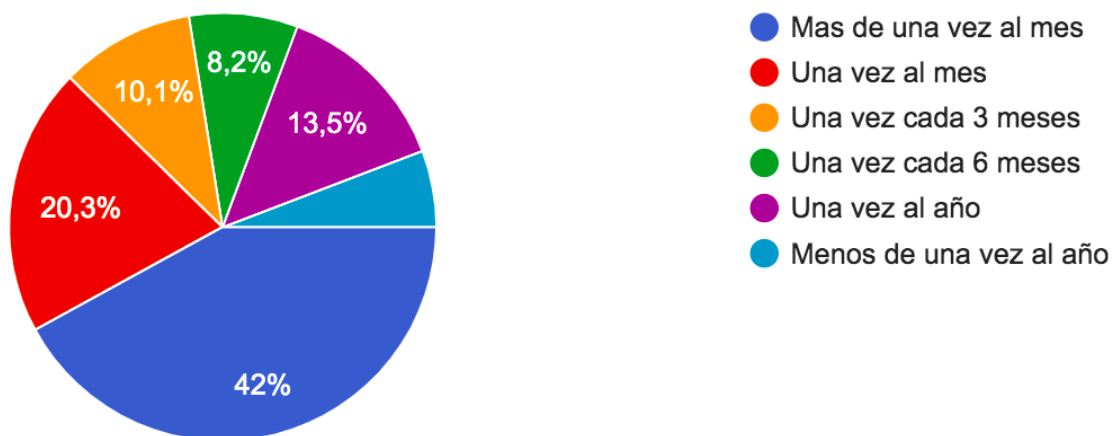
Pregunta 7. Frecuencia de visita a montañas

¿Con qué frecuencia asciende una montaña? -Más de una vez al mes - Una vez al mes
- Una vez cada 3 meses - Una vez cada 6 meses - Una vez al año - Menos de una vez al año

Tabla 24*Frecuencia de visita a montañas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Más de una vez al mes	87	42,0	42,0	42,0
Menos de una vez al año	12	5,8	5,8	47,8
Una vez al año	28	13,5	13,5	61,4
Válidos Una vez al mes	42	20,3	20,3	81,6
Una vez cada 3 meses	21	10,1	10,1	91,8
Una vez cada 6 meses	17	8,2	8,2	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 23*Frecuencia de visita montañas*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: El 42% de la población encuestada visita una montaña más de una vez al mes, representado a la mayoría de la población y ratificando el perfil de turistas de montaña. El 20,3% visita la montaña una vez al mes; el 13,5% una vez al año; el 10,1% una vez cada 3 meses y como minoría el 8,2% visita una montaña una vez cada 6 meses y el 5,8% menos de una vez al año.

Pregunta 8. Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia

¿Qué tanta ha disminuido su frecuencia de visita a destinos de montaña a partir de la pandemia (marzo 2019)? Nada (1) Completamente (5)

Tabla 25

Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia

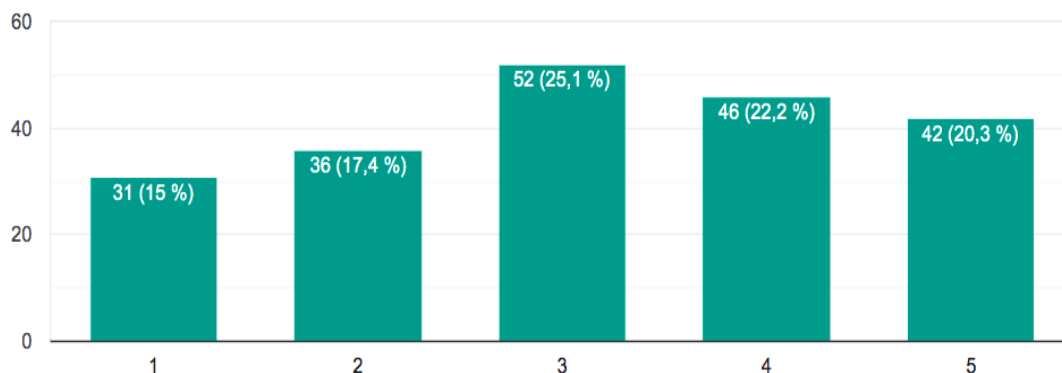
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Nada	31	15,0	15,0
	Poco	36	17,4	32,4
	Neutral	52	25,1	57,5
	Mucho	46	22,2	79,7
	Completamente	42	20,3	100,0
	Total	207	100,0	100,0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 24

Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia

207 respuestas



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la siguiente figura se determina que para el 25,1% de turistas de montaña encuestados es neutral la disminución de frecuencia de visita de destinos de montaña por motivo de pandemia. Para el 22,2% ha disminuido mucho, para el 20,3% ha disminuido completamente, para el 17,4% ha disminuido poco y para el 15% ha disminuido nada. Observando una tendencia neutral hacia un alza en la disminución de visita.

Pregunta 10. Acompañantes en montaña

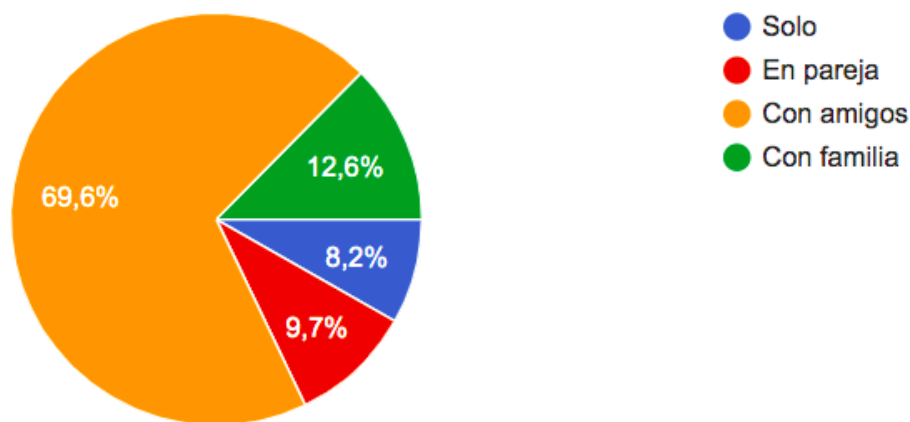
Usualmente cuando visita un atractivo de montaña ¿Usted lo realiza?

-Solo -En pareja - Con amigos - Con familia

Tabla 26*Acompañantes en montaña*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Con amigos	144	69,6	69,6	69,6
Con familia	26	12,6	12,6	82,1
Válidos En pareja	20	9,7	9,7	91,8
Solo	17	8,2	8,2	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 25*Acompañantes en montaña*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: El 69,6% de los encuestados, visita la montaña con amigos, el 12,6% con su familia, el 9,7% en pareja y el 8,2 lo realiza solo.

Pregunta 11. Propiedad de equipos

Generalmente cuando asciende una montaña ¿Utiliza equipos de montaña?

-Propios –Alquilados -Préstamo de amigos

Tabla 27

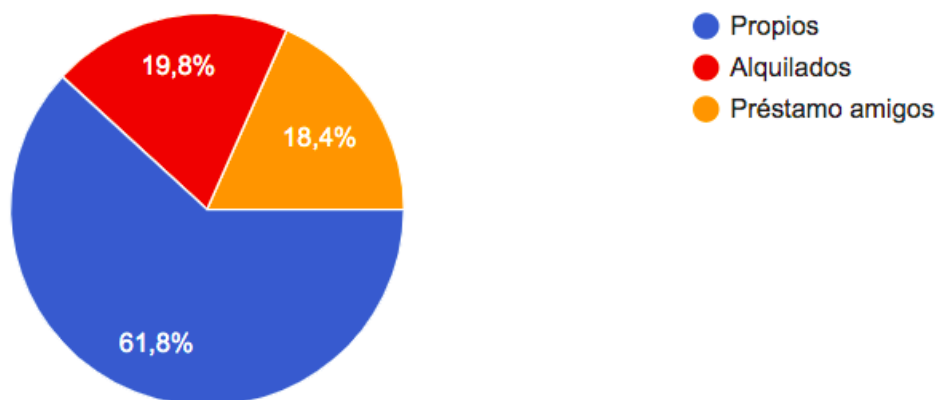
Propiedad de equipos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alquilados	41	19,8	19,8	19,8
Préstamo amigos	38	18,4	18,4	38,2
Propios	128	61,8	61,8	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 26

Propiedad de equipos



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: El 61,8% de las personas encuestadas utiliza equipos propios, representando la mayoría. El 19,8% utiliza equipos alquilados y el 18,4% de préstamos de amigos.

Pregunta 12. Grado interés en visita Chaupi

¿Cuál es su grado de interés en conocer los atractivos alternativos de montaña del

cantón Chaupi? Totalmente interesado (1) Totalmente desinteresado (5)

Tabla 28

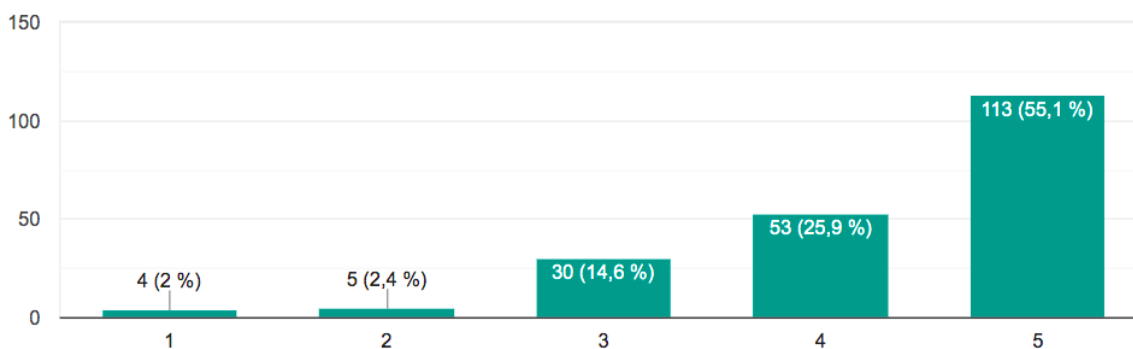
Grado de interés en visita Chaupi

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	2	1,0	1,0	1,0
Nada	4	1,9	1,9	2,9
Poco	5	2,4	2,4	5,3
Válidos Neutral	30	14,5	14,5	19,8
Mucho	53	25,6	25,6	45,4
Completamente	113	54,6	54,6	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 27

Grado de interés en visita Chaupi



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la siguiente figura se determina que para el 55,1% de turistas de montaña encuestados está totalmente interesado en visitar la parroquia Chaupi. El 25,9% está muy interesado, el 14,6% tiene un interés de visita neutral, el 2,4 % está poco interesado y el 2%

nada interesado.

Pregunta 13. Razón de visita al Chaupi

¿Cuál es la razón de su visita a la parroquia el Chaupi? -Naturaleza -Descanso -
Ruralidad -Entretenimiento –Gastronomía –Recreación

Tabla 29

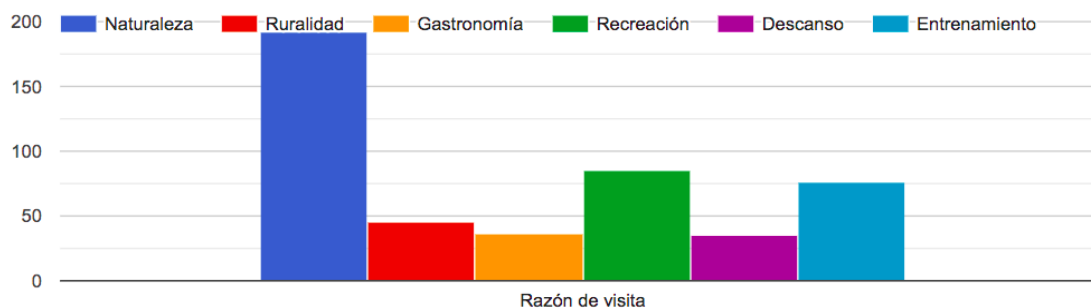
Razón de visita el Chaupi

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Motivación	Naturaleza	193	41,0%	93,2%
	Ruralidad	46	9,8%	22,2%
	Gastronomía	37	7,9%	17,9%
	Recreación	85	18,0%	41,1%
	Descanso	35	7,4%	16,9%
	Entrenamiento	75	15,9%	36,2%
Total		471	100,0%	227,5%

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 28

Razón de visita al Chaupi



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la siguiente figura se determina que la principal razón de visita al Chaupi es Naturaleza con 193 elecciones, le siguen Recreación con 85 elecciones y Entrenamiento con 76 elecciones. Finalmente se tiene a Ruralidad con 45 elecciones, Gastronomía con 37 y Descanso con 35. Los resultados de esta pregunta son determinantes ya que señalan intereses claros en actividad propia del turismo de aventura hacia una tendencia de estado activo.

Pregunta 14. Frecuencia de visita al Chaupi

¿Con qué frecuencia visita la parroquia el Chaupi? -Más de una vez al mes - Una vez al mes - Una vez cada 3 meses - Una vez cada 6 meses - Una vez al año - Menos de una vez al año

Tabla 30

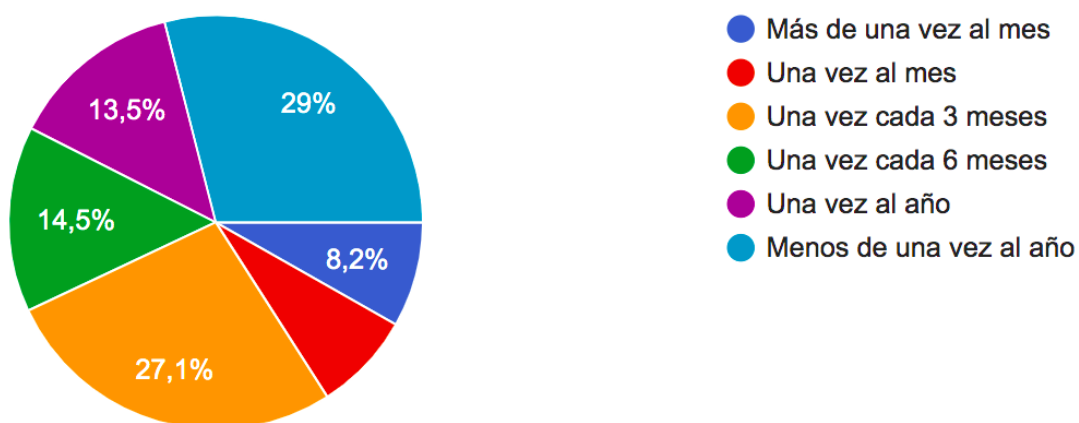
Frecuencia de visita al Chaupi

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Más de una vez al mes	17	8,2	8,2	8,2
Menos de una vez al año	60	29,0	29,0	37,2
Una vez al año	28	13,5	13,5	50,7
Válidos Una vez al mes	16	7,7	7,7	58,5
Una vez cada 3 meses	56	27,1	27,1	85,5
Una vez cada 6 meses	30	14,5	14,5	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 29

Frecuencia de visita al Chaupi



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: El 29% de los encuestados presenta una frecuencia de visita al Chaupi de menos de una vez al año, el 27,1% una vez cada 3 meses. El 13,5% visita el Chaupi una vez al año, el 14,5% una vez cada 6 meses. Y una minoría presenta una frecuencia de visita alta con el 8,2% más de una vez al mes y 7,7% una vez al mes.

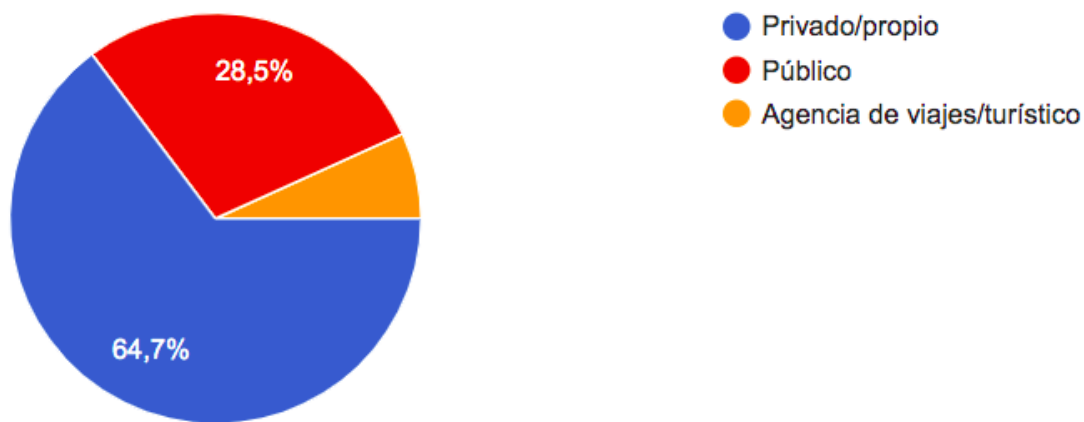
Pregunta 15. Medio de transporte

¿Por qué medio de transporte se desplaza a la parroquia el Chaupi? -privado/propio - público - agencia de viajes/turístico

Tabla 31*Medio de transporte*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Agencia de viajes/turístico	14	6,8	6,8	6,8
	Privado/propio	134	64,7	64,7	71,5
	Público	59	28,5	28,5	100,0
	Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 30*Medio de transporte*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: El 64,7% de los encuestados utilizan transporte privado/propio para desplazarse a la parroquia El Chaupi, el 28,5% utiliza transporte público y el 6,8% transporte de una agencia de viajes/turístico.

Pregunta 16. En consideración al viajar

¿Qué toma en consideración el momento de realizar un viaje? (seleccione los 3 más importantes) - Atractivos - Precio - Cercanía -Experiencia previa - Calidad - Seguridad - Normas de bioseguridad

Tabla 32

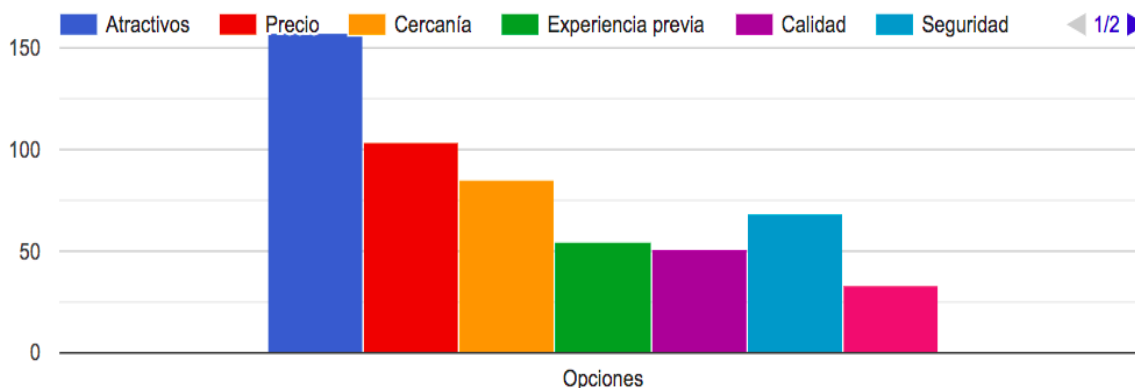
En consideración al viajar

	Respuestas		Porcentaje de	
	Nº	Porcentaje	casos	
Motivación	Atractivos	159	28,8%	76,8%
	Precio	102	18,4%	49,3%
	Cercanía	85	15,4%	41,1%
	Experiencia previa	55	9,9%	26,6%
	Calidad	51	9,2%	24,6%
	Seguridad	68	12,3%	32,9%
	Normas de bioseguridad	33	6,0%	15,9%
Total		553	100,0%	267,1%

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 31

En consideración al viajar



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la siguiente figura se determina que el principal factor a considerar el momento de realizar un viaje es Atractivos con 157 elecciones, le siguen Precio con 104 elecciones y Cercanía con 85 elecciones. Además Seguridad demuestra 68 elecciones, experiencia previa 55 y calidad 51. En último lugar se sitúa normas de Bioseguridad con 33 elecciones. Los resultados de esta pregunta son relevantes porque delimitan un perfil del turista de montaña y demuestran su sensibilidad ante el precio y el número /calidad de los atractivos.

Pregunta 17. Atractivos de turismo de montaña

La Parroquia el Chaupi posee atractivos de turismo de montaña, entre los cuáles se han considerado los siguientes. ¿Cuáles le gustaría conocer o ya conoce? (Seleccione máximo 3) - Iliniza Norte - Iliniza Sur -Laguna entre Iliniza Norte y Sur - Bosque de Polylepis Ilinizas - Cerro Corazón ruta estación del tren

Tabla 33

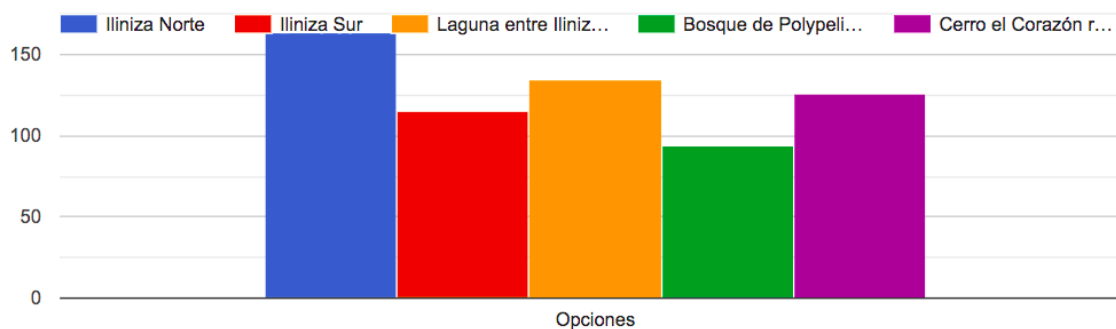
Atractivos de turismo de montaña

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Interés en atractivos	Iliniza Norte	164	25,9%	79,2%
	Iliniza Sur	116	18,3%	56,0%
	Laguna entre Iliniza Norte y Sur	134	21,1%	64,7%
	Bosque Polylepis	93	14,7%	44,9%
	Cerro Corazón ruta estación del tren	127	20,0%	61,4%
Total		634	100,0%	306,3%

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 32

Atractivos de turismo de montaña



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la siguiente figura se determina que el atractivo de montaña más popular al ser ya conocido o que les gustaría conocer a los encuestados es el Iliniza Norte con 164

elecciones. Le siguen en orden: laguna entre Iliniza Norte y Sur con 135 elecciones, Cerro Corazón ruta estación del tren con 126 elecciones. Finalmente Iliniza Sur con 115 elecciones y Bosque Polylepis Ilinizas con 94 elecciones. Los resultados nos demuestran que Los Ilinizas son el atractivo ícono de la parroquia el Chaupi.

Pregunta 18. Interés en atractivos alternativos

¿Cuál es su grado de interés en conocer los atractivos alternativos de montaña del cantón Chaupi? Totalmente interesado (1) Totalmente desinteresado (5)

Tabla 34

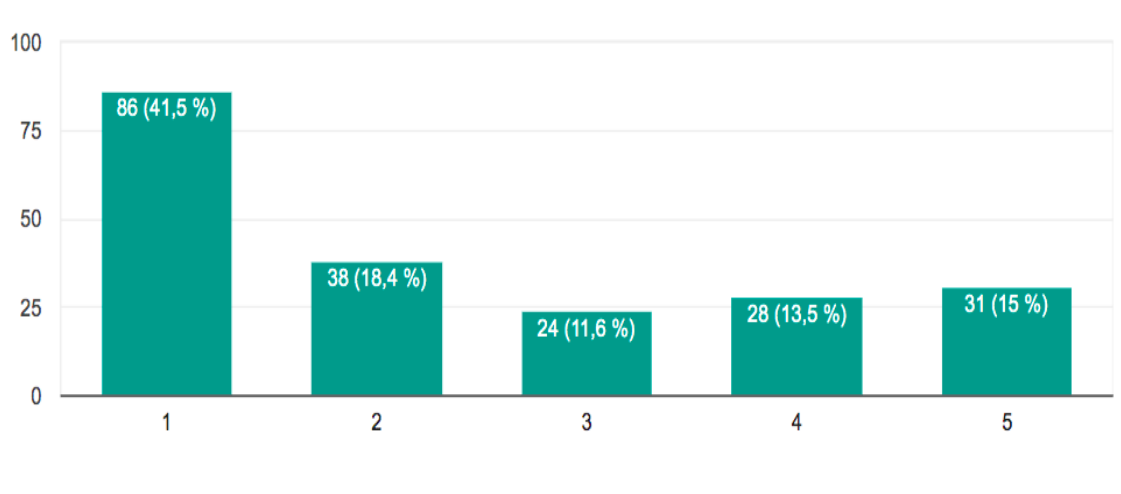
Interés en atractivos alternativos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente interesado	86	41,5	41,5	41,5
Muy interesado	38	18,4	18,4	59,9
Interesado	24	11,6	11,6	71,5
Válidos Poco interesado	28	13,5	13,5	85,0
Totalmente desinteresado	31	15,0	15,0	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 33

Interés en atractivos alternativos



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la siguiente figura se determina que el 41,5% de turistas de montaña encuestados está totalmente interesado en conocer los atractivos alternativos de la parroquia el Chaupi. El 18,4% está muy interesado, el 15% totalmente desinteresado, el 13,5 % está poco interesado y el 11,6% se encuentra con un interés neutral. Estos resultados nos demuestran que existe potencial en posibles turistas visitantes en los atractivos menos populares de la parroquia el Chaupi.

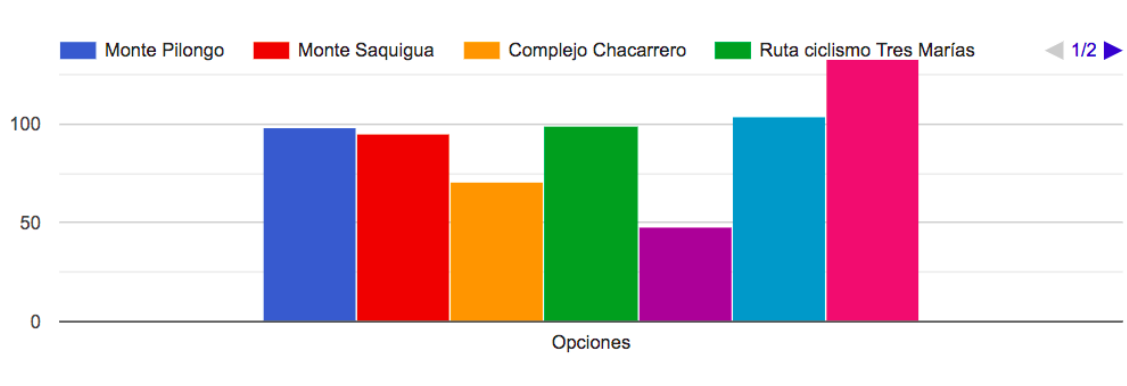
Pregunta 19. Lugares alternativos a visitar

¿Qué lugares de la parroquia el Chaupi le gustaría visitar? (Seleccione las 3 más importantes) -Monte Pilongo -Cerro Saquigua -Complejo Chacarrero -Ruta de ciclismo Tres Marías -Zarapullo -Mirador de Loma Pucará - Laguna Cara Sur del Iliniza Sur

Tabla 35*Lugares alternativos de visita*

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Interés en atractivos	Monte Pilongo	97	15,0%	46,9%
	Monte Saquigua	95	14,7%	45,9%
	Complejo Chacarrero	71	11,0%	34,3%
	Ruta ciclística 3 Marías	99	15,3%	47,8%
	Zarapullo	48	7,4%	23,2%
	Mirador de Loma	103	15,9%	49,8%
	Pucará	134	20,7%	64,7%
	Laguna cara Sur del Iliniza Sur	134	20,7%	64,7%
Total		647	100,0%	312,6%

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 34*Lugares alternativos de visita*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la siguiente figura se determina que el atractivo de montaña alternativo con más interés por ser visitado es la Laguna Cara sur del Iliniza Sur con 133 elecciones. Le siguen

en orden: Mirador de Loma Pucará con 104 elecciones, ruta de ciclismo Tres Marías con 99 elecciones, Monte Pilongo con 98 elecciones, Monte Saquigua con 95 elecciones y finalmente Complejo Chacarrero con 71 elecciones y Zarapullo con 48 elecciones. Los resultados nos demuestran hacia que atractivos pueden enfocarse las estrategias de acción.

Pregunta 20. Servicios complementarios

¿Qué servicios (adicionales o complementarios) le gustaría encontrar cuando realiza turismo de montaña en el Chaupi? (seleccione los tres más importantes)

- Líneas de transporte con mayor frecuencia -Establecimientos para alojamiento - Establecimientos de alimentos y bebidas
- Establecimientos para alquiler de equipos de montaña
- Puntos de información turística -Puntos de contacto con guías -Otro

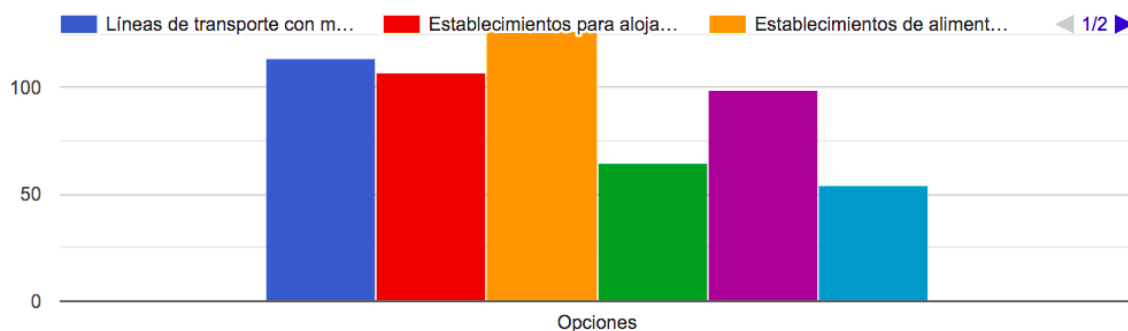
Tabla 36

Servicios complementarios

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Servicios complementarios	Línea de transporte con mayor frecuencia	114	20,2%	55,1%
	Establecimientos para alojamiento	108	19,1%	52,2%
	Establecimientos de alimentos y bebidas	125	22,1%	60,4%
	Establecimientos para alquiler de equipos de montaña	65	11,5%	31,4%
	Puntos de información turística	99	17,5%	47,8%
	Puntos de contacto con guías	54	9,6%	26,1%
Total		565	100,0%	272,9%

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante

julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 35*Servicios complementarios*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la siguiente figura se determina que a los encuestados les gustaría encontrar los servicios complementarios de establecimientos de alimentos y bebidas con 126 elecciones y líneas de transporte con mayor frecuencia con 114 elecciones. Les siguen en preferencia establecimientos para alojamiento con 107 elecciones y puntos de información turística con 99 elecciones. Finalmente se encuentran establecimientos para alquiler de equipo de montaña con 65 elecciones y puntos de contacto con guías con 54 elecciones. Los resultados de esta pregunta nos demuestran que los servicios más utilizados serían establecimientos de alimentos y bebidas, además de líneas de transporte más frecuentes.

Pregunta 21. Pilares ATDI

Un destino de turismo de montaña debe tener los siguientes pilares según la ATDI.
 ¿Cuáles usted ha observado que posee la Parroquia el Chaupi? (Seleccione los 3 más importantes) -Políticas gubernamentales que apoyan al desarrollo sostenible -Seguridad -

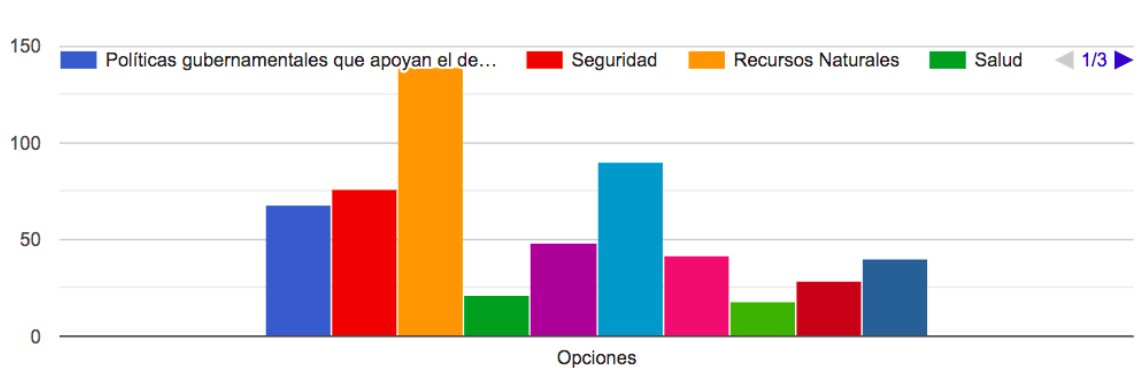
Recursos Naturales - Salud -Recursos culturales - Recursos de aventura -
Emprendimiento -Humanitario -Infraestructura -Imagen de aventura/marca

Tabla 37

Pilares ATDI

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Sostenible	72	11,9%	34,8%
Seguridad	78	12,9%	37,7%
Recursos Naturales	147	24,3%	71,0%
Salud	24	4,0%	11,6%
Recursos culturales	52	8,6%	25,1%
Pilares ATDI Recursos de aventura	96	15,9%	46,4%
Emprendimiento	44	7,3%	21,3%
Humanitario	21	3,5%	10,1%
Infraestructura	29	4,8%	14,0%
Imagen de aventura/marca	41	6,8%	19,8%
Total	604	100,0%	291,8%

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 36*Pilares ATDI*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la siguiente figura se determina que las personas encuestadas han observado la presencia en la parroquia el Chaupi de recursos naturales principalmente con 139 elecciones. Recursos de aventura con 99 elecciones, seguridad con 76 elecciones, políticas gubernamentales que apoyen un desarrollo sostenible con 68 elecciones. Finalmente se destaca recursos culturales con 48 elecciones, emprendimiento con 42 elecciones e imagen de aventura/marca con 40 elecciones. Los resultados demuestran que solo son notoriamente visible los recursos naturales y de aventura.

Pregunta 22. Tiempo de visita

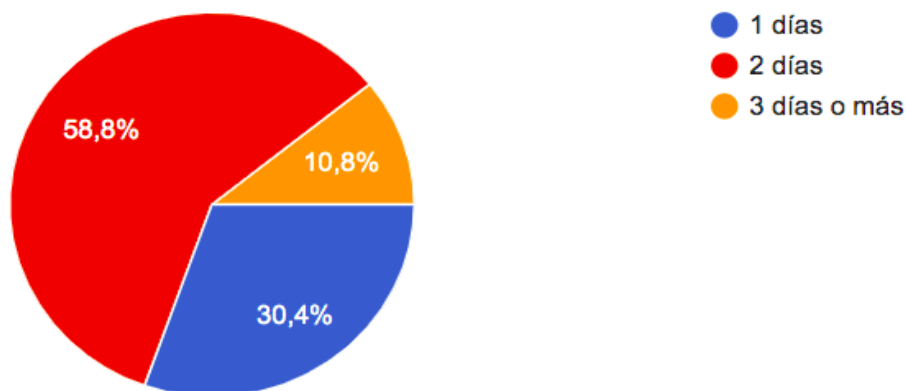
¿Qué tiempo destinaría para visitar los atractivos alternativos de montaña en el Chaupi?

-1 día -2días -3 días o más

Tabla 38*Tiempo de visita*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 días	62	30,0	30,0	30,0
2 días	123	59,4	59,4	89,4
Válidos 3 días o más	22	10,6	10,6	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 37*Tiempo de visita*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: El 58,8% de los encuestados destinaría 2 días para visitar los atractivos de montaña de El Chaupi. El 30,4% un día y como minoría el 10,8% 3 días o más.

Pregunta 23. Gasto

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una ruta de turismo de montaña, en los atractivos del Chaupi?

1 día o 2 días: -menos de \$20 - \$21 a \$40 - \$41 a \$60 - \$61 a \$100 más de \$100

Tabla 39

Gasto

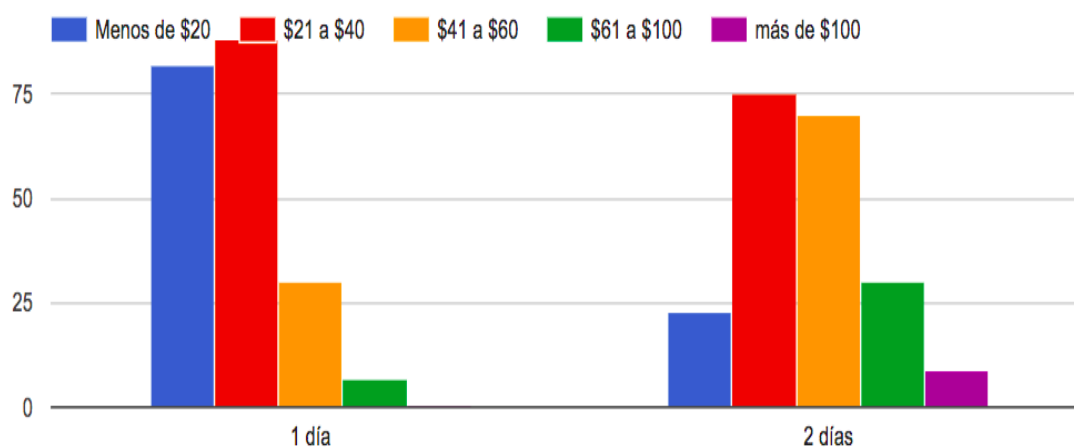
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	\$21 a \$40	88	42,5	42,5
	\$41 a \$60	30	14,5	57,0
	\$61 a \$100	7	3,4	60,4
Válidos	Menos de \$20	82	39,6	100,0
	Total	207	100,0	100,0
	\$21 a \$40	75	36,2	36,2
	\$41 a \$60	70	33,8	70,0
	\$61 a \$100	30	14,5	84,5
Válidos	más de \$100	9	4,3	88,9
	Menos de \$20	23	11,1	100,0
	Total	207	100,0	100,0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante

julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 38

Gasto



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la figura se determina que el monto de gasto en un día más seleccionado es de \$21 a \$40 y para dos días es de \$21 a \$40 de igual manera.

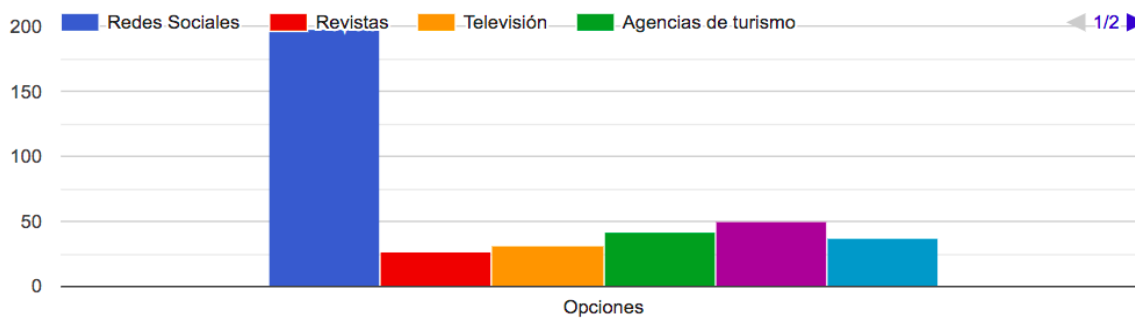
Pregunta 24. Recepción de información

¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre los atractivos de montaña de El Chaupi? -Redes sociales -Revistas -Televisión -Agencias de turismo -Familiares o amigos -Club/gimnasios

Tabla 40*Recepción de información*

		Respuestas		Porcentaje de
		Nº	Porcentaje	casos
Recepción de información	Redes sociales	198	51,4%	95,7%
	Revistas	27	7,0%	13,0%
	Televisión	31	8,1%	15,0%
	Agencias de turismo	42	10,9%	20,3%
	Familiares o amigos	50	13,0%	24,2%
	Club/gimnasios	37	9,6%	17,9%
Total		385	100,0%	186,0%

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 39*Recepción de información*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la figura se determina que el medio más popular para recepción de información son las redes sociales con 198 elecciones, como siguiente se tienen familiares o amigos con 50 elecciones y agencias de turismo con 42 elecciones. De estos resultados se destaca la importancia del manejo y presencia en redes sociales, el boca a boca dado por familiares y amigos; además de la aún importancia de agencias de viajes en la operación y difusión del turismo de montaña.

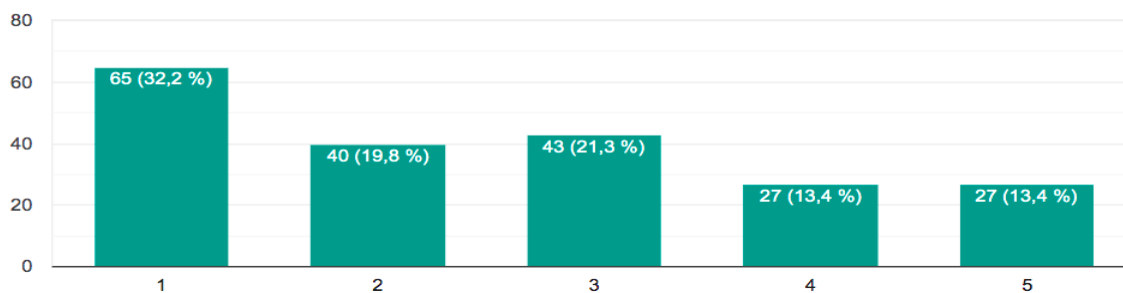
Pregunta 25. Imagen de destino

¿La parroquia El Chaupi se puede considerar como un destino de turismo de montaña?
(Con respecto a la variedad de recursos naturales y disponibilidad de infraestructura apropiada)
-Totalmente de acuerdo (1) -Totalmente en desacuerdo (5)

Tabla 41*Imagen de destino*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	5	2,4	2,4	2,4
Totalmente de acuerdo	65	31,4	31,4	33,8
Muy de acuerdo	40	19,3	19,3	53,1
De acuerdo	43	20,8	20,8	73,9
Válidos Poco de acuerdo	27	13,0	13,0	87,0
Totalmente en desacuerdo	27	13,0	13,0	100,0
Total	207	100,0	100,0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 40*Imagen de destino*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Gráfico de respuestas de formularios. Número de respuestas: 207 respuestas.

Análisis: De la siguiente figura se determina que el 32,2% de turistas de montaña encuestados está totalmente de acuerdo en considerar a la parroquia El Chaupi como un destino de turismo de montaña. El 21,3% se define de acuerdo y el 19,8% se define muy de acuerdo.

Análisis Bivariado

Análisis Correlacional

Según el análisis hecho en SPSS de la base de datos se determina que las variables: “Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia”, “Grado de interés”, e “Imagen de destino” tienen correlación, la cual ha sido medida en base a las siguientes consideraciones:

Escala 1: El coeficiente de correlación oscila entre -1 y $+1$, el valor 0 que indica que no existe asociación lineal entre las dos variables en estudio.

Escala 2:

Correlación negativa perfecta	-1
Correlación negativa fuerte moderada débil	-0,5
Ninguna correlación	0
Correlación positiva moderada fuerte	+0,5
Correlación positiva perfecta	+1

Variables:

Nivel de Baja de Frecuencia de Visita por Pandemia.

1. El nivel de baja de frecuencia de visita por pandemia al tener una relación entre $-0,069$ hasta $-0,059$ con el Grado de interés nos muestra que existe una relación negativa fuerte moderada débil.

2. El nivel de baja de frecuencia de visita por pandemia al tener una relación entre 0,028 hasta 0,035 con la Imagen de destino nos muestra que existe una relación positiva moderada fuerte.

Grado de Interés.

1. El grado de interés al tener una relación entre -0,059 hasta -0,069 con el Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia nos muestra que existe una relación negativa fuerte moderada débil.
2. El grado de interés al tener una relación entre -0,067 hasta -1,55 con la Imagen de destino nos muestra que existe una relación negativa perfecta.

Imagen de Destino.

1. La imagen de destino al tener una relación entre 0,028 hasta 0,035 con el Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia nos muestra que existe una relación positiva moderada fuerte.
2. La imagen de destino al tener una relación entre -0,067 hasta -0,155 con el Grado de interés nos muestra que existe una relación negativa perfecta.

Tabla 42*Correlación bivariada de Spearman*

		Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia	Grado de interés	Imagen de destino
Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia	Correlación de Pearson	1	-,061	,033
	Sig. (bilateral)		,385	,638
	N	207	207	207
Grado de interés	Correlación de Pearson	-,061	1	-,067
	Sig. (bilateral)	,385		,339
	N	207	207	207
Imagen de destino	Correlación de Pearson	,033	-,067	1
	Sig. (bilateral)	,638	,339	
	N	207	207	207

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Análisis bivariado correlacional, tabla obtenida de análisis en SPSS, la correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 43*Correlación bivariada de TAU-B DE KENDALL*

		Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia	Grado de interés	Imagen de destino	
Tau_b de Kendall	Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia	Coeficiente de correlación	1,000	-,059	,028
		Sig. (bilateral)	.	,319	,613
		N	207	207	207
Tau_b de Kendall	Grado de interés	Coeficiente de correlación	-,059	1,000	-,127*
		Sig. (bilateral)	,319	.	,031
		N	207	207	207
Tau_b de Kendall	Imagen de destino	Coeficiente de correlación	,028	-,127*	1,000
		Sig. (bilateral)	,613	,031	.
		N	207	207	207

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Análisis bivariado correlacional, tabla obtenida de análisis en SPSS, la correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 44

Correlación bivariada de RHO DE SPEARMAN

			Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia	Grado de interés	Imagen de destino
Rho de Spearman	Nivel de baja en frecuencia de visita por pandemia	Coeficiente de correlación	1,000	-,069	,035
		Sig. (bilateral)	.	,323	,615
		N	207	207	207
	Grado de interés	Coeficiente de correlación	-,069	1,000	-,155*
		Sig. (bilateral)	,323	.	,026
		N	207	207	207
Imagen de destino	Coeficiente de correlación	,035	-,155*	1,000	
	Sig. (bilateral)	,615	,026	.	
	N	207	207	207	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Parroquia el Chaupi durante julio del 2021. Análisis bivariado correlacional, tabla obtenida de análisis en SPSS, la correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Cabe mencionar que en los tres coeficientes de correlación de Pearson, la rho de Spearman y la tau-b de Kendall se obtuvieron las mismas aproximaciones lo cual las hizo significativas a los niveles (0,5 y -,05); por otro lado los valor “-“ o “0” muestran la inexistencia de una relación lineal ya que forman parte de la misma variable. Además, en los casos de relación negativa nos muestra que tienen una relación inversa, es decir mientras la una sube, la otra baja, y en el caso de relación positiva las variables tienen una relación directa.

Perfil del Turista de Montaña.

Se ha realizado la investigación a un 96,6% de personas nacionales y a un 3,4% de personas extranjeras, turistas de montaña de la parroquia el Chaupi. El 65,2% son hombres pero se observa un porcentaje alto de mujeres con el 34,8%. El 36,2% de la muestra tiene una edad de 26 a 35 años, se muestra que la mayoría de visitantes al museo son personas adultas jóvenes. El 68,1% de los turistas de montaña alcanza el Tercer Nivel académico.

El 34,3% de los encuestados es empleado privado y el 31,4% son estudiantes; gracias a este dato podemos observar que personas con ingresos de un empleo privado tienen los recursos para realizar turismo de montaña y personas estudiantes que cuentan con más tiempo a pesar de tener ingresos limitados de igual manera se inclinan al turismo de montaña.

El 48,3% de los turistas de montaña encuestados tiene un nivel de ingresos mensual de \$0 a \$500 y el 42% de la población encuestada visita una montaña más de una vez al mes, representando a la mayoría de la población y ratificando el perfil de turistas de montaña. Para el 25,1% de turistas de montaña encuestados es neutral la disminución de frecuencia de visita de destinos de montaña por motivo de la pandemia. El 69,6% de los encuestados, visita la montaña con amigos. El 61,8% de las personas encuestadas utiliza equipos propios. El 64,7% de los encuestados utilizan transporte privado/propio.

El 55,1% de turistas de montaña encuestados está totalmente interesado en visitar la parroquia Chaupi y su principal razón de visita es Naturaleza con 193 elecciones, le siguen Recreación con 85 elecciones y Entrenamiento con 76 elecciones.

El 29% de los encuestados presenta una frecuencia de visita al Chaupi de menos de una vez al año, el 27,1% una vez cada 3 meses, lo que nos lleva a concluir que no es un sitio geográfico con frecuencia de visita alta.

El principal factor a considerar el momento de realizar un viaje es Atractivos con 157

elecciones, le siguen Precio con 104 elecciones y Cercanía con 85 elecciones. El atractivo de montaña más popular al ser ya conocido o que les gustaría conocer a los encuestados es el Iliniza Norte con 164 elecciones. Le siguen en orden: laguna entre Iliniza Norte y Sur con 135 elecciones, Cerro Corazón ruta estación del tren con 126 elecciones.

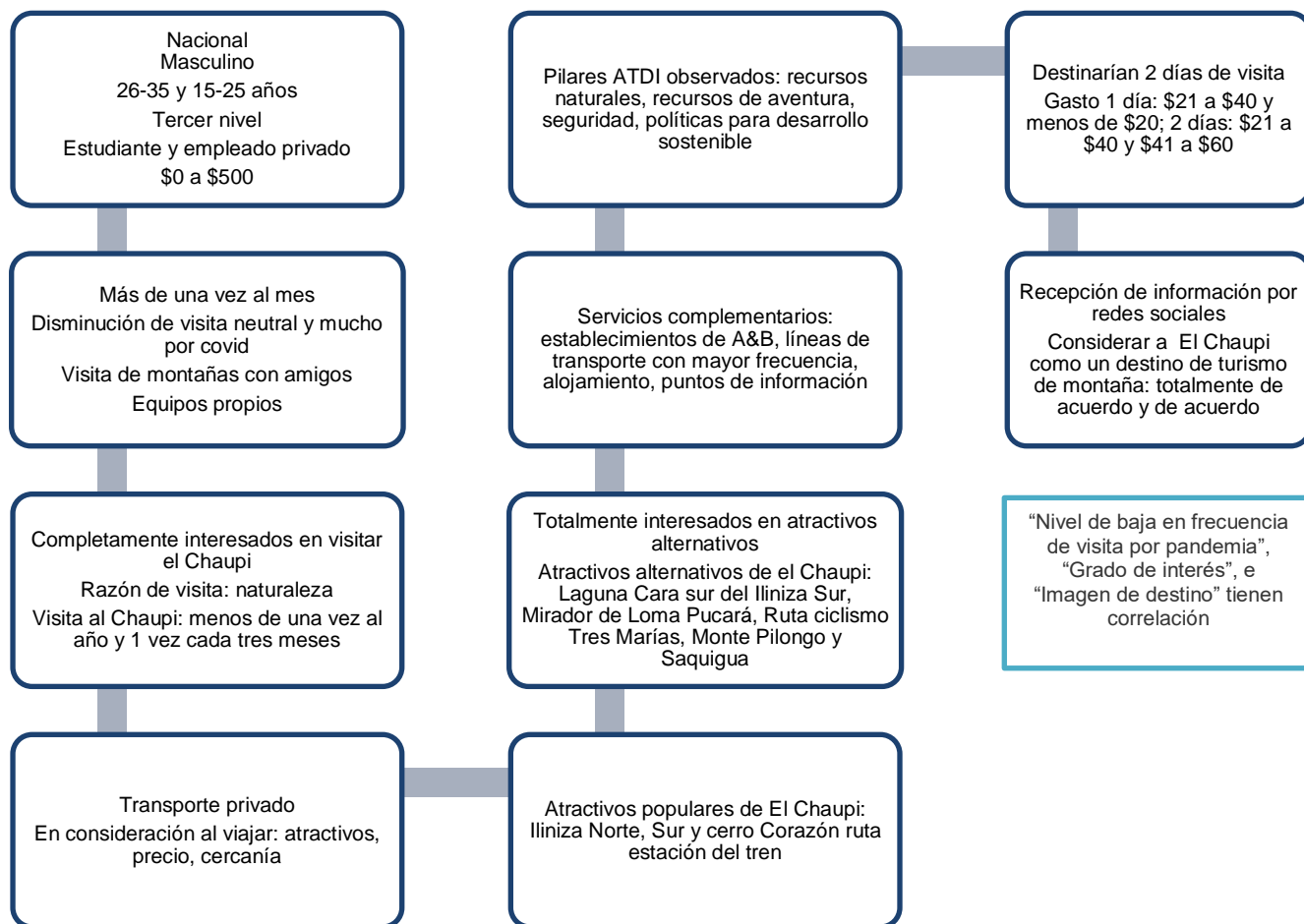
El 41,5% de turistas de montaña encuestados está totalmente interesado en conocer los atractivos alternativos de la parroquia el Chaupi. Además el atractivo de montaña alternativo con más interés por ser visitado es la Laguna Cara sur del Iliniza Sur con 133 elecciones.

A los encuestados les gustaría encontrar los servicios complementarios de establecimientos de alimentos y bebidas con 126 elecciones y líneas de transporte con mayor frecuencia con 114 elecciones. Se ha observado la presencia en la parroquia el Chaupi de recursos naturales principalmente con 139 elecciones. Recursos de aventura con 99 elecciones, seguridad con 76 elecciones, políticas gubernamentales que apoyen un desarrollo sostenible con 68 elecciones. El 58,8% de los encuestados destinaría 2 días para visitar los atractivos de montaña de El Chaupi con un monto de gasto en un día de \$21 a \$40 y para dos días es de \$21 a \$40 de igual manera.

El medio más popular para recepción de información son las redes sociales con 198 elecciones, como siguiente se tiene familiares o amigos con 50 elecciones y agencias de turismo con 42 elecciones. De estos resultados se destaca la importancia del manejo y presencia en redes sociales, el boca a boca dado por familiares y amigos; además de la aún importancia de agencias de viajes en la operación y difusión del turismo de montaña. Finalmente el 32,2% de turistas de montaña encuestados está totalmente de acuerdo en considerar a la parroquia El Chaupi como un destino de turismo de montaña.

Figura 41

Perfil del Turista de Montaña



Nota. Perfil del turista de montaña parroquia El Chaupi.

Capítulo IV

Discusión

Una vez comprobada que la hipótesis “El Turismo de Montaña en la parroquia El Chaupi tiene suficiente potencial para aportar a la dinamización del turismo de aventura dentro de dicha parroquia.” es verdadera y ya realizado un diagnóstico del estado actual de la parroquia el Chaupi que permitió al investigador identificar las particularidades de cada uno, además de recibir sugerencias inquietudes por parte de los actores del turismo de montaña de la parroquia; se procede a diseñar los lineamientos estratégicos, para potencializar el turismo de montaña como una alternativa aprovechamiento turístico en base a los criterios del Adventure Tourism Development Index (ATDI) con adaptación de protocolos de bioseguridad para actividades de montaña en la zona.

Propuestas

Las propuestas planteadas a continuación están enfocadas a proponer un plan estratégico para potencializar el turismo de montaña en la parroquia El Chaupi como un elemento dinamizador del turismo de aventura. Estas propuestas para nuevos proyectos de investigación son el resultado de la recopilación de datos al realizar la observación a los atractivos de turismo de montaña en campo por parte del investigador mediante fichas y aplicaciones como Wikiloc, Komoot y Google Earth.

Además sugerencias, necesidades e inquietudes encontradas al realizar las entrevistas a representantes de prestadores de servicios y operadoras de turismo, se convierten en actores muy importantes del turismo de montaña en la parroquia. La entrevista a la representante de la Comisión de turismo del GAD El Chaupi nos permite observar la perspectiva desde el gobierno local y finalmente las encuestas realizadas a los turistas de montaña aclaran el perfil de la

demanda para adaptar la propuesta hacia los consumidores.

El enfoque global de la propuesta es realizar turismo de montaña de una forma técnica y organizada localmente, donde la comunidad sea un actor principal y pueda aprovechar de todas las oportunidades que presenta la parroquia, además que el GAD El Chaupi tome esta propuesta como una guía para potencializar el turismo de montaña.

Propuestas Turismo de Montaña en Base a Criterios ATDI y Bioseguridad

Tabla 45

Propuestas para dinamización del turismo de montaña en base a criterios ATDI

Dimensión	Propuestas	Presupuesto	Tiempo de ejecución	Responsable
Seguridad y cordialidad	* Modelo de gestión integrado (privado, comunitario y público)	\$500,00	2 meses	GAD Parroquial El Chaupi
	* Ordenanzas para regulación de zonas de amortiguamiento hacia la conservación y desarrollo de proyectos turísticos.	\$300,00	1 mes	GAD Parroquial El Chaupi
	* Protocolos de bioseguridad en actividades de aventura	\$100,00	1 mes	GAD Parroquial El Chaupi, Técnico en Turismo
Aventura	* Ordenanzas que apoyen el desarrollo amigable de PYMES turísticas enfocadas en permitir el fraccionamiento del suelo y en materia de impuestos.	\$300,00	1 mes	GAD Parroquial El Chaupi
Predisposición del destino	* Actualización de inventario de atractivos naturales y culturales de la parroquia	\$500,00	2 meses	GAD Parroquial El Chaupi, MINTUR Coordinación Zonal 2, Técnico en Turismo
	* Plan de transporte turístico en fines de semana	\$300,00	1 mes	GAD Parroquial El Chaupi
	* Creación de una ruta turística con varios recorridos de turismo de montaña en el Chaupi	\$3.000,00	3 meses	GAD Parroquial El Chaupi, MINTUR Coordinación Zonal 2, Técnico en Turismo

Dimensión	Propuestas	Presupuesto	Tiempo de ejecución	Responsable
	*Realizar topo guías con códigos QR al inicio de senderos y en sitios estratégicos	\$1.000,00	2 meses	GAD Parroquial El Chaupi, MINTUR Coordinación Zonal 2
	*Centro de información turística y punto de contacto de guías locales	\$1.000,00	2 meses	GAD Parroquial El Chaupi, MINTUR Coordinación Zonal 2, Técnico en Turismo
	*Páginas oficiales enfocadas al turismo de aventura, especialmente turismo de montaña	\$500,00	1 mes	GAD Parroquial El Chaupi, MINTUR Coordinación Zonal 2, Técnico en Turismo
	*Plan de negocios para implementación de operadora local con gestión integrada	\$500,00	1 mes	GAD Parroquial El Chaupi, MINTUR Coordinación Zonal 2, Técnico en Turismo
Predisposición del destino	*Becas para licencias de guía local en la parroquia	\$3.000,00	6 meses	GAD Parroquial El Chaupi, MINTUR Coordinación Zonal 2
	*Capacitación de atención al cliente con Fundación Museos de la ciudad hacia Guarda parques MAE	\$200,00	3 meses	GAD Parroquial El Chaupi, Fundación Museos de la Ciudad
	*Plan de implementación de bachillerato técnico en turismo en Colegios del Cantón Mejía	\$500,00	2 meses	GAD Cantonal Mejía, Técnico en Turismo
	*Diversificación de rutas turísticas con turismo ecuestre, agro turismo y feria en Complejo Chacarrero	\$1.000,00	3 meses	GAD Parroquial El Chaupi, MINTUR Coordinación Zonal 2
	* Plan de desarrollo del destino turístico enfocado a crear una imagen de destino y marca territorial	\$3.000,00	6 meses	GAD Parroquial El Chaupi, MINTUR Coordinación Zonal 2, Técnico en Turismo, Técnico en Marketing

Nota. Propuestas enfocadas en base a las tres dimensiones de los criterios del índice ATDI Y

tomando en cuenta la aplicación de protocolos de bioseguridad.

Se destacan 10 pilares fundamentales en la percepción de un destino de aventura, el cual se conforma de distintos actores involucrados en el desarrollo del turismo de aventura que necesita un trabajo colaborativo entre múltiples entidades y organizaciones (ATDI, 2018). Entre los países de América Latina se puede destacar a Chile que se encuentra en el segundo lugar del ATDI 2020 dentro de los países en vías de desarrollo.

La propuesta se enfoca en proponer lineamientos de acción en las tres dimensiones de seguridad y cordialidad, aventura, predisposición de destino; todas orientadas a que los pobladores de la parroquia el Chaupi logren una mejor calidad de vida y se sumen esfuerzos para pelear una asociación y rumbo común de acción. Se busca una dinamización del de aventura enfocada al turismo de montaña con la potencialización y diversificación de sus actividades que lleven al aprovechamiento de todos los recursos posibles, convirtiéndose en una fuente de ingreso alternativa a la agricultura y ganadería.

Propuesta en Dimensión Seguridad y Cordialidad. Dentro del análisis situacional de la parroquia el Chaupi se observa que la dimensión de seguridad y cordialidad es una de las más desarrolladas, sin embargo se puede sugerir dentro de sus políticas públicas implementar un modelo de gestión integrado que involucre la parte privada, comunitaria y pública. Además dentro de este ámbito de políticas públicas se observa la necesidad de la regulación de las zonas de amortiguamiento ya que son las más conflictivas al no estar clara su regulación en la ley.

También es parte de la seguridad contar con guías capacitados para poder disminuir en la mayor medida de lo posible la informalidad dentro del campo turístico, para ellos se plantea un programa de becas para guías locales y capacitación tanto de guías como personal guarda parques del ministerio del ambiente con ayuda de la fundación museos de la ciudad.

Como otro campo de acción se toma en cuenta estrategias de seguridad turística con

acciones como: policía turística, asistencia turística, registro de ingreso pero además de salida de visitantes, operativos de control, retiro de libadores de sitios turísticos, proyecto establecimiento seguro y recuperar lugares turísticos deteriorados.

Finalmente dentro de la dimensión seguridad se plantea al desarrollo de protocolos de bio seguridad en actividades al aire libre para el turismo de montaña, además recomendaciones para el ciclo turismo.

Propuesta en Dimensión Aventura. Dentro de la dimensión aventura se toma en cuenta el emprendimiento, el cual necesita urgentemente políticas que apoyen la innovación para el desarrollo amigable de PYMES turísticas, ya que a pesar que el Ministerio de Turismo ha implementado varios servicios como el registro de agencias de turismo, la campaña hagámoslo fácil y varios talleres gratuitos en línea; la burocracia dentro de los procesos sigue presente y esto dificulta la acción oportuna.

Propuesta en Dimensión Predisposición del Destino. La dimensión predisposición del destino es la que más requiere acciones concretas en el turismo de montaña desde el Chaupi. Se plantea un plan de transporte turístico más frecuente en fines de semana, la implementación de un centro de información turística E infografías de rutas y recorridos con QR que permita a los turistas descargar la ruta dentro de una aplicación que pueda ser actualizada por actores del turismo de montaña para tener una experiencia más segura y autónoma. Es necesario además un plan de negocios para operadores de turismo de montaña locales y como ya se mencionó en la dimensión seguridad; capacitaciones y becas para guías locales. Se agrega a la propuesta de incentivar el bachillerato técnico en turismo en los colegios del Cantón Mejía, ya que la parroquia el Chaupi solo cuenta con escuelas, para incentivar su futura participación en el turismo de montaña dentro de esta zona.

Para poder reforzar los atractivos culturales se toma en cuenta el turismo ecuestre y agroturismo ya que en la parroquia el Chaupi presenta como su principal actividad económica

la agricultura y ganadería, recurso que puede ser utilizado en el turismo. Se propone realizar una feria turística en el complejo Chacarrero con una frecuencia trimestral donde se pueda incluir los atractivos culturales como artesanías y leyendas de la zona con recursos como exposiciones de pinturas, arte pictórico, música y danza.

Finalmente la marca de la parroquia como imagen de destino de turismo de montaña es muy importante y puede desarrollarse con recursos como: plan de desarrollo del destino turístico, manejo de mercado motivacional, tematización del destino el Chaupi y material promocional de la parroquia para su difusión al público.

Ruta Turística con Varios Recorridos de Turismo de Montaña en el Chaupi

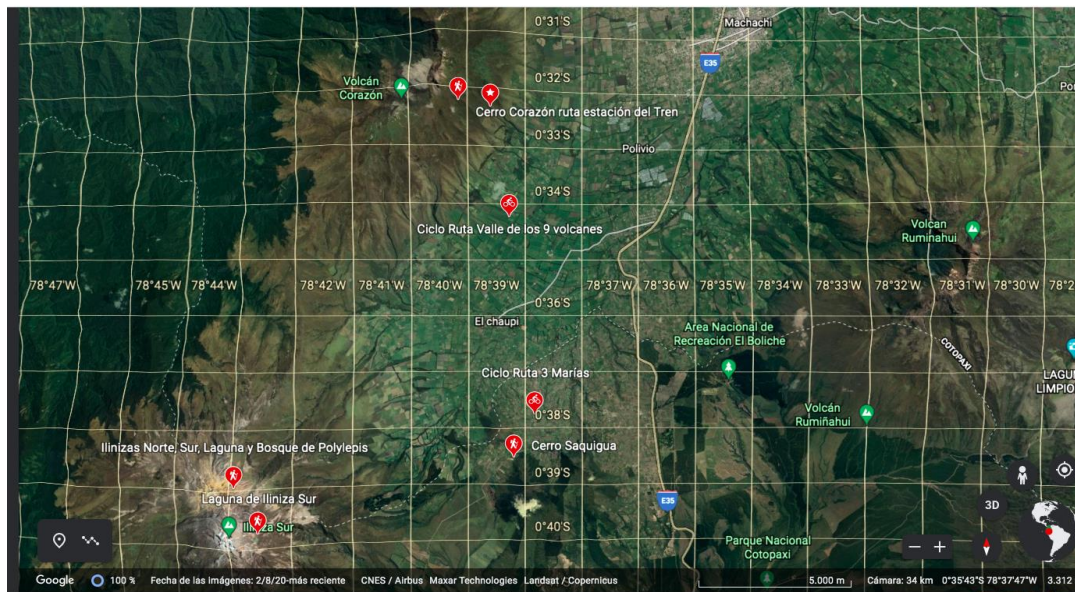
La parroquia de El Chaupi se ubica en la provincia de Pichincha al sur occidente del Cantón Mejía, ubicada en la cordillera de los andes dentro del llamado valle de los nueve volcanes (Atacazo, La Viudita, Ninahuilca, Corazón, Ilinizas, Rumiñahui, Sincholagua, Pasochoa y Cotopaxi). Su altitud va desde los 3000 msnm hasta su punto más alto en la cumbre del Iliniza Sur a 5263 msnm.

Su topografía muestra varias pendientes y relieves montañosos además de llanuras, lo que lo hace un destino con gran potencial para el turismo de montaña. Su ubicación central dentro del callejón Inter andino y es por ello que se llama chau pico que significa punto medio.

La parroquia, rural en su totalidad, posee una diversidad de ecosistemas, flora y fauna. Además tiene dentro de su territorio a la reserva ecológica Los Ilinizas, destino muy visitado por turistas tanto nacionales como extranjeros, sin embargo el turismo es una actividad terciaria porque la actividad económica principal de la parroquia es la agricultura y la ganadería.

Figura 42

Ruta turismo de montaña en el la parroquia El Chaupi



Nota. Ruta con atractivos de mayor importancia y popularidad dentro de la parroquia el Chaupi bajo el turismo de montaña marcados en Google Earth. Elaborado por el autor (2021).

La ruta de turismo de montaña dentro de la parroquia el Chaupi a plantearse en futuro deberá contar con adaptación al perfil de tu lista ya antes mencionado dentro de la investigación. Se puede destacar los turistas de montaña están completamente interesados en visitar El Chaupi y por ello la creación de la ruta tiene factibilidad, es necesario trabajar en proveer de líneas de transporte público con mayor frecuencia, puntos de información, reforzamiento en servicios complementarios de A&B y actividades donde los turistas puedan destinar dos días de visita. Es importante la difusión por medio de redes sociales con la promoción de los atractivos alternativos de El Chaupi como la Laguna de cara sur del Iliniza Sur, mirador de Loma Pucará, rutas de ciclismo Tres Marías y reforzamiento en la ya promocionada ciclo ruta de los 9 volcanes. Además se observa interés en los ascensos al cerro Saquigua.

Medidas de Bioseguridad en Actividades al Aire Libre

Se plantea un protocolo de bio seguridad para actividades al aire libre, las cuales están dentro del turismo de montaña. Se ha observado la necesidad de plantear este protocolo que será de comprensión simple Y gráfico porque dentro de las encuestas realizadas a los turistas de montaña se observa una disminución de visita a los destinos neutral por motivos de pandemia pero además dentro del análisis estadístico correlacional se observa influencia de la baja en frecuencia de visita por motivos de pandemia con el grado de interés e imagen de destino.

El protocolo planteado mediante la herramienta de edición gratuita Canva muestra medidas generales dentro de las actividades antes, durante y después. Como en cuenta el distanciamiento físico recomendado dentro de distintas actividades y otros factores como el transporte.

Figura 43

Protocolo de bio seguridad para actividades al aire libre

PROTOKOLO COVID

Por tu seguridad y la nuestra te pedimos respetar las siguientes normas de Bioseguridad

- 

1 MEDIDAS GENERALES

 - Desinfección constante de manos
 - Distanciamiento social en marchas y paradas
 - Uso de tapabocas, helados y elementos de protección personal
 - Evitar el contacto de los miembros con el rostro durante la actividad
 - Optimizar lugares con ventilación
- 

2 LAVADO Y DESINFECCIÓN DE MANOS

 - En campo se recomienda potenciar el uso de gel alcohol.
- 

3 TOMA DE TEMPERATURA

 - Control de temperatura a nuestros colaboradores y clientes
 - Si se presenta una temperatura mayor o igual a 38°C no podrá ser en la actividad
- 

4 DISTANCIAMIENTO FÍSICO

 - Mantener al menos una distancia de 1.5 m con las personas
 - No ingresar a restaurantes, refugios, o establecimientos que no hayan implementado el DPA y no hayan distribuido su espacio
 - No relacionarse con personas ajenas al grupo
 - No estar en el mismo espacio
 - Mantenerse coordinados en marchas con cruces para evitar aglomeraciones en el ascenso y bajadas en trayecto
 - En caso de tener a alguien lesionado, hacerlo con el ángulo del codo y con distancia a los demás personas

Individuo paralelo	1.5 a 2 metros
Carretera/tracking	4.5 metros
Cruce	100 metros


- 

5 ELEMENTOS PERSONALES

 - Los elementos que debemos tener obligatoriamente con nosotros durante toda el viaje para ser usados cuando sea necesario son:
 - Tapabocas, tubular, mascarilla
 - Agua
 - Agua con solución hidroalcohólica personal
 - Debido a estos elementos de protección personal obligatoriamente cuando se encuentren en lugares públicos y en momentos de interacción con otras personas ajeno al grupo.
 - Llevar flecos personales y guardarlos en una funda luego de su uso
 - Evitar el intercambio de equipos personales, cada participante usará el mismo equipo durante toda la actividad
 - No compartir el equipo de hidratación ni alimentos
 - Con las almohetas, sillas, sillas, humedecimiento, sillas, y paraguas del ambiente externo llevar siempre dentro de una funda, mochila o bolsa
- 

6 VESTIMENTA

 - Preferencia ropa completa y manga larga
 - Tela de fácil lavado, transpirable, repelente
- 

7 TAMAÑO DE GRUPOS

 - Grupos pequeños o familiares
 - Reducción del radio Cuidado - Escarificaciones

PROTOKOLO

Por tu seguridad y la nuestra te pedimos respetar las siguientes normas de Bioseguridad

- 

8 PREVIO AL VIAJE

 - Si presentas síntomas, aunque sean leves, no podrás realizar la actividad
 - Las personas con síntomas deben aislarse y solicitar atención médica
- 

9 TRANSPORTE

 - Uso de mascarilla indispensable durante el viaje
 - Desinfección de calzados antes de subirte al bus o carro
 - Las personas solo viajarán separados individualmente
 - Las personas que viajan en familia o en parejas (amigos o compañeros) podrán sentarse juntos
 - Transporte desinfectado antes y después de la actividad, con cloro al 0.5% o alcohol al 70% de concentración
 - Disponibilidad de alcohol o gel desinfectante disponibles
 - El acceso se realizará de uno en uno incluyendo filas desde atrás hacia adelante, primero el asiento de la ventanilla y luego el del pasillo. El descenso se realizará en forma inversa
- 

10 INFORMACIÓN PERSONAL

 - Información actualizada de centros médicos e información de contacto de emergencia de cada participante
- 

11 AL REGRESAR A CASA

 - Lavado de manos hasta el codo y cara lo preferir baño completo a lavados parciales
 - Colocación de ropa y material de montaña sucio para lavado completo en jaula o desinfectación. Ropa que membranas impermeables que puedan sufrir daño solo deberán ser limpiadas y colocadas en bolsas selladas que no debe ser reutilizadas
 - Los botones o otro material de contacto exterior deben ser desinfectados
 - Al llegar a casa limpia la suite de tu calzado o se aconseja dejarlo aparte para ser lavado

Protocolo en base a:

- Manual de protocolos COVID-19 ASEGIUM (consultado de: <https://propietario.fito.world/files/2020/05/manual-protocolos-covid-19-asegium.pdf>)
- Recomendaciones para deportes de montaña (senderismo - trekking) ASEGIUM (consultado de: <https://www.propietario.fito.world/files/2020/05/recomendaciones-para-deportes-de-montana-senderismo-trekking-asegium.pdf>)
- Recomendaciones Post COVID-19 para deportes de montaña (FEDMI) (Federación Española de Deportes de Montaña) (consultado de: <https://www.aef.com/covid-19-recomendaciones-para-deportes-de-montana-fedmi.pdf>)

Nota. Protocolo en base a información recopilada de distintas fuentes oficiales en el medio. Elaborado por el autor (2021). Ver APÉNDICE H.

Consejos para ciclismo de montaña

El ciclismo de montaña es una actividad que requiere de ciertos cuidados y conocimientos para realizarlo de manera óptima. En base a la experiencia del investigador se observa en la necesidad de plantear consejos para esta actividad que dentro del turismo de montaña. Será tomado como base imágenes y consejos de otros estudios realizados de

(Triguero, 2015), (HealthKeeper, 2018) y (CONASET).

Dentro de los consejos a tomar en cuenta se destacan los beneficios de realizar ciclo turismo, como segunda parte consejos generales y mantenimiento ya que el instrumento bicicleta requiere cuidados constantes para no tener accidentes o inconvenientes dentro de la ruta, finalmente se destacan consejos de seguridad adaptados específicamente a la actividad de ciclismo.

La práctica del ciclo turismo aparte de valorar al medio ambiente busca promover el desarrollo de las comunidades rurales como el Chaupi que no son consideradas destinos turísticos, generando diversificación en emprendimientos locales como la prestación de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, entre otros.

Figura 44

Consejos de ciclo turismo



Nota. Consejos en base a información recopilada de distintas fuentes oficiales en el medio con adaptación a protocolos de bio seguridad. Adaptado de (Triguero, 2015), (HealthKeeper, 2018) y (CONASET) Ver APÉNDICE I.

Conclusiones

El turismo de montaña en la parroquia El Chaupi presenta una falta de gobernanza, tiene un gran potencial pero falta un proceso de consolidación para que puedan llegar a dinamizar la economía de la parroquia.

Dentro del proceso de validación se puede observar que la parroquia el Chaupi cuenta con cinco atractivos de turismo de montaña que pueden ser parte de un futuro estudio para el planteamiento una ruta turística de montaña ya que no se tiene registrados datos específicos y técnicos de rutas, flora, fauna que rodea la zona inclusive dentro de este futuro estudio encontrar más atractivos y rutas que pueden ser visitadas.

Los atractivos reconocidos de la parroquia presentan gran potencial al tener varias ventajas competitivas y adaptarse a varios niveles de dificultad que le permiten tener mayor campo de acción en el mercado de montaña.

El perfil de turista de montaña encontrado en la investigación cuenta con características que pueden ser utilizadas a favor de la oferta para generar mayor tiempo de visita en la parroquia, este segmento no atendido afirma el potencial de la parroquia para el turismo de montaña.

El presente estudio ha evidenciado la falta de infraestructura para beneficio del turista de montaña como caminos, señalización, información accesible, operadores locales, personal capacitado y centros de información turística; es importante resolver estas falencias como una inversión ya sea privada o pública para mejorar el desarrollo económico de la parroquia.

La parroquia presenta un buen estado en cuanto a recursos naturales, seguridad y recursos de aventura; sin embargo estos recursos requieren ser aprovechados de manera técnica.

Los residentes de la parroquia el Chaupi no cuentan con un modelo de gestión

integrado que conjugue la parte privada, comunitaria y pública; es por esta falta de acción en conjunto a beneficio del consumidor que no se observa un desarrollo de la parroquia como destino de montaña.

La idea de dinamización y tematización de El Chaupi como destino de turismo de montaña tiene una proyección favorable de aceptación dentro de la comunidad montañera, sin embargo los pobladores de el Chaupi tienen por tradición una fuente de ingresos de la agricultura y ganadería por lo que es necesario trabajar en el impulso y puesta en valor de este tipo de turismo para que tenga una revitalización en el mercado sobretodo nacional que ha visitado los atractivos más populares de la parroquia pero no aquellos alternativos poco visitados que generan gran expectativa.

La dinamización del turismo de montaña solo puede hacerse operativa con el trabajo conjunto de todos los actores ya que cada uno dentro de su campo de acción pueden sumar esfuerzos para mejorar los pilares seguridad, emprendimiento, infraestructura y marca que son aquellos que presentan mayor cantidad de falencias.

El presente trabajo de investigación entregan los primeros lineamientos y varios proyectos futuros que pueden desarrollarse dentro de la parroquia, necesarios para la operatividad y comercialización del turismo de montaña; será en la comunidad y tanto opinión como necesidades de los distintos actores, quienes establezcan los objetivos y lineamientos finales para la dinamización del turismo de aventura a través del turismo de montaña.

Recomendaciones

Se recomienda prestar principal atención a la creación de un modelo de gestión integrado, al mejoramiento de la seguridad dentro de la perspectiva de capacitación a guías locales, a la exploración de toda la extensión montañosa de la parroquia para identificar otros posibles recursos para el turismo de montaña. Además se recomienda implementar políticas que apoyen al emprendimiento e innovación hacia la perspectiva de un desarrollo amigable de las PYMES turísticas.

Se recomienda sumar esfuerzos al mejoramiento de la infraestructura turística de la parroquia con acciones que aporten al mejoramiento de caminos, señalización, información accesible, operadoras locales, guías capacitados; apalancados de las herramientas tecnológicas.

Trabajar sobre la parroquia el Chaupi para que pueda tener una imagen de destino de montaña con herramientas como la tematización del destino, manejo del mercado motivacional con un plan de desarrollo del destino turístico que pueden combinarse con otras modalidades de destino como el turismo ecuestre y el agro turismo.

Las autoridades de turismo tanto nacionales como locales deben realizar y ejecutar planes de optimización y promoción de lugares turísticos como la parroquia el Chaupi, con énfasis en el aprovechamiento en la belleza natural de sus zonas montañosas y la práctica responsable tanto de turistas como prestadores de servicios.

Se observa la importancia de dar a conocer a las autoridades e interesados en el tema de la presente propuesta para la dinamización del turismo de aventura por medio del turismo de montaña.

Se recomienda utilizar como base para futuros estudios tanto las propuestas de mejora en base al índice del desarrollo del turismo de aventura; protocolos de bioseguridad y

recomendaciones para ciclo turismo. Además se recomienda planificar una traducción de las infografías al inglés y su actualización anual.

Bibliografía

- (1972). Obtenido de UNESCO: <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-mundial>
- (2014). Obtenido de Reglamento de Operación Turística de Aventura:
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-OPERACION-TURISTICA-DE-AVENTURA.pdf>
- (2016). Obtenido de Reglamento de Guianza Turística: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf>
- (2016). Obtenido de Reglamento especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas:
<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento-Especial-de-Turismo-en-Areas-Naturales-Protegidas.pdf>
- Álvarez, B. (2014). *Orientación en el campo y técnicas de montañismo*. (U. E. DISTANCIA, Ed.)
- ASEGUIM. (2015). *Codificación de estatutos de la asociación ecuatoriana de guías de montaña*. Quito.
- ASEGUIM. (2015). *Estatutos de la Asociación Ecuatoriana de Guías de Montaña*. Quito.
- ASEGUIM. (2019). *Protocolos Covid-19*. Obtenido de <https://toposecuador.files.wordpress.com/2020/05/manual-de-prothttps://toposecuador.files.wordpress.com/2020/05/manual-de-protocolos-covid-19-aseguim.pdf?fbclid=IwAR2t00yARHR9W5VWoSciPN68gIkKzrbQ2oO-DLHpf9bfh5CjyPdctrMh0Eocolos-covid-19-aseguim.pdf?fbclid=IwAR2t00yARHR9W5VWoSciPN68gIkKzrbQ2oO-DLHpf9bfh5CjyPdctrMh0E>
- ATDI. (2018). *Adventure Tourism Development Index*. George Washington University. Washington: International Institute of Tourism Studies.

- Avilés, C. V. (2010). *Metodología de la investigación científica*. Quito: Sur Editores.
- Barrera, E. (2006). *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Montevideo: CINTERFOR-OIT.
- Barrera, Y., & Castro, F. (2018). *Diagnóstico del turismo de aventura en las Lomas El Mirador del distrito de San Juan de Lurigancho, 2018*. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_56a93b5f098c2bd63350e68704953fb8/Details
- Bastidas, D., & Medina, P. (2011). Estimación de la Densidad Poblacional del Ecuador Continental. *Analítika*, 1(1), 89-115.
- Beni, M. C. (1998). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo, Brasil: SENAC.
- Beni, M. C. (2000). Análise Estrutural Do Turismo. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 4, 49.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. (Trillas, Ed.) Obtenido de <http://prepacihuahlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturisticoertoc.boullon.pdf>
- Camara, C., & De los Ángeles, F. (2013). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, XXXV(1), 48-67.
- Casar, M. (2016). *México: Anatomía de la Corrupción* (2da ed.). México.
- Chávez, R. (2015). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6785>
- Chiquiza, P. (agosto de 2021). Organismos de Rescate y Control en turismo de montaña de Ecuador. (K. Otáñez, Entrevistador) Quito.
- Constitución de la República del Ecuador*. (2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Danhke, G. (1989). *Investigación y comunicación. La comunicación humana: ciencia social*.

México D.F.: McGraw—Hill.

de Oliveira Santos, G. E. (2007). MODELOS TEÓRICOS APLICADOS AL TURISMO.

Estudios y Perspectivas en Turismo , 96 - 110.

Debarbieux, B., Oiry Varacca, M., Rudaz, G., Maselli, D., Kohler, T., & Jurek, T. (2014). *El*

Turismo en las Regiones de Montaña: Esperanzas, Temores y Realidades. (U. d.

Departamento de Geografía y Medio Ambiente, Ed.) Obtenido de

https://www.weadapt.org/sites/weadapt.org/files/2017/may/tourism-in-mountain-regions_es.pdf

Decol, F. (2016). *Turismo de Aventura Em Três Coroas: Uma análise da sustentabilidade a partir dos critérios do Adventure Tourism Development Index*. Caxias do Sul, Brasil:

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado .

Dias, R. (2003). *Turismo Sustentável e Meio Ambiente*. Sao Paulo: Editora Atlas.

Dudley, N. (2008). *Directrices para las categorías de manejo de áreas protegidas*. (U. CNAP con ayuda de WCMC, Ed.) UICN, Gland, Suiza y Cambridge, Reino Unido.

Duglio, S., & Beltramo, R. (2014). Quality assessment in the Italian mountain huts. *European Journal of Tourism Research* , 8 (1), 115-142.

Ecoturistmejia. (2020). Reserva Ecológica Los Illinizas. Obtenido de

<https://ecoturistmejia.es.tl/Reserva-Ecol%F3gica-Los-Illinizas.htm>

El Comercio. (2020). Solo tres de los ocho cantones de Pichincha tienen hospitales básicos, exceptuando Quito. Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/cantones-pichincha-hospitales-basicos-coronavirus.html>

El Comercio. (2021). Ecuador es el tercer país más feliz del mundo, dice estudio. Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/tendencias/curiosidades/indice-felicidad-ecuador-estudio->

ranking.html

El Comercio. (2018). Ecuador suscribe con 18 ONG convenio básico por unos 49 millones de dólares. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-suscribe-convenio-ong-internacionales.html>

El Universo. (2020). Ocho patrimonios de la humanidad están en custodia de Ecuador. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/31/nota/7671822/patrimonio-humanidad-ecuador-unesco/>

El Telégrafo. (2016). Ecuador consigue 66,58 puntos en el índice de desempeño ambiental. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/ecuador-consigue-66-58-puntos-en-el-indice-de-desempeno-ambiental>

Embajada de Estados Unidos en Ecuador. (junio de 2021). Asesoría de viajes en Ecuador. Obtenido de <https://travel.state.gov/content/travel/en/traveladvisories/traveladvisories/ecuador-travel-advisory.html>

Expansión. Datos Macro. (2020). Ecuador: Economía y demografía. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/ecuador>

FAO. (2014). *Cordillera de Los Andes, una oportunidad para la integración y desarrollo de América del Sur*. Obtenido de http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/mountain_partnership/docs/ANDES%20TCP%20publication%20corregido%20arg2.pdf

FEDME. (2019). *Recomendaciones Post Covid 19 Deportes de Montaña*. Obtenido de <https://www.amf-fam.org/wp-content/uploads/2020/05/Recomendaciones-post-covid-Deportes-de-Monta%C3%B1a-Ed1.pdf>

FEDME. (2020). *RECOMENDACIONES POST COVID19 Deportes de Montaña*. Obtenido de Federación Española de Deporte de Montaña: <https://www.amf-fam.org/wp->

content/uploads/2020/05/Recomendaciones-post-covid-Deportes-de-Monta%C3%B1a-Ed1.pdf

Folgado , J., & Oliveira, P. (2011). IMAGEN DEL DESTINO Y MARCA TURÍSTICA:

SINERGIAS E IMPLICACIONES. *Tourism & Management Studies* , 1 (1), 904-914.

GAD El Chaupi. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El*

Chaupi 2012-2025. Gobierno de Pichincha. Obtenido de

http://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenio_paginas/archivos/PDOT%20EL%20CHAUPI%202012.pdf

Guía de Evaluación de Impacto Ambiental. Valor paisajístico en el SEIA. (2013). Servicio de Evaluación Ambiental.

Gunn, C., & Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases.*

Hernández Sampieri , R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio , P. (1997).

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. Montreal, Canadá: MCGRAW-HILL .

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. 6ta edición). México: Mc GrawHill.

Hsu, Angel, Emerson, Jay, Levy, Marc, de Sherbinin, A., Johnson, L., Malik, O., et al. (2014).

The 2014 Environmental Performance Index. New Haven: Yale Center for Environmental Law and Policy.

Huertas, G., & Sauma, P. (2015). *Índice de Desempeño Ambiental.* Costa Rica: Observatorio del Desarrollo (OdD) de la Universidad de Costa Rica.

Index of Economic freedom. (2021). Obtenido de The Heritage Foundation:

<https://www.heritage.org/index/about>

INEC. (2021). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), junio

2021. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Junio-2021/Boletin_empleo_220721_DEAN3%20(1).pd)

[inec/EMPLEO/2021/Junio-2021/Boletin_empleo_220721_DEAN3%20\(1\).pd](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Junio-2021/Boletin_empleo_220721_DEAN3%20(1).pd)

- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2021). *Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano (SIPCE)*. Obtenido de <http://sipce.patrimoniocultural.gob.ec:8080/IBPWeb/paginas/busquedaBienes/busquedaPrincipal.jsf>
- Kowalczyk, A. (2009). *Mountain Resorts, origins and evolution*. (U. d. Warsaw, Ed.) Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/250167008_'Mountain_resorts'_origins_and_evolution
- Lavalle, A., Micheli, E. B., & Rubio, N. (2006). Análisis didáctico de regresión y correlación para la enseñanza media. *Revista latinoamericana de investigación en matemática educativa* , 383- 406.
- Leiper, N. (1979). *The framework of tourism, Annals of Tourism Research*. (S. o. Studies, Ed.) Obtenido de [https://sci-hub.tw/https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3#](https://sci-hub.tw/https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3#)
- Ley de Turismo*. (2002). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Lopez, E., & Fernandez, M. (2010). LAS ACTIVIDADES DE ANDINISMO EN LA FORMACIÓN DEL PROFESORADO EN EDUCACIÓN FÍSICA. *Rev. Motr. Hum* , 11 (1), 6-10.
- Lopez, P., & Fachelli, S. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. (U. A. Barcelona, Ed.) Barcelona: Creative Commons.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Ayala, L. (2009). *Marketing de Servicios*. (Pearson, Ed.) Obtenido de <http://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902-marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>
- Manual para la elaboración del Inventario Nacional de Recursos Turísticos*. (2008). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Martínez, M. (2010). *Propuesta de zonificación de un área silvestre protegida en la región de*

Atacama en el contexto del cambio global.

Mejía Alcaldía. (2020). *Actualización del PDOT 2019-2023*. Obtenido de

<https://municipiodemejia.gob.ec/assets/PDOT.pdf>

Meneses Benítez, G. (2007). Universidad: NTIC, interacción y aprendizaje. (U. d. Sevilla, Ed.)

Meneses Benítez, Gerardo , I (29), 49-58.

Ministerio del Ambiente. (2014). *Guía informativa de las Áreas Naturales Protegidas del*

Ecuador. Quito. ISBN. Obtenido de

https://issuu.com/davsquad/docs/guia_areasnaturalesprotegidas_2014

MINTUR. (2014). *Reglamento de Operación Turística de Aventura.*

MINTUR. (2016). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO*. Obtenido de Acuerdo

Ministerial 24: REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO

MINTUR. (2016). *REGLAMENTO DE OPERACION E INTERMEDIACION TURISTICA*. (A. M.

21, Ed.) Obtenido de Ministerio de Turismo: [https://www.turismo.gob.ec/wp-](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf)

[content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf)

MINTUR. (2017). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y*

GENERACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR. Obtenido de

[https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaM](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf)

[etodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf)

MINTUR. (2018). *Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de*

Espacios Turísticos. (M. d. Ecuador, Ed.) Obtenido de Portal Servicios MINTUR:

[https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf)

[ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf)

MINTUR. (2021). Catastro Nacional de Guías 01 mar 2021. Obtenido de

<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-turistico>

Molina, S., & Rodríguez, S. (2005). *Planificación Integral del Turismo, un enfoque para*

latinoamérica. (Trillas, Ed.) Obtenido de

https://www.academia.edu/34068540/Planificaci%C3%B3n_integral_del_Turismo-_Sergio_Molina

Moscoso, D. (2003). La Montaña y el Hombre en los Albores del Siglo XXL Una reflexión sociológica. *Revista Internacional de Sociología* (36), 241-244.

Muñoz, T. G. (2003). *EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN/EVALUACIÓN*. Almendralejo.

Narvaez, E. L. (2014). *El turismo alternativo una opción para el desarrollo local*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5537859>

New Economic Foundation. (2009). Obtenido de THE HAPPY PLANET INDEX 2.0: <https://neweconomics.org/2009/06/happy-planet-index-2-0>

Ochoa, M., García, J., Guerra, P., & Garrido, R. (2019). *Protocolos para senderismo*. Obtenido de https://drive.google.com/file/d/1k7qsmSxOBagOF8r21zG8gBZQnA_wtNW4/view?fbclid=IwAR0MZSJANb53_EyBUxuuigr9EY0lv6q2jGS78y3nwVAB3GD3zSPzkXQ8ztc

OMT. (1978). *Introducción al turismo*. Madrid: OMT.

OMT. (1994). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>

Ortiz Chaves, M. B., & Quishpe Fernández, C. (2019). *Turismo de montaña como alternativa de desarrollo local: estudio de caso parroquia La Candelaria, provincia de Chimborazo*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Ortiz, M. (2019). *Turismo de montaña como alternativa de desarrollo local: estudio de caso parroquia La Candelaria, provincia de Chimborazo*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Ortíz, M. B. (2019). *Turismo de montaña como alternativa de desarrollo local: estudio de caso parroquia La Candelaria, provincia de Chimborazo*. Quito: UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE TURISMO HISTÓRICO CULTURAL.

Pérez, M. I., & Sereno, C. *Espacios de competitividad y complementariedad turística participación del balneario el cóndor en la comarca Viedma-Patagone* .

Pita, S., & Pértegas, S. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Curuña, España: Unidad de Epidemiología Clínica y Bioestadística. Complejo Hospitalario-Universitario Juan Canalejo.

Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida. (2017). Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Plan Nacional para el Buen Vivir. (2017). Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>

Porras, A., & Mejía, S. (2018). *Turismo en espacio de montañas: caso geográfico de Tungurahua*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Carrera de Turismo y Hotelería: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/27613>

Primicias. (2021). Las áreas protegidas en Ecuador representan el 20% de territorio nacional Para hacer uso de este contenido cite la fuente y haga un enlace a la nota original en Primicias.ec: <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/areas-protegidas-ecuador-territorio-nacional/>. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/areas-protegidas-ecuador-territorio-nacional/>

Primicias. (2020). Ecuador, entre los países con menos libertad económica del mundo Para

hacer uso de este contenido cite la fuente y haga un enlace a la nota original en Primicias.ec: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-puesto-indice-libertad-economica/>. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-puesto-indice-libertad-economica/>

Proaño Iturralde, F. J. (2015). *Implementación de la carrera académica de Turismo de Aventura*.

Raffino, M. E. (29 de noviembre de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de Investigación no experimental: <https://concepto.de/investigacion-no-experimental/#ixzz67aKZBJZw>

Rojas, S. (2009). *Propuesta para el desarrollo del turismo de montaña en la provincia de Pichincha*. Obtenido de Tesis de Pregrado:
<http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/1556>

RONCAGLIA, A. (2006). Tasa de desempleo y tasas de empleo: ¿categorías estadísticas o construcciones teóricas? *Investigación Económica* , LXV (275), 45-61.

Sanfeliciano, A. (10 de septiembre de 2018). *Diseños de investigación: enfoque cualitativo y cuantitativo*. Obtenido de <https://lamenteesmaravillosa.com/disenos-de-investigacion-enfoque-cualitativo-y-cuantitativo/>

Sayadi, S. , & Calatrava, J. (2001). Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español. *Cuadernos de Turismo* , 7, 131-157.

Saz, I., & Carús, L. (2008). Los procesos participativos en la sostenibilidad medioambiental. El caso del segmento turístico recreativo de Alta Montaña. *Los procesos participativos en la sostenibilidad medioambiental. El caso del segmento turístico recreativo de Alta Montaña* (61), 127- 156.

SECTUR. (2004). *Turismo Alternativo: una nueva forma de hacer turismo*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/05/Turismo-Alternativo-una->

nueva-forma-de-hacer-turismo.pdf

Serrano, S. (2011). *El Turismo en áreas protegidas como medio para lograr el desarrollo sustentable en Centroamérica*. (M. d. graduación, Ed.) Mar del Plata: Universidad Nacional Mar del Plata.

SIB. (2021). *Registro en áreas naturales protegidas*. Recuperado de 13 de 07 de 2021
Obtenido de Sistema Integral de Áreas Protegidas: <https://sib.ambiente.gob.ec/#>

SIGMA Consultores. (2015). *Plan de desarrollo estratégico y ordenamiento territorial 2015-2019*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1768086590001_DIAGNOSTICO%20PDYOT%20GAD%20EL%20CHAUPI%20-%20SIGMA%20CONSULTORES%20%20291015_30-10-2015_05-46-39.pdf

SIGMA Consultores. (2015). *Plan de desarrollo estratégico y ordenamiento territorial 2015-2019*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1768086590001_DIAGNOSTICO%20PDYOT%20GAD%20EL%20CHAUPI%20-%20SIGMA%20CONSULTORES%20%20291015_30-10-2015_05-46-39.pdf

Socatelli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*.

Solís, M. J., Errazuriz, M. J., Caradeuc, C., & Seabra, G. (2012). EVALUACIÓN MULTICRITERIO DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE UN TERRITORIO. CASO DE ESTUDIO PARQUE NACIONAL PAN DE AZÚCAR, REGIÓN DE ATACAMA. CHILE. *Universidad Central Chile*, 1-12.

Solís, M., Errazuriz, M., Caradeuc, C., & Seabra, G. (2012). EVALUACIÓN MULTICRITERIO DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE UN TERRITORIO. CASO DE ESTUDIO PARQUE NACIONAL PAN DE AZÚCAR, REGIÓN DE ATACAMA. CHILE. *Universidad*

Central Chile , 1-12.

SOZORANGA, S. (2012). *VIDEO REPORTAJE SOBRE “LOS IMPACTOS DEL ANDINISMO EN EL GLACIAR DEL COTOPAXI*. (U. P. QUITO, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador.

Transparencia Internacional. (2020). Índice de percepción de corrupción. Obtenido de <https://www.transparency.org/en/cpi/2020/index/nzl>

Tulcán, G. *Actualización del inventario de atractivos turísticos del cantón Tulcán*. Tulcán, Ecuador.

UDD. (2018). *Clínica Alemana Universidad del Desarrollo*. Obtenido de Facultad de Medicina: <https://medicina.udd.cl/sobre-la-facultad/comite-institucional-de-bioseguridad/definicion-de-bioseguridad/#:~:text=La%20bioseguridad%20es%20un%20conjunto,potencialmente%20infecciosos%20o%20con%20cargas>

UNWTO. (2013). *Definiciones de Turismo*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

UNWTO. (2019). *Entender el Turismo: Glosario básico*. Obtenido de <https://www.unwto.org/newses/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Vargas, M. (2012). *IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO Y AGENCIA DE VIAJES EN PUERTO AYORA, CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALAPAGOS*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2189/1/23T0329%20.pdf>

YOUNG, F. W. (1991). CONCENTRACION URBANA Y AGRUPACION DE LOS ASENTAMIENTOS RURALES EN CHILE. *Revista EURE* , XVII (51), 22-33.

Zamorano, F. (2008). *Turismo alternativo, servicios turísticos diferenciados*. (Trillas, Ed.) México.

Zapata, S. (2021). *Inventario Turismo Local el Chaupi*. Comisión de turismo, ambiente y

productividad. El Chaupi: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural El Chaupi.

Anexos