

Influencia del turismo de montaña como factor de desarrollo sostenible en atractivos naturales cercanos al Distrito Metropolitano de Quito.

Moreno Mencías, Génesis Sharon y Villalba Ayala, Luis Fernando

Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciado/a en

Administración Turística Y Hotelera

Ing. Vargas Zurita, Jessica Alejandra MA

12 de agosto del 2022



Tesis_Moreno_Villalba.pdf

Scanned on: 15:9 August 15, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	540
Words with Minor Changes	227
Paraphrased Words	179
Omitted Words	0





Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Certificación

Certifico que el trabajo de titulación: **"Influencia del turismo de montaña como factor de desarrollo sostenible en atractivos naturales cercanos al Distrito Metropolitano de Quito."** fue realizado por la señorita **Moreno Mencias, Génesis Sharon** y el señor **Villalba Ayala, Luis Fernando**; el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Sangolquí, 11 de agosto de 2022

Firma:



Ing. Vargas Zurita, Jessica Alejandra MA

CC: 1717870230



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio
Carrera de Administración Turística y Hotelera

Responsabilidad de Autoría

Nosotros, **Moreno Mencías, Génesis Sharon y Villalba Ayala, Luis Fernando**, con cédulas de ciudadanía n° 1719115907 y n° 1721730263, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Influencia del turismo de montaña como factor de desarrollo sostenible en atractivos naturales cercanos al Distrito Metropolitano de Quito”** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 10 de agosto de 2022

Firma

Firma

Moreno Mencías, Génesis Sharon

C.C.: 1719115907

Villalba Ayala, Luis Fernando

C.C.: 1721730263



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio
Carrera de Administración Turística y Hotelera

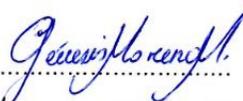
Autorización de Publicación

Nosotros, **Moreno Mencías, Génesis Sharon y Villalba Ayala, Luis Fernando**, con cédulas de ciudadanía n° 1719115907 y n° 1721730263, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Título: “Influencia del turismo de montaña como factor de desarrollo sostenible en atractivos naturales cercanos al Distrito Metropolitano de Quito”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 10 de agosto de 2022

Firma

Firma


.....
Moreno Mencías, Génesis Sharon
C.C.: 1719115907


.....
Villalba Ayala, Luis Fernando
C.C.: 1721730263

Dedicatoria

“El éxito no es un accidente. Es trabajo duro, perseverancia, aprendizaje, estudio, sacrificio y, sobre todo, amor por lo que estás haciendo o aprendiendo a hacer.”

Edson Arantes do Nascimento.

Dedicado con amor a mis padres Mónica Ayala y Fernando Villalba, las personas que me apoyaron en todo el transcurso de mi educación, siendo mis guías y mi motor para cumplir mis objetivos enseñándome la importancia de tener valores para realizar el presente trabajo de titulación con respeto y transparencia. A mi hermana Gabriela Villalba que siempre fue mi apoyo incondicional, al igual que mis abuelos, tíos, primos y amigos que son todo lo que está bien en la vida.

Luis Villalba

A quienes gusten de la investigación y requieran de la información aquí emitida, que sea aprovechado de alguna u otra manera el tiempo y dedicación dados en la presente tesis. A mi pequeña Naomi, en honor de la etapa que inicias. Y también va para ti mi querida Pao, por tu amor al país y sus colores.

Génesis Moreno Mencías

Agradecimiento

Agradezco primero a Dios, el cual me dio la sabiduría y la oportunidad cada día para alcanzar esta meta. A mi familia por su cariño y apoyo en todo momento.

A mis maestros que con paciencia y amor han sabido transmitir sus conocimientos necesarios para culminar esta hermosa carrera y me han enseñado como plasmarlos en el diario vivir. A mi Directora de Tesis MSc. Jessica Vargas por estar siempre pendiente y predispuesta a que desarrollemos nuestro trabajo de titulación con el objetivo de que este sea un aporte para la sociedad. A los docentes el Ing. Carlos Novoa y el Ing. Paladines fundamentales en la elaboración de la investigación; y especialmente a mi amiga Génesis Moreno, que con su paciencia, compromiso y dedicación logramos desarrollar toda la investigación.

De igual manera agradezco a la Universidad de las Fuerzas Armadas por permitirme ser parte de esta familia universitaria, termino esta etapa estudiantil orgulloso de conocer docentes, amigos, compañeros en los cuales compartí valiosos momentos.

Luis Villalba

Agradezco las lecciones que me llevo,
por las personas maravillosas que conocí en este tiempo y,
A mi hermana Sara por su apoyo incondicional,
Por ser un sostén aún a más de mil kilómetros de distancia.

Génesis Moreno Mencías

Índice de contenido

Copyleaks	2
Certificado Tutor	3
Responsabilidad de autoría.....	4
Autorización de publicación.....	5
Dedicatoria.....	6
Agradecimiento.....	7
Índice de contenido.....	8
Índice de Tablas.....	12
Índice de Figuras.....	17
Resumen	23
Abstract.....	24
Introducción	25
Planteamiento del problema.....	26
Formulación del problema.....	27
Determinación de variables	27
Objetivos.....	28
Objetivo general	28

	9
Objetivos específicos.....	28
Implicaciones teóricas y prácticas del estudio.....	29
Capítulo I.....	30
Marco teórico.....	30
Teoría de Desarrollo Sostenible.....	30
Teoría General de Sistemas.....	33
Turismo de Montaña a Nivel Mundial.....	34
Turismo de Montaña.....	38
Marco Referencial.....	44
Marco Legal.....	46
La Constitución del Ecuador.....	46
Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.....	47
Ley de Turismo.....	47
Reglamento especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas.....	48
Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.....	48
Marco Conceptual.....	49
Turismo de montaña.....	49
Demanda Turística.....	49
Oferta Turística.....	49
Producto turístico.....	49
Infraestructura.....	50

	10
Superestructura	50
Capítulo II	51
Marco Metodológico	51
Enfoque de Investigación.....	51
Tipología de Investigación	52
Área de Estudio	55
Delimitación espacial y temporal.....	55
Población y Muestra de Estudio.....	56
Instrumentos De Recolección De Información.....	58
Herramientas de Investigación.....	58
Procesamiento de datos	61
Análisis de fiabilidad del instrumento	62
Modelo de ecuaciones estructurales.....	62
Procedimiento de Recolección de Datos.....	63
Capítulo III	65
Análisis de los Resultados Obtenidos.....	65
Diagnóstico de la situación actual de cada área.....	65
Análisis Univariado	73
Análisis Univariado Ilaló	73
Análisis Univariado Rucu Pichincha.....	107
Análisis Univariado Reserva Geobotánica Pululahua.....	140

	11
Análisis de Demanda	175
Análisis FODA Oferta	177
Influencia del turismo de montaña en la Sostenibilidad	184
Influencia de sostenibilidad según la motivación	185
Influencia de sostenibilidad de acuerdo a lo que influencia la visita	189
Resultado Ilaló	189
Resultados Rucu Pichincha	194
Resultado Reserva Geobotánica Pululahua	201
Capítulo IV	207
Discusión de la Investigación Ilaló	207
Discusión de la Investigación Rucu Pichincha	210
Discusión de la Investigación Reserva Geobotánica Pululahua	214
Conclusiones	220
Recomendaciones	223
Bibliografía	224
Apéndices	232

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Variables de la investigación</i>	27
Tabla 2 <i>Dimensiones de la Teoría de Desarrollo Sostenible</i>	30
Tabla 3 <i>Datos de la población de Turistas por área</i>	57
Tabla 4 <i>Designación de muestra para aplicación de herramientas</i>	58
Tabla 5 <i>Instrumentos para la recolección de información</i>	60
Tabla 6 <i>Resumen de metodología e instrumentación</i>	64
Tabla 7 <i>Sexo Ilaló</i>	73
Tabla 8 <i>Edad Ilaló</i>	74
Tabla 9 <i>Procedencia Ilaló</i>	76
Tabla 10 <i>Ocupación Ilaló</i>	77
Tabla 11 <i>Estado Civil Ilaló</i>	78
Tabla 12 <i>Discapacidad Ilaló</i>	79
Tabla 13 <i>Visita el área del Ilaló por primera vez</i>	80
Tabla 14 <i>Ingreso al área natural Ilaló</i>	81
Tabla 15 <i>Visita con guía certificado Ilaló</i>	82
Tabla 16 <i>Acompañante al área Ilaló</i>	83
Tabla 17 <i>Duración de visita Ilaló</i>	84
Tabla 18 <i>Preferencia a visitar en el área Ilaló</i>	85
Tabla 19 <i>Horario de preferencia Ilaló</i>	86
Tabla 20 <i>Principal motivo de visita Ilaló</i>	87
Tabla 21 <i>Servicio Alojamiento Ilaló</i>	88
Tabla 22 <i>Servicio Alimentación Ilaló</i>	89

	13
Tabla 23 <i>Servicio Recreación Ilaló</i>	90
Tabla 24 <i>Frecuencia que realiza turismo de montaña Ilaló</i>	91
Tabla 25 <i>Actividad turística que realiza en el área Ilaló</i>	92
Tabla 26 <i>Zona Camping Ilaló</i>	93
Tabla 27 <i>Cafetería Ilaló</i>	94
Tabla 28 <i>Cabalgata Ilaló</i>	95
Tabla 29 <i>Parapente Ilaló</i>	96
Tabla 30 <i>Observación de aves Ilaló</i>	97
Tabla 31 <i>Fotografía Ilaló</i>	98
Tabla 32 <i>Proximidad Ilaló</i>	99
Tabla 33 <i>Servicios que influyen Ilaló</i>	100
Tabla 34 <i>Estado de conservación Ilaló</i>	101
Tabla 35 <i>Accesibilidad Ilaló</i>	102
Tabla 36 <i>Higiene y seguridad turística Ilaló</i>	103
Tabla 37 <i>Influencia atractivos Ilaló</i>	104
Tabla 38 <i>Difusión y medios de promoción Ilaló</i>	105
Tabla 39 <i>Tipo de calzado Ilaló</i>	106
Tabla 40 <i>Sexo Rucu Pichincha</i>	107
Tabla 41 <i>Edad Rucu Pichincha</i>	108
Tabla 42 <i>Procedencia Rucu Pichincha</i>	110
Tabla 43 <i>Ocupación del turista Rucu Pichincha</i>	111
Tabla 44 <i>Estado Civil Rucu Pichincha</i>	112
Tabla 45 <i>Discapacidad Rucu Pichincha</i>	113
Tabla 46 <i>Visita del área Rucu Pichincha por primera vez</i>	114
Tabla 47 <i>Ingreso al área natural Rucu Pichincha</i>	115

Tabla 48 <i>Visita con guía certificado Rucu Pichincha</i>	116
Tabla 49 <i>Acompañante del turista Rucu Pichincha</i>	117
Tabla 50 <i>Duración de la visita Rucu Pichincha</i>	118
Tabla 51 <i>Días que prefiere visitar el área Rucu Pichincha</i>	119
Tabla 52 <i>Horario de preferencia Rucu Pichincha</i>	120
Tabla 53 <i>Motivo de su visita Rucu Pichincha</i>	121
Tabla 54 <i>Alojamiento Rucu Pichincha</i>	122
Tabla 55 <i>Servicio de alimentación Rucu Pichincha</i>	123
Tabla 56 <i>Recreación Rucu Pichincha</i>	124
Tabla 57 <i>Frecuencia que realiza turismo de montaña Rucu Pichincha</i>	125
Tabla 58 <i>Actividad que realiza Rucu Pichincha</i>	126
Tabla 59 <i>Zona de Camping Rucu Pichincha</i>	127
Tabla 60 <i>Cafetería Rucu Pichincha</i>	128
Tabla 61 <i>Cabalgata Rucu Pichincha</i>	129
Tabla 62 <i>Parapente Rucu Pichincha</i>	130
Tabla 63 <i>Observación de aves Rucu Pichincha</i>	131
Tabla 64 <i>Área de Fotografía Rucu Pichincha</i>	132
Tabla 65 <i>Proximidad Rucu Pichincha</i>	133
Tabla 66 <i>Servicios que influyen en la visita Rucu Pichincha</i>	134
Tabla 67 <i>Estado de conservación Rucu Pichincha</i>	135
Tabla 68 <i>Accesibilidad Rucu Pichincha</i>	136
Tabla 69 <i>Higiene y seguridad turística Rucu Pichincha</i>	137
Tabla 70 <i>Actividades que influyen en la visita al área Rucu Pichincha</i>	138
Tabla 71 <i>Influencia de difusión y medios de promoción Rucu Pichincha</i>	139
Tabla 72 <i>Tipo de calzado Rucu Pichincha</i>	140

Tabla 73 Sexo RGP.....	141
Tabla 74 Edad RGP.....	142
Tabla 75 Procedencia RGP.....	143
Tabla 76 Ocupación RGP.....	144
Tabla 77 Estado Civil RGP.....	145
Tabla 78 Discapacidad RGP.....	146
Tabla 79 Visita del área RGP por primera vez.....	147
Tabla 80 Ingreso al área natural RGP.....	148
Tabla 81 Visita con guía certificado RGP.....	149
Tabla 82 Acompañante del turista RGP.....	150
Tabla 83 Duración de la visita RGP.....	151
Tabla 84 Días que prefiere visitar el área RGP.....	152
Tabla 85 Horario de preferencia RGP.....	153
Tabla 86 Motivo de su visita RGP.....	154
Tabla 87 Alojamiento RGP.....	155
Tabla 88 Servicio de alimentación RGP.....	156
Tabla 89 Recreación RGP.....	157
Tabla 90 Frecuencia que realiza turismo de montaña RGP.....	158
Tabla 91 Actividad que realiza RGP.....	159
Tabla 92 Zona de Camping RGP.....	160
Tabla 93 Zona de cafetería RGP.....	161
Tabla 94 Cabalgata RGP.....	162
Tabla 95 Parapente RGP.....	163
Tabla 96 Observación de aves RGP.....	164
Tabla 97 Área de Fotografía RGP.....	165

Tabla 98 <i>Proximidad RGP</i>	166
Tabla 99 <i>Servicios que influyen en la visita RGP</i>	167
Tabla 100 <i>Estado de Conservación RGP</i>	168
Tabla 101 <i>Accesibilidad RGP</i>	169
Tabla 102 <i>Higiene y seguridad turística RGP</i>	170
Tabla 103 <i>Actividades que influyen en la visita al área RGP</i>	171
Tabla 104 <i>Influencia de difusión y medios de promoción RGP</i>	172
Tabla 105 <i>Tipo de calzado RGP</i>	173
Tabla 106 <i>Estadísticos de bondad de ajuste</i>	184
Tabla 107 <i>Estadístico de Bondad de Ajuste Modelos Motivación</i>	189
Tabla 108 <i>Prueba de Hipótesis en la Investigación Ind_Eco_Ilaló</i>	191
Tabla 109 <i>Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Soc_Ilaló</i>	193
Tabla 110 <i>Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Amb_Ilaló</i>	194
Tabla 111 <i>Prueba de Hipótesis en la Investigación Ind_Eco_Rucu</i>	196
Tabla 112 <i>Prueba de Hipótesis en la Investigación Ind_Soc_Rucu</i>	198
Tabla 113 <i>Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Amb_Rucu</i>	200
Tabla 114 <i>Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Eco_RGP</i>	202
Tabla 115 <i>Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Soc_RGP</i>	204
Tabla 116 <i>Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Amb_RGP</i>	206

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Funcionamiento del Sistema Turístico</i>	34
Figura 2 <i>Registros del inicio de ascensiones a la montaña a nivel mundial</i>	35
Figura 3 <i>Clasificación de atractivos naturales</i>	39
Figura 4 <i>Mapa de distribución del Pululahua</i>	43
Figura 5 <i>Tipología de investigación usadas en la investigación</i>	54
Figura 6 <i>Área de estudio</i>	55
Figura 7 <i>Muestreo no probabilístico</i>	61
Figura 8 <i>Índices de sostenibilidad de acuerdo a la percepción del turista</i>	63
Figura 9 <i>Ficha de Observación Ilaló</i>	66
Figura 10 <i>Ficha de Observación Rucu Pichincha</i>	68
Figura 11 <i>Ficha de Observación Reserva Geobotánica Pululahua</i>	70
Figura 12 <i>Sexo Ilaló</i>	74
Figura 13 <i>Edad Ilaló</i>	75
Figura 14 <i>Procedencia Ilaló</i>	76
Figura 15 <i>Ocupación Ilaló</i>	77
Figura 16 <i>Estado Civil Ilaló</i>	79
Figura 17 <i>Discapacidad Ilaló</i>	80
Figura 18 <i>Visita el área por primera vez Ilaló</i>	81
Figura 19 <i>Ingreso al área natural Ilaló</i>	82
Figura 20 <i>Visita con guía certificado Ilaló</i>	83
Figura 21 <i>Acompañante al área Ilaló</i>	84
Figura 22 <i>Duración de visita Ilaló</i>	85

	18
Figura 23 <i>Preferencia a visitar en el área Ilaló</i>	86
Figura 24 <i>Horario de preferencia Ilaló</i>	87
Figura 25 <i>Principal motivo de visita Ilaló</i>	88
Figura 26 <i>Servicio Alojamiento Ilaló</i>	89
Figura 27 <i>Servicio Alimentación Ilaló</i>	90
Figura 28 <i>Servicio Recreación Ilaló</i>	91
Figura 29 <i>Frecuencia que realiza turismo de montaña Ilaló</i>	92
Figura 30 <i>Actividad turística que realiza en el área Ilaló</i>	93
Figura 31 <i>Zona Camping Ilaló</i>	94
Figura 32 <i>Cafetería Ilaló</i>	95
Figura 33 <i>Cabalgata Ilaló</i>	96
Figura 34 <i>Parapente Ilaló</i>	97
Figura 35 <i>Observación de aves Ilaló</i>	98
Figura 36 <i>Fotografía Ilaló</i>	99
Figura 37 <i>Proximidad Ilaló</i>	100
Figura 38 <i>Servicios que influyen Ilaló</i>	101
Figura 39 <i>Estado de conservación Ilaló</i>	102
Figura 40 <i>Accesibilidad Ilaló</i>	103
Figura 41 <i>Higiene y seguridad turística Ilaló</i>	104
Figura 42 <i>Influencia atractivos Ilaló</i>	105
Figura 43 <i>Difusión y medios de promoción Ilaló</i>	106
Figura 44 <i>Tipo de calzado Ilaló</i>	107
Figura 45 <i>Sexo Rucu Pichincha</i>	108
Figura 46 <i>Edad Rucu Pichincha</i>	109
Figura 47 <i>Procedencia Rucu Pichincha</i>	110

	19
Figura 48 <i>Ocupación del turista Rucu Pichincha</i>	111
Figura 49 <i>Estado Civil Rucu Pichincha</i>	112
Figura 50 <i>Discapacidad Rucu Pichincha</i>	113
Figura 51 <i>Visita del área Rucu Pichincha por primera vez</i>	114
Figura 52 <i>Ingreso al área natural Rucu Pichincha</i>	115
Figura 53 <i>Visita con guía certificado Rucu Pichincha</i>	116
Figura 54 <i>Acompañante del turista Rucu Pichincha</i>	117
Figura 55 <i>Duración de la visita Rucu Pichincha</i>	118
Figura 56 <i>Días que prefiere visitar el área Rucu Pichincha</i>	119
Figura 57 <i>Horario de preferencia Rucu Pichincha</i>	120
Figura 58 <i>Motivo de su visita Rucu Pichincha</i>	121
Figura 59 <i>Alojamiento Rucu Pichincha</i>	122
Figura 60 <i>Servicio de alimentación Rucu Pichincha</i>	123
Figura 61 <i>Recreación Rucu Pichincha</i>	124
Figura 62 <i>Frecuencia que realiza turismo de montaña Rucu Pichincha</i>	125
Figura 63 <i>Actividad que realiza Rucu Pichincha</i>	126
Figura 64 <i>Zona de Camping Rucu Pichincha</i>	127
Figura 65 <i>Cafetería Rucu Pichincha</i>	128
Figura 66 <i>Cabalgata Rucu Pichincha</i>	129
Figura 67 <i>Parapente Rucu Pichincha</i>	130
Figura 68 <i>Observación de aves Rucu Pichincha</i>	131
Figura 69 <i>Área de Fotografía Rucu Pichincha</i>	132
Figura 70 <i>Proximidad Rucu Pichincha</i>	133
Figura 71 <i>Servicios que influyen en la visita Rucu Pichincha</i>	134
Figura 72 <i>Estado de conservación Rucu Pichincha</i>	135

Figura 73 Accesibilidad Rucu Pichincha.....	136
Figura 74 Higiene y seguridad turística Rucu Pichincha.....	137
Figura 75 Actividades que influyen en la visita al área Rucu Pichincha.....	138
Figura 76 Influencia de difusión y medios de promoción Rucu Pichincha.....	139
Figura 77 Tipo de calzado Rucu Pichincha	140
Figura 78 Sexo RGP.....	141
Figura 79 Edad RGP.....	142
Figura 80 Procedencia RGP	143
Figura 81 Ocupación RGP	144
Figura 82 Estado Civil RGP	145
Figura 83 Discapacidad RGP.....	146
Figura 84 Visita del área RGP por primera vez	147
Figura 85 Ingreso al área natural RGP.....	148
Figura 86 Visita con guía certificado RGP.....	149
Figura 87 Acompañante del turista RGP.....	150
Figura 88 Duración de la visita RGP	151
Figura 89 Días que prefiere visitar el área RGP	152
Figura 90 Horario de preferencia RGP.....	153
Figura 91 Motivo de su visita RGP.....	155
Figura 92 Alojamiento RGP.....	156
Figura 93 Servicio de alimentación RGP.....	157
Figura 94 Recreación RGP	158
Figura 95 Frecuencia que realiza turismo de montaña RGP	159
Figura 96 Actividad que realiza RGP	160
Figura 97 Zona de Camping RGP.....	161

Figura 98 <i>Zona de cafetería RGP</i>	162
Figura 99 <i>Cabalgata RGP</i>	163
Figura 100 <i>Parapente RGP</i>	164
Figura 101 <i>Observación de aves RGP</i>	165
Figura 102 <i>Área de Fotografía RGP</i>	166
Figura 103 <i>Proximidad RGP</i>	167
Figura 104 <i>Servicios que influyen en la visita RGP</i>	168
Figura 105 <i>Estado de Conservación RGP</i>	169
Figura 106 <i>Accesibilidad RGP</i>	170
Figura 107 <i>Higiene y seguridad turística RGP</i>	171
Figura 108 <i>Actividades que influyen en la visita al área RGP</i>	172
Figura 109 <i>Influencia de difusión y medios de promoción RGP</i>	173
Figura 110 <i>Tipo de calzado RGP</i>	174
Figura 111 <i>Perfil de Turista Ilaló</i>	175
Figura 112 <i>Perfil del Turista Rucu Pichincha</i>	175
Figura 113 <i>Perfil del Turista RGP</i>	176
Figura 114 <i>FODA Comunidad Ilaló</i>	177
Figura 115 <i>FODA Autoridades Ilaló</i>	177
Figura 116 <i>FODA Planta Turística Ilaló</i>	178
Figura 117 <i>FODA Comunidad Rucu Pichincha</i>	178
Figura 118 <i>FODA Autoridad Rucu Pichincha</i>	179
Figura 119 <i>FODA Planta Turística Teleférico Quito Rucu Pichincha</i>	179
Figura 120 <i>FODA Planta Alimentación y Cabalgatas Rucu Pichincha</i>	180
Figura 121 <i>FODA Comunidad RGP</i>	180
Figura 122 <i>FODA Autoridad RGP</i>	182

Figura 123 <i>FODA Planta Turística RGP</i>	182
Figura 124 <i>Influencia Según Motivación Ilaló</i>	187
Figura 125 <i>Influencia Según Motivación Rucu</i>	188
Figura 126 <i>Influencia Según Motivación Pululahua</i>	188
Figura 127 <i>Modelo Índice Económico Ilaló</i>	190
Figura 128 <i>Modelo 2 Eco_Ilaló</i>	190
Figura 129 <i>Modelo Índice Social Ilaló</i>	192
Figura 130 <i>Modelo 2 Soc_Ilaló</i>	192
Figura 131 <i>Modelo Índice Ambiental Ilaló</i>	194
Figura 132 <i>Modelo Índice Económico Rucu Pichincha</i>	195
Figura 133 <i>Modelo 2 Eco_Rucu</i>	196
Figura 134 <i>Modelo Índice Social Rucu Pichincha</i>	197
Figura 135 <i>Modelo 2 Soc_Rucu</i>	198
Figura 136 <i>Modelo Índice Ambiental Rucu Pichincha</i>	199
Figura 137 <i>Modelo 2 Amb_Rucu</i>	200
Figura 138 <i>Modelo Índice Económico RGP</i>	201
Figura 139 <i>Modelo Índice Social RGP</i>	203
Figura 140 <i>Modelo 2 Soc_RGP</i>	203
Figura 141 <i>Modelo Índice Social RGP</i>	205
Figura 142 <i>Modelo 2 Amb_RGP</i>	205

Resumen

El turismo de montaña es una actividad turística que se realiza en un espacio geográfico definido y delimitado con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, biodiversidad, comunidad local, entre otros. En la presente investigación se analizó la influencia de turistas, autoridades y comunidades en tres montañas del Distrito Metropolitano de Quito, las cuales son: el cerro Ilaló, el Rucu Pichincha y la Reserva Geobotánica Pululahua, con el fin de identificar el nivel de sostenibilidad de cada área y a su vez la repercusión administrativa de los entes reguladores sobre cada una. Las teorías utilizadas son la Teoría de Desarrollo Sostenible y la Teoría de Sistemas de Boullón, necesarias para organizar el estudio en tres dimensiones: social, económico y ambiental, y a su vez los principales elementos del sistema turístico para determinar la influencia del turismo de montaña en cada área natural. La metodología es de carácter mixto, en el cual se recolectaron datos cualitativos y cuantitativos por medio de encuestas, entrevistas y fichas de observación. Finalmente, se realizó una discusión entre los actores de cada área seguida de estrategias que impulsen el desarrollo de sostenible, para una conservación a largo plazo de las áreas naturales. Además se observó que según la percepción del turista el turismo tiene una influencia significativa en cada área que varía en las tres dimensiones.

Palabras clave: turismo de montaña, sostenibilidad, sistema turístico, áreas naturales.

Abstract

Mountain tourism is a tourist activity that takes place in a defined and delimited geographic space with characteristics and attributes inherent to a certain landscape, biodiversity, local community, among others. The research analyzed the influence of tourists, authorities and communities in three mountains of the Metropolitan District of Quito, which are: Cerro Ilaló, Rucu Pichincha and the Pululahua Geobotanical Reserve, in order to identify the level of sustainability of each area and in turn the repercussion administration of the regulatory entities on each one. The theories used are the Theory of Sustainable Development and the Theory of Boullón System, necessary to organize the study in three dimensions: social, economic and environmental, and in turn the main elements of the tourism system to determine the influence of mountain tourism. in each natural space. . The methodology is of a mixed nature, in which qualitative and quantitative data were collected through surveys, interviews and observation sheets. Finally, a discussion was held between the actors of each area, elaborating strategies that promote sustainable development for the long-term conservation of natural areas. In addition, it was observed that according to the tourist's perception, tourism has a significant influence on each dimension of sustainable tourism.

Keywords: mountain tourism, sustainability, tourism system, natural areas.

Introducción

El turismo según (Vogeler & Hernández, 2018) “es una ciencia social e interdisciplinar que tiene como objeto de estudio, de forma global y sistemática, la actividad humana del turismo, sus causas y efectos y los agentes que en ella intervienen para ordenarla, fomentarla y explotarla.” (p. 22) Es así que este fenómeno que engloba lo social, lo económico, lo ambiental y lo cultural debe manejarse a través de un enfoque de sostenibilidad.

Los inicios y el recorrido que tienen las distintas montañas en la oferta turística dentro del país dan pie a una serie de resultados positivos y negativos. El turismo de montaña se desarrolla en un área geográfica delimitada, la Organización Mundial del Turismo OMT (s.f.) explica que tiene atributos paisajísticos y geográficos; clima y biodiversidad, una comunidad y agentes externos que estimulan la economía local de forma que existe también un cambio social y ambiental. Por tanto, se pretende analizar la influencia de cada componente en tres áreas naturales del Distrito Metropolitano de Quito para medir su desarrollo sostenible.

El estudio va a dirigido al Rucu Pichincha, Ilaló y Pululahua, áreas naturales en las que se realiza turismo de montaña y actividades al aire libre. Se considera importante analizar el sistema turístico de cada una, después del confinamiento y la necesidad de realizar actividades en áreas con espacios abiertos. Para lo cual se usará una metodología mixta, con análisis de datos cualitativos para conocer tanto oferta-demanda como para medir la influencia sostenible, se observan los resultados a través de un análisis FODA y de un modelo de ecuación estructural.

Planteamiento del problema

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) s.f., como se citó en (Debarbieux, y otros, 2014) señala que el turismo de montaña representa entre el 15% y 20% del turismo mundial. En marzo de 2020 el Presidente de la República del Ecuador anunció medidas para evitar la propagación del COVID-19, una de ellas fue suspender eventos masivos y cuarentena, por lo que el sector turístico se vio obligado a suspender todas sus actividades. Después de diez meses sin las medidas antes mencionadas, el turismo reanudó sus actividades y las personas se inclinaron por visitar áreas naturales aplicando medidas de bioseguridad obligatorias. Rodrigo Salas (2020) menciona que hay un incremento de visitantes por esta modalidad de turismo, puesto que, las montañas son un espacio en el que se evitan las aglomeraciones de personas y se respira aire más puro.

Por otro lado, la actividad turística genera impactos sociales, económicos y ambientales que aumentan por falta de coordinación entre autoridades, el turista y la comunidad, es decir, un desarrollo sostenible limitado. Para identificar dichos impactos se analiza el sistema turístico de tres áreas naturales del DMQ; Cerro Ilaló, Rucu Pichincha y Reserva Geobotánica Pululahua. Cada área cuenta con agentes turísticos distintos, por lo cual, es sustancial un cotejo del rol de los distintos actores en la gestión de estos espacios naturales y así medir su grado de influencia en el desarrollo de la actividad turística.

La intervención e interacción de los actores es importante para la planificación de turismo sostenible, a pesar de ello, la comunidad en estas áreas naturales participa en menor o mayor medida de la que en realidad podría ser parte, limitando el potencial turístico de cada área. Así mismo, tras la crisis sanitaria hubo pérdidas económicas en la comunidad y en muchos casos pérdidas de empleo, según el Ministerio de Turismo (2020) el sector sufrió una

disminución de ventas del 49,5%. Además, el turista también se ve afectado, a pesar de los riesgos naturales de este tipo de turismo, hay accidentes que pueden ser evitados con la adecuada información y restricciones que cada área natural proporciona. En consecuencia, el estudio de carácter exploratorio, busca contribuir a la comunidad, turistas y autoridades competentes respectivamente, con el fin de mejorar la sostenibilidad en la actividad del turismo de montaña.

Formulación del problema

¿En qué medida el turismo de montaña es factor de desarrollo sostenible en atractivos naturales cercanos al Distrito Metropolitano?

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
Actividades realizadas por la demanda en turismo de montaña	x	
Opinión o actitudes de la demanda ante el turismo de montaña sostenible	x	
Sistema turístico	x	

Nota. A través del análisis cualitativo y por modelo de ecuación estructural se pretende medir el grado de influencia entre las mismas.

Objetivos

Objetivo general

- Medir la influencia del turismo de montaña en los atractivos naturales de estudio, cercanos al casco urbano del Distrito Metropolitano de Quito, como factor de desarrollo sostenible.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual del turismo de montaña en las áreas naturales cercanas a la urbe, mediante el análisis del sistema turístico para conocer el manejo de cada una.
- Identificar el perfil del turista, comportamiento y necesidades por medio de herramientas de investigación frente al turismo de montaña de acuerdo a la realidad de cada área natural.
- Evaluar la influencia del turismo de montaña con modelos de ecuación estructural y una matriz FODA para conocer el nivel de sostenibilidad de cada área según la percepción del turista y los actores turísticos.
- Elaborar una discusión de las tres áreas naturales con el fin de establecer estrategias en el manejo del turismo de montaña que permitan un desarrollo turístico sostenible de cada área.

Implicaciones teóricas y prácticas del estudio

Para la fundamentación teórica de la investigación prima el enfoque de la Teoría de Desarrollo Sostenible por los tres ejes que maneja: económico, social y ambiental; para el estudio del turismo de montaña en cada una de las áreas: Ilaló, Rucu Pichincha y Reserva Geobotánica Pululahua, tomando en cuenta la Teoría de Sistemas y los elementos del Sistema Turístico de Boullón.

De esta manera, participan cuatro actores fundamentales: las autoridades encargadas del manejo, organización y promoción de las actividades turísticas que se realizan en las distintas áreas; la comunidad, parte de la oferta turística importante para el desarrollo del turismo y para quienes es esencial esta alternativa como oportunidad de crecimiento económico y social; la planta turística, que corresponde a los atractivos turísticos, equipamiento e instalaciones y la infraestructura con la que cuentan el área para mejorar la experiencia de los visitantes; y los turistas, con preferencia por realizar este tipo de turismo, es preciso conocer sus necesidades y requerimientos para que la actividad se desenvuelva de la mejor manera resguardando su integridad física y la conservación del área.

En la presente investigación se analizará la influencia del turismo de montaña como factor de desarrollo sostenible en las áreas antes mencionadas. Con respecto a la implicación práctica, es esencial este enfoque holístico, ya que permite el diseño de un diagnóstico comparativo que identifique sus debilidades y fortalezas. Esta investigación busca exponer un enfoque de la situación real de cada área, de esta forma los agentes turísticos pueden proceder de mejor manera elaborando estrategias a futuro que permita un manejo sostenible de la actividad.

Capítulo I

Marco teórico

Teoría de Desarrollo Sostenible.

Para la investigación se utilizará la Teoría de Desarrollo Sostenible, la cual considera tres dimensiones: ambiental, social y económica; necesarias para garantizar la preservación de los recursos naturales, la autenticidad cultural y la rentabilidad de la actividad turística en el destino (Moral & Alles, 1996). Las dimensiones comprenden lo se indica en la Tabla 2.

Tabla 2

Dimensiones de la Teoría de Desarrollo Sostenible

DIMENSIÓN	Ambiental	
		Enfocada en el mantenimiento de los recursos naturales y de la actual diversidad biológica de los ecosistemas, permitiendo su conservación para la utilización de las generaciones futuras.
	Social	Se refiere a la eliminación de las desigualdades sociales con el objeto de conseguir el bienestar de todas las personas, así como el logro de niveles aceptables de desarrollo y riqueza compatibles con la cultura, valores e identidad de cada una de las sociedades.
	Económico	Permite garantizar un crecimiento económico sostenido que beneficie a todos los individuos de una región, en este caso las zonas urbanas y sus áreas naturales.

nota: Adaptado de (Moral-Moral & Fernández-Alles, 2019)

Este principio sostenible surge tras la problemática del cambio climático y su incidencia

en la población mundial. La idea es que el turismo se pueda desarrollar de forma sostenible y así la actividad turística tenga un impacto positivo en el entorno que se desarrolla. Es por ello que para hablar de la influencia que genera el turismo de montaña se pretende profundizar en lo que es desarrollo sostenible y desarrollo.

En el informe “Nuestro Futuro Común” de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1984) definen al desarrollo sostenible como: “satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.” (pág. 59), dicho concepto como inicios de la Teoría de Desarrollo Sostenible se acopla en la presente investigación para referenciar la importancia del comportamiento y actividad que el turista o excursionista realiza dentro del área natural durante su visita y en la conservación del mismo.

Dado su influencia sobre las áreas de estudio, es necesario acotar que al hablar de desarrollo, Vargas (2008) afirma que: “es un proceso multidimensional que implica cambios en las conductas y actitudes individuales que impactan las estructuras institucionales de los sistemas económicos, sociales y políticos...” (pág. 111), por tanto, para el presente estudio hay que tomar en cuenta el perfil del turista y la comunidad, pues son quienes se ven afectados por esta actividad turística.

Al mismo tiempo, es importante mencionar la participación de los actores reguladores en las áreas naturales, considerando que dentro del marco del desarrollo sostenible en el Programa 21 (1991), Capítulo 5 de la Sección I se propone: “elaborar estrategias para mitigar tanto las consecuencias negativas de las actividades humanas sobre el medio ambiente como la repercusión adversa del cambio ambiental sobre la población humana.” (pág. 8). Además, reconoce que la gobernanza de cada localidad es responsable de brindar soluciones a los retos de un desarrollo sostenible, con una participación activa de la sociedad civil y agentes económicos.

En este sentido, es fundamental para el desarrollo sostenible de cada área tomar en cuenta las tres dimensiones: económica, medioambiental y social, pues permiten un análisis integral de la situación actual de cada una. Adicionalmente, al hablar del casco urbano y su incidencia en los atractivos naturales de estudio, se toma en cuenta la investigación de “Las teorías del desarrollo. . En el análisis del turismo sustentable.”, donde Orozco & Alvarado (2013) concluyen:

Tanto el crecimiento urbano como el demográfico han ido de la mano del crecimiento del sector turístico, lo que ha dinamizado las actividades económicas, pero también ha provocado serios problemas sociales y ambientales. El alto índice de migración, así como la presencia de una población flotante ha provocado que buena parte de quienes habitan estos territorios no se identifiquen con él, lo cual a su vez conlleva a que no exista una participación ciudadana efectiva y, por ende, los problemas cotidianos de la población local no se resuelvan; de tal suerte que, en muchos destinos turísticos, la problemática social sea una constante. (pág. 165)

La teoría de desarrollo sostenible abarca de forma holística las dimensiones para detectar las posibles problemáticas por solucionar y las repercusiones positivas de una correcta

gestión turística en las áreas naturales de estudio, es así que la actividad turística pueda ser una influencia que permita un desarrollo íntegro de la conservación ambiental y la participación activa de determinada población.

Teoría General de Sistemas.

Según Arnold y Osorio (1998), la Teoría General de Sistemas (TGS) es la representación sistemática de la realidad, y a su vez la práctica de un trabajo interdisciplinario caracterizado por una perspectiva holística que da prioridad a los conjuntos y sus relaciones. Es así que esta teoría “ofrece un ambiente adecuado para la interrelación y comunicación fecunda entre especialistas y especialidades” (p. 2). En este sentido, en la actual investigación se tomarán en cuenta los elementos de un sistema turístico y su relación con el entorno.

Los autores Arnold y Osorio, clasifican a los sistemas en reales, ideales y modelos, siendo este último el que se desarrollará, al combinar lo conceptual con las características de los objetos, en este caso los atractivos naturales con su micro y macro entorno. Los elementos que sirven para analizar las áreas naturales serán seleccionados del sistema de Boullón (2006), definido como: “Conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico) interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre”. Cada elemento interviene como factor determinante en el análisis de la presente investigación, se busca identificar la influencia en la interacción entre elementos de cada área natural.

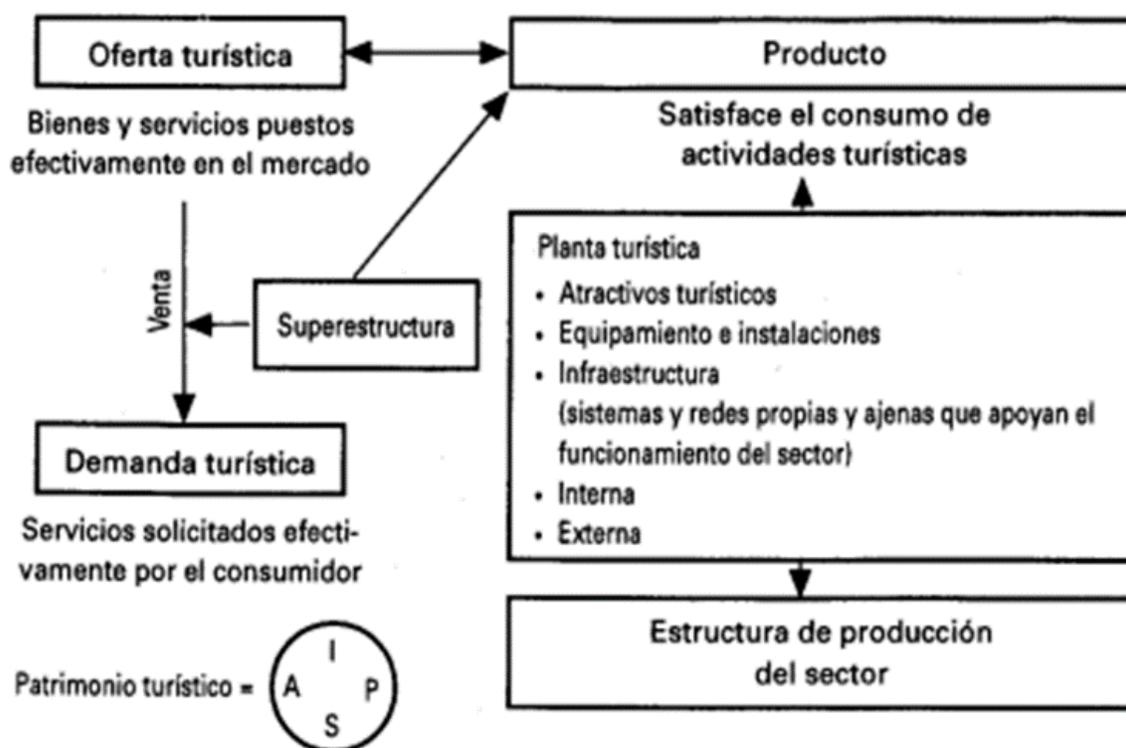
Sistema Turístico de Boullón. El producto turístico, de aventura en este caso, requiere de un análisis holístico de su macro y microambiente, para conocer la influencia del mismo en los atractivos naturales que se pretenden estudiar, dicho esto, se optó por desarrollar la investigación bajo el Sistema de Boullón (2006) el cual expresa que “el turismo es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre...”

(pág. 31), es así que este turismo alternativo aprovecha dicho tiempo en actividades varias dentro de un área natural.

El sistema turístico mencionado anteriormente se maneja en un concepto de la oferta y demanda, como lo observamos en la Figura 1, el funcionamiento del sistema parte de la venta del producto turístico y crea esta relación oferta- demanda, que sumado a la infraestructura y superestructura permiten una interacción de funcionamiento coherente de las partes.

Figura 1

Funcionamiento del Sistema Turístico



Nota: (Boullón, 2006)

Turismo de Montaña a Nivel Mundial

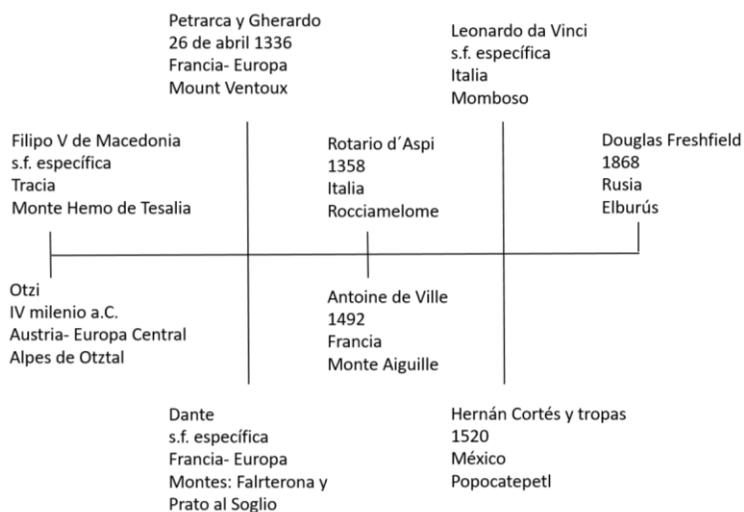
El ser humano en su necesidad de movilización en la prehistoria también estaba

presente en las montañas, en el año de 1991 una momia que data del IV milenio a.C., fue encontrada en los 3200 m.s.n.m. por dos alpinistas alemanes en los Alpes de Otztal. A pesar de no haber un registro de más visitas en ese tiempo, la historia cuenta que las razones de visitar una montaña se podían asociar con el estilo de vida que llevaban las comunidades en aquel tiempo (Landsburg, 1997, como se citó en Mayans, 2018). Ya para el siglo XIX, como lo dice Seifert, Wolf, & Schweizer (2016), antes de la formalización de este deporte, existen algunos documentos de ascensiones a las montañas aunque no se conoce bien de su veracidad.

En la Figura 2 se detallan algunas expediciones realizadas en la antigüedad: quién la realizó, el año de ascenso, continente y la montaña como tal. Hay que tomar en cuenta que en esas épocas, la motivación era de carácter político, económico o religioso. Lo que ahora conocemos como deporte o un estilo de vida, en antaño era una necesidad para expandir el dominio de tierras y su mapeo, la curiosidad por conocer qué hay más allá.

Figura 2

Registros del inicio de ascensiones a la montaña a nivel mundial



Nota: Tracia: es una región histórica, lo que ahora es el nordeste de Grecia, el sur de Bulgaria, y la zona europea de Turquía.

En el siglo XVII, se reactiva de nuevo la actividad de alta montaña por expediciones científicas y preparación de la milicia, en los Alpes. Entre los siglos XVIII- XIX, varios aristócratas deciden adentrarse en la zona alpina y logran explicar fenómenos geológicos y meteorológicos. Con el pasar del tiempo, el sentido deportista y de exploración desplaza a lo científico, dando lugar al uso de nuevos instrumentos de ascensión para poder alcanzar cada vez mayor altura. (Engel, 2008)

A lo largo de este siglo, seguían conquistando los picos alpinos como deporte y en ocasiones con el deseo de investigación. En 1854 al ascender el Wetterhorn e inaugurar el alpinismo en Reino Unido, esta actividad se vuelve popular, es así que se da la Edad de Oro del alpinismo, y en 1857 se funda el primer club montañero. Y para el siglo XX, se expande el montañismo hace otros continentes. (Modica, 2016)

En 1879- 1880, el montañero Edward Whymper sube el Chimborazo y empieza con la exploración de las montañas ecuatorianas. Debido a este acontecimiento, la formación rocosa del flanco suroeste de la cumbre Veintimilla, es nombrada en su honor como las agujas de Whymper. Esta hazaña y la visita de La Condamine, destaca dentro del montañismo ecuatoriano, sin embargo, no se puede ignorar que cada pueblo ubicado a las faldas de las montañas ecuatorianas realizaba sus propias expediciones. (Hansen, 2013)

Montañismo en Ecuador

La primera historia del montañismo ecuatoriano está señalada por los afanes de la superación científica, al llegar la Misión Geodésica Francesa para medir la línea ecuatorial, entre 1736 y 1744, con el francés La Condamine como líder de la expedición (Biblioteca Nacional de Chile, s.f.). Ascienden a las montañas más altas del Ecuador para mirar la forma del mundo, durante las investigaciones los exploradores determinan las alturas de algunas de ellas como la del Pichincha, Cotopaxi y El Corazón, y concluyen que la más alta es la del Chimborazo con 6310 m.s.n.m. catalogada como la montaña más alta del mundo. (Eichler, 1982)

Las alturas de las montañas en el Ecuador llamaron la atención de todo el mundo, visitas de investigadores como el alemán Alexander von Humboldt, sinnúmeros de intentos por ascender a la cima de la montaña más alta del mundo, y artistas plasmaban sus bellezas como el pintor estadounidense Frederic Edwin Church que realizo tres expediciones dejo un registro pictórico del Ecuador en los museos de Norteamérica. Todo esto fue generando valor a la naturaleza, y el interés fue vital en el desarrollo del montañismo que hasta el presidente Gabriel García Moreno aprobó varias leyes para la conservación de la naturaleza. (Alemán, Paz y Miño, Bermeo, & Paz, 2011)

En las mismas Memorias del Deporte (2013) se relata el desarrollo del montañismo ecuatoriano, con la visita de extranjeros y los logros nacionales, con el pasar del tiempo nacen otras etapas para el montañismo donde se percibe como hazaña y un medio para expresar la vitalidad. En la década de los cuarenta aparecen algunos clubes de andinismo, dando lugar a una visión educativa para la formación del ser humano en lo espiritual.

De ahí en adelante varios montañistas se dan a conocer por sus logros, entre ellos; César Gálvez, con una gran trayectoria y forma parte del Club Nuevos Horizontes, Iván Vallejo, conocido mundialmente por sus cumbres bajo distintas condiciones, Santiago Quintero, galardonado por algunas agrupaciones deportivas del país, Fabián Zurita, un hito que sigue recorriendo las montañas del Ecuador. Cada quien con su espíritu montañero intacto, con un lema por delante y un aprecio indescriptible por la naturaleza ecuatoriana y del mundo.

Turismo de Montaña

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) (s.f.) se define al Turismo de Montaña como:

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.

Dentro del Reglamento de Operación de Turismo de Aventura (ROTA) (2014), existe una clasificación por las modalidades turísticas de aventura de acuerdo al elemento donde se desarrollan, es decir, tierra, agua o aire. En este caso aquellas modalidades que implican un turismo de montaña están dentro de la clasificación de tierra, siendo estas la cabalgata, canyoning, cicloturismo, escalada, exploración de cuevas, montañismo y senderismo.

Montañismo es:

Acuerdo Ministerial 1 de 2014 [Ministerio de Turismo]. Por el cual se define en el Art. 37 como una modalidad turística de aventura cuyo fin es la ascensión y descenso de montañas. En relación a la norma de montañismo se considera únicamente la modalidad de alcanzar cumbres y que no corresponda a las modalidades de senderismo y escalada.

Además se considera media montaña a la ascensión y descenso de montañas que no tienen glaciar, no requieren de cordada. 11 de febrero de 2014

Adicional, una peculiaridad dentro de este tipo de turismo es la distinción entre baja, media y alta montaña, como lo indica el Manual De Atractivos Turísticos (2018) en la Figura 3:

Figura 3

Clasificación de atractivos naturales

CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS				
CATEGORÍA: ATRACTIVOS NATURALES				COD:AN
COD	TIPO	COD	SUBTIPO	DESCRIPCIÓN
1	MONTAÑAS	1	Alta montaña	Son todas las elevaciones con alturas superiores a 4.800 m.s.n.m. Ejemplo: Volcán Chimborazo 6.268 m.
		2	Media montaña	Son todas las elevaciones con alturas superiores a 4.000 m.s.n.m., y menores a 4.800 m.s.n.m. Ejemplo: Volcán Rumiñahui 4.721 m.
		3	Baja montaña	Son pequeñas y suaves elevaciones con una altura inferior a 4.000 m.s.n.m., que pueden presentarse aisladas o agrupadas. Ejemplo: Cero Ilaló 3.188 m.

Nota. Tomado del Manual De Atractivos Turísticos (2018)

Senderismo, se define como: “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.” (Art. 41)

En la definición de escalada, se encuentra: “Modalidad turística de aventura que consiste en realizar ascensos sobre paredes naturales o artificiales valiéndose de diferentes elementos para la progresión.” (Art. 29)

ESCALADA Art. 29.- Definición.- Modalidad turística de aventura que consiste en realizar ascensos sobre paredes naturales o artificiales valiéndose de diferentes elementos para la progresión.

El turismo de montaña tiene varias actividades de acuerdo a las cualidades de cada región montañosa por lo tanto es fundamental conocer las características como lo menciona la OMT en su definición. A continuación, se presentan las montañas que son objeto de estudio de la presente investigación:

1. Cerro Ilaló; 3188 m.s.n.m. baja montaña.
2. Reserva Geobotánica Pululahua; 3356 m.s.n.m. baja montaña.
3. Rucu Pichincha; 4696 m.s.n.m. media montaña.

Ilaló

El Ilaló es un volcán inactivo, ubicado en la parroquia La Merced, sus habitantes lo llaman “cerro”, término que en América se aplica a cualquier elevación, independientemente de su altitud. Desde la época pre inca e inca lo consideraron un Dios por la fertilidad y productividad de su tierra. (Parroquia La Merced, 2018)

Este cerro tiene una altitud de 3188 m.s.n.m. con un diámetro de 8 km aproximadamente y está ubicado dentro de la Hoya de Guayllabamba en la provincia de Pichincha, la misma que comprende un territorio aproximado de 6 270 km², y la componen un total de nueve volcanes (Pululahua, Cotopaxi, Pichincha, Corazón, Ilinizas, Atacazo, Cayambe, Puntas, Sincholagua, Pasochoa y el Ilaló) (Marín de Terán & Martínez, 2005)

Ilaló en lengua materna de los kitus quiere decir “montaña luminosa” o “montaña de fuego”. Tiene una forma de un cono truncado, y forma una especie de herradura abierta hacia el noroccidente, lo cual es una característica de varios volcanes antiguos del Ecuador. Se conoce muy poco de la historia volcánica del Ilaló, sin embargo, por lo que se encuentra cubierto de cangahua permite asignarle una edad mínima de 100 mil años. El Ilaló es el principal atractivo natural de la parroquia, en la cual cientos de turistas ascienden hasta el hito del cerro disfrutando de su flora, como los pumamaquis, chinchín puyán, wakrakallo, moras, shanshi, santamaría (en esta hoja se hacía el pan de leche), guabas, nogales, capulíes, chawarkero, el suro. (Parroquia La Merced, 2018)

Hay once comunas reconocidas por la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) que viven en los alrededores entre ellas el Tingo, Angamarca, San

Francisco de Baños y Alangasí, cada una de ellas comparten la idea de preservar la biodiversidad del Ilaló y así recuperar su flora endémica, ya que por especies de flora introducidas como el eucalipto ha provocado erosión y sequía de vertientes. (El Comercio, 2022)

Para la investigación se estudiará la comuna San Francisco de Baños, es una comuna rural de la parroquia que cuenta con escrituras territoriales propias en el Ilaló con aproximadamente 220 comuneros, por lo que conforman su propia dirigencia para administrar su zona. El Gobierno parroquial de La Merced tiene injerencia en la parte territorial y su objetivo es apoyar a las comunas en su desarrollo turístico (Parroquia La Merced, 2018).

Rucu Pichincha

El Rucu Pichincha, ubicado en la provincia de Pichincha forma parte de la cordillera occidental a 12.5 km de la urbe quiteña. Es la montaña más antigua del macizo de los Pichinchas con una altitud de 4.696 msnm, su nombre viene del quichua que significa “viejo”. El acceso a este volcán es posible desde varios lados, los más conocidos son: Lloa, San Carlos o el Teleférico de Quito, siendo este último el más visitado en los últimos años. (Ministerio de Turismo, 2019)

Para el presente trabajo, se toma a consideración la entrada más concurrida por el Teleférico desde la boletería a 2,950 msnm hasta Cruz Loma a 3.947 msnm. El turismo que se realiza en este lugar puede ser considerado como turismo de aventura, en modalidad de montaña, donde se puede realizar montañismo, escalada, ciclismo, senderismo, observación de flora y fauna. (TelefériQo, 2022)

A las faldas del Rucu Pichincha, se encuentra la Comunidad San Francisco de Cruz Loma, a simple vista se puede observar en las faldas del volcán la prestación de servicios como cabalgata y alimentación. Dentro de la infraestructura y atractivos, se encuentran algunos miradores adecuados para el visitante, un espacio amigable con los perros, el columpio denominado “Columpio de las Nubes”, baños ecológicos y una iglesia.

Este volcán extinto cuenta con un hito en su cumbre, desde los 4100 m. de altitud donde culmina el trabajo del teleférico, inicia la ascensión por todo el macizo hasta una parte rocosa, se sigue una travesía por los arenales que conectan con una arista rocosa para llegar a la cima. Existe otra ruta de ascensión, donde se puede optar por el “paso de la muerte” en lugar de la parte del arenal, aunque no tiene complejidad mayor es necesario ser precavidos con equipos necesarios. (Sacramento, s.f.)

Durante la ruta y los senderos, se observa una riqueza en flora y fauna, lo que más se puede apreciar en cuanto a flora es la chuquiragua, valeriana microphylla, xenophyllum humile (Apatita & Patterns, 2014), y en la fauna se distinguen con mayor facilidad famosos curianguines, algunos ya acostumbrados a recibir comida en la cima de la montaña, conejos, colibríes y si se tiene suerte un cóndor sobrevolando el macizo.

Pululahua

La Reserva Geobotánica Pululahua fue la primer área protegida del Ecuador Continental, en el año 1966 declarada como Parque Nacional y en 1978 se la considera como Reserva Geobotánica, pues su gran caldera es resultado del derrumbe de rocas y tierra acumuladas por las sucesivas erupciones del volcán. La Reserva forma parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), por tal motivo el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) es el órgano regulador y de su cuidado. (Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador- Ministerio del Ambiente, 2015)

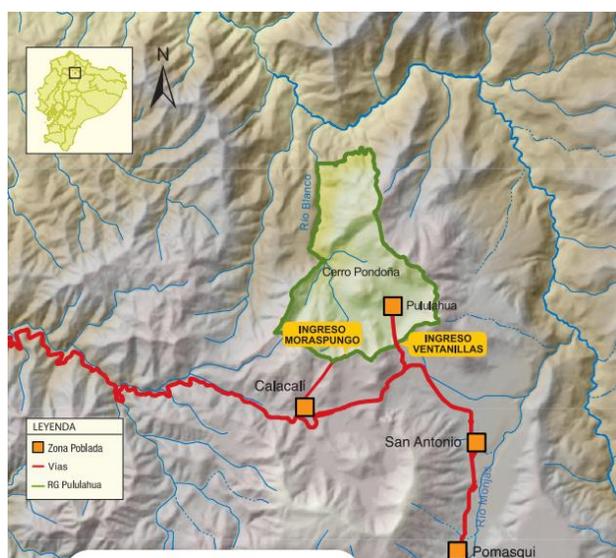
Pululahua en kichwa quiere decir “Nube de Agua”, pues con un rango altitudinal de los 1.800 a los 3.356 metros la mayor parte del tiempo pasa nublado. Es así que los antiguos pobladores llegaron gracias a sus suelos fértiles y la abundante humedad. Además es uno de los pocos cráteres habitados en el planeta, siendo también su principal atractivo con 4 km de diámetro en la parte alta y 3 km en su base, lleno de diversidad ecológica.

Cuenta con dos entradas desde Quito, por el Sector de Ventanillas y por Moraspungo, como se observa en la Figura 4, con un aproximado de ocho kilómetros desde la Mitad del Mundo. Al estar dentro del DMQ, es un atractivo turístico bastante visitado los fines de semana, aunque su turismo es alto en el sector Ventanillas, pocos son los visitantes en la base del volcán. En la actualidad las familias que habitan ahí, viven de la ganadería, agricultura y estos últimos años a causa de la pandemia por Covid-19, se han generado emprendimientos en turismo, con servicios de alojamiento, alimentación y recreación. (Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador- Ministerio del Ambiente, 2015)

Los principales atractivos que se encuentran son: el cráter y caldera del Pululahua, el sendero y área de recreación Moraspungo, el Mirador Ventanillas, los Hornos de cal. Cuenta con los siguientes senderos: sendero Sal si Puedes, sendero El viento y senderos naturales a los cerros Pondoña y El Chivo. Además, en el ingreso por Ventanillas se encuentran las oficinas de la administración, el mirador, venta de artesanías, y baterías sanitarias.

Figura 4

Mapa de distribución del Pululahua



Nota. Tomada del MAAT

Adentro, se encuentran los cerros Pondoña, El Chivo y Pan de Azúcar, siendo estos atractivos turísticos que cuentan con sus senderos respectivamente. A diferencia del Ilaló y del Rucu Pichincha, este cráter no cuenta con una cumbre como tal por su estructura geológica, sin embargo se puede realizar turismo de montaña dentro del mismo. Además de las cabalgatas que se ofrecen por la comunidad, se puede realizar ciclismo, montañismo en cada cerro respectivamente, senderismo, trail running.

Marco Referencial

Para la presente investigación se toman en cuenta estudios que abordan las distintas temáticas propuestas, a continuación, se detallan dos investigaciones puntuales que permiten mejorar el enfoque del estudio en cuestión.

El turismo de montaña debe considerar varios aspectos que beneficien al entorno en su desarrollo; como la investigación elaborada por Ortín M. en el (2019): “Turismo de montaña como alternativa de desarrollo local: estudio de caso parroquia La Candelaria, provincia de Chimborazo”. La cuál menciona que se debe utilizar los recursos naturales de manera sostenible ya que según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2014), la mayoría de las comunidades de montaña son rurales y viven en la pobreza.

En la investigación mencionada, se analizó los recursos naturales de la parroquia a través de una metodología mixta con el fin de levantar datos cualitativos y cuantitativos de cada atractivo. Además, se dividió en tres etapas; I etapa: la obtención de información base sobre atractivos turísticos, II etapa: estudiar los atractivos o recursos turísticos de montaña que podrían ser aprovechados, III etapa: jerarquizar cada atractivo bajo los criterios del Ministerio de Turismo.

Al realizar una comparación entre los resultados de cada etapa, concluye que existe potencial para el desarrollo sostenible de esta actividad turística; no obstante, considera que no se destinan recursos públicos mucho menos existen recursos privados conforme a las

necesidades de la parroquia. Por lo tanto, de esta investigación se toma su metodología mixta para desarrollar el primer objetivo, de modo que para conocer la situación de cada área se usa el método de observación en complemento de las entrevistas estructuradas y de revisión de literatura sostenida de la ficha bibliográfica.

El estudio elaborado por Vallejo E. en el (2018) sobre “Análisis de la operatividad de los refugios de alta montaña de los Parques Nacionales del Ecuador”; tuvo un periodo de diez años en la cual los refugios de las montañas del Parque Nacional Cotopaxi y del Parque Nacional Cayambe Coca estuvieron sujetos a cambios de administración de privada a pública. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es conocer el nivel de eficiencia y operatividad que tiene cada uno de ellos.

En este proyecto se utiliza un método de investigación cualitativa a través de instrumentos como: entrevistas, observaciones, historias, rutinas y problemáticas; con el fin de determinar las diferencias entre la administración pública y privada. Además, a través de visitas y mediante entrevistas a los administradores de cada uno, directivos del MAE (Ministerio del Ambiente del Ecuador en ese entonces), guías naturalistas, personal y turistas residentes y no residentes se recopiló la información básica para la elaboración de un diagnóstico comparativo entre la administración pública y privada.

Como conclusiones se determina que hay un cambio positivo en la transición de administradores, incrementando la demanda y la calidad de los servicios turísticos en las montañas, el cuidado y la preservación de la flora y fauna; sin embargo, faltan capacitaciones al personal en temas prioritarios; conservación de recursos como los refugios, entre otros aspectos. Una buena administración permite el desarrollo turístico del sector, mejorando la accesibilidad y los recursos para la realización del turismo de montaña y como consecuencia incrementa la calidad de vida de residentes.

Por otro lado, el estudio realizado por Moral- Moral M. y Fernández- Alles M. en el (2019) "Percepciones del residente local sobre el turismo industrial como una modalidad de desarrollo sostenible". El área de estudio se da en la zona turística- industrial de la provincia de Cádiz en España. En este trabajo, se aplican ecuaciones matemáticas para evaluar la utilidad de las tres dimensiones que se definen en la Teoría del Desarrollo Sostenible (económica, social y medioambiental) como ejes que prescriban si el turismo industrial es sostenible o no para el residente local. Sus resultados determinan la sostenibilidad del turismo al corroborar las hipótesis formuladas, se observa la variabilidad en la opinión o percepción del residente local respecto al turismo industrial, el grado de interés por conocer y realizar actividades afines de este tipo de turismo, el grado de satisfacción de los individuos que han realizado esta actividad.

Como se menciona, sobre la experiencia anterior en cuanto a la Teoría de Desarrollo Sostenible (TDS) y la estructura de los instrumentos de investigación que tienen una división de las tres dimensiones: medioambiental, social y económica, la investigación permitirá un análisis de la influencia del turismo de montaña según la percepción de los turistas. De esta manera, al ser una modalidad turística con potencial crecimiento y desarrollo, se puede trabajar en la implementación de una gestión de programas y planes sostenibles que permitan generar una contribución socioeconómica y la conservación ambiental.

Marco Legal

Para el desarrollo de la investigación se ha tomado en cuenta con respecto a la base legal, artículos en relación al desarrollo y patrimonio cultural. Se analizan los siguientes documentos legales:

La Constitución del Ecuador

Al realizar esta investigación con personas nacionales, extranjeras, instituciones y comunidades dentro del territorio ecuatoriano, se debe seguir la norma jurídica suprema

vigente de La Constitución de la República del Ecuador con el fin de conocer los derechos y obligaciones que tienen cada una, y así cumplir los objetivos garantizando la soberanía nacional, promoviendo el ambiente sano como lo establece el Art. 14.- el cual 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*. Esta normativa permite que la investigación tenga bases legales y se pueda utilizar dentro del Estado Ecuatoriano.

Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

Para la presente investigación se tomó en cuenta el Plan Nacional de Desarrollo, puesto que toma en cuenta tres ejes principales desde la política pública nacional, derechos para todos, economía al servicio de la sociedad y la sociedad como tal. Las dimensiones pretenden desarrollar equitativamente el territorio y la sustentabilidad del medio ambiente. (Plan Nacional de Desarrollo, 2017- 2021)

Ley de Turismo

Dentro de la Ley de Turismo (2014) que determina el marco legal para el desarrollo y regulación del sector turístico, toma en cuenta las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios, en margen de lo establecido en la Ley de Turismo, los actores participantes del Sistema Turístico tienen que registrarse a este en conocimiento de las actividades enmarcadas en turismo y sus gestores; además a la normativa para la promoción, desarrollo y regulación del sector.

Reglamento especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas

El documento ayuda al desarrollo de la investigación puesto que uno de los objetos de estudio es la Reserva Geobotánica Pululahua misma que se encuentra dentro del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE). En el Reglamento se encuentra el régimen jurídico para el ejercicio de las actividades turísticas dentro del PANE. Siendo así las normas constitucionales que permitan la regulación para conservar ecosistemas y las áreas naturales protegidas.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Los PDOT (en adelante) son “instrumentos de planificación que contienen las directrices principales de los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) respecto de las decisiones estratégicas de desarrollo y que permiten la gestión concertada y articulada del territorio (Asamblea Nacional, 2012) (art. 41). Estos documentos reflejan las estrategias que permiten actividades económico- productivas y según las cualidades del territorio el manejo de sus recursos.

En el documento “Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial” del GAD Parroquial de La Merced, hay información referente al volcán inactivo Ilaló. Así también su historia, censos de la población, las microempresas, servicios turísticos, accesibilidad. Por ello puede ser de provecho la forma en que manejan su economía con el turismo reflejada en el PDOT.

Marco Conceptual

Turismo de montaña

El 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, s.f.)

Demanda Turística

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones y el lugar que planean visitar. La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. (Socatelli, 2013)

Oferta Turística

Es el conjunto de productos turísticos y de servicios puesto a disposición del usuario turístico por una destinación. Es el elemento que dinamiza una destinación por medio del intermediario de la organización que la administra debe poner al turista en el centro de sus decisiones (Duncan, 2002)

Producto turístico

Está conformado por el conjunto de elementos tangibles e intangibles que permiten el

desarrollo de actividades específicas en determinados servicios. Además, se componen de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para la satisfacción material o espiritual en forma individual o en una gama amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

(Cárdenas Tabares, 1986)

Infraestructura

Es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas que condicionan el desarrollo turístico de un destino.

Los servicios y elementos que forman parte son los siguientes: servicios básicos, transporte, caminos, servicios generales. (Blanco, 2008; p.18)

Superestructura

Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como la actividad privada, encargados de optimizar y cambiar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los diferentes servicios que componen la oferta turística. (Boullón, 1985)

Capítulo II

Marco Metodológico

En la presente investigación se medirán datos cuantitativos y cualitativos, por lo tanto, es importante seleccionar instrumentos seguros de medición con el propósito de cuantificar los comportamientos y atributos que habrán de estudiarse. Algunas interrogantes requieren la selección de instrumentos confiables que midan cualidades abstractas y complicadas (Mejía Mejía, 2005). Los instrumentos que permiten registrar y medir los datos cuantitativos y cualitativos en las distintas áreas son: ficha bibliográfica, entrevista, encuesta, ficha de observación.

Enfoque de Investigación

Enfoque Sistémico. Para Varisco (2018): “El enfoque sistémico ha sido utilizado de manera recurrente para describir la actividad turística porque permite analizar su complejidad y superar las visiones reduccionistas que definen el turismo desde una perspectiva única, ya sea económica o social.” (p. 64) Como bien lo menciona, el turismo requiere de un conocimiento multidisciplinario, este enfoque holístico permite tener una perspectiva interdisciplinaria y transdisciplinaria. Porque permite el análisis de cada uno de los elementos que intervienen y su relación.

El enfoque sistémico es útil para la descripción de la estructura del turismo de montaña pues se desarrolla en un determinado espacio geográfico, al tener un enfoque en las relaciones de los subsistemas, se determinan las dimensiones dentro de la sostenibilidad: económica, social y ambiental. En la dimensión económica se analiza la interacción de los elementos del sistema con su contexto económico, es decir, políticas públicas y privadas, en lo social el análisis de la relación entre los agentes del turismo de montaña: turistas, comunidad, autoridades, prestadores de servicios, y en la dimensión ambiental identificar los impactos para

que a través de mantenimiento y aplicación de políticas ambientales exista conservación de cada área.

Tipología de Investigación

Tipo de Investigación. El enfoque es mixto, dado que es un estudio complementario entre lo cuantitativo; pues pretende medir la realidad del turismo sostenible en estas áreas, y cualitativo: busca comprender la situación actual en la que se desarrolla la actividad turística. Malotra (2008) define la investigación cualitativa como “Metodología de investigación exploratoria sin estructura, basada en muestras pequeñas, que proporciona conocimientos y comprensión del entorno del problema.” Y a la cuantitativa como “Metodología de investigación que busca cuantificar los datos y que, por lo general, aplica algún tipo de análisis estadístico.”

En la parte cuantitativa, que permite diagnosticar la situación actual y a través de estadísticas realizar un análisis en el contexto de la realidad. Por tanto, las herramientas que permitirán recolectar información son encuestas estructuradas para turistas y planta turística, la ficha de observación para analizar la infraestructura del área natural. Por otro lado, una investigación cualitativa, para la exploración más a profundidad del campo en cuestión. Se realizarán entrevistas a las autoridades pertinentes y también a parte de la planta turística según las características del área. Finalmente, la recolección de datos mixtos con la ficha bibliográfica con la ayuda de estudios existentes.

Por su Finalidad: Aplicada.

Según Escudero C. & Cortez L. (2017) la investigación aplicada es:

También se la conoce como investigación práctica o empírica. Este tipo de investigación se caracteriza porque toma en cuenta los fines prácticos del conocimiento. El propósito de este tipo de investigación es el desarrollo de un conocimiento técnico que tenga una aplicación inmediata para solucionar una situación determinada.

Para la presente investigación de acuerdo a los resultados teóricos es posible aplicar distintas estrategias de acuerdo al análisis comparativo. Y para obtener los resultados teóricos es necesario realizar investigación en el campo.

Por las Fuentes de Información. Para Rivera M. (2015) “una fuente de información es todo aquello que proporciona datos para reconstruir hechos y las bases del conocimiento. Son un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de a la información.” Ahora bien, dentro de la investigación existen fuentes primarias y secundarias, la primera también conocida como documental es aquella que tiene un apoyo en investigaciones previas, en libros, artículos, revistas, archivos, entre otros. Y secundaria, también conocida como investigación de campo, aquella que proviene de entrevistas, encuestas y observaciones.

Por el Control de Variables: No Experimental Transversal. Según Sampieri el diseño de la investigación puede ser no experimental de acuerdo a la dimensión temporal que conlleva la recolección de datos, y dentro de esta también es de tipo transversal ya que “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.” (Sampieri, p. 154) En la presente tesis, se desarrolla la medida de influencia de este tipo de turismo en un

periodo determinado de las tres áreas en cuestión.

Por su Alcance: Descriptivo.

Según Sampieri (2014):

Los diseños transaccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. (p. 155)

La investigación es descriptiva puesto que se analizan dentro del turismo de montaña todos los elementos del sistema turístico: oferta, demanda, producto, planta turística, superestructura, y la relación de cada uno entre sí en el medio en que se desarrollan.

Figura 5

Tipología de investigación usadas en la investigación



Área de Estudio

La investigación tiene lugar en tres áreas naturales de la República del Ecuador, región Sierra, en la ciudad de Quito, dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 6

Área de estudio



Delimitación espacial y temporal

Dentro de la Provincia de Pichincha, en el distrito metropolitano de Quito o cantón Quito, se ubican las tres áreas de estudio, el Ilaló cuyas coordenadas son $0^{\circ}16'00''\text{S } 78^{\circ}24'00''\text{O}$, el Pululahua ubicado en $0,044^{\circ}\text{ N}; 78,48^{\circ}\text{ O}$ y el Rucu Pichincha a $0,171^{\circ}\text{ S}, 78, 609^{\circ}\text{ W}$. La duración de esta investigación se llevó a cabo en un periodo de 5 meses.

Población y Muestra de Estudio

Para Bravo (1995), la población está conformada por toda la población o conjunto de unidades que se quiere estudiar y que podrían ser observadas individualmente en el estudio (Bravo, 1995, se citó en (Tesis de investigación, 2014). Por otro lado, la muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación (Espinoza Salvadó, 2016).

En la presente investigación la toma de población será a través de un muestreo probabilístico para los turistas pues tienen la misma oportunidad de ser seleccionados y con un muestreo estratificado, puesto que el objetivo de la población está separado por segmentos refiriéndonos a cada área natural, es decir, tres segmentos. Además será por asignación igual, donde se selecciona un número de unidades determinado para cada estrato muestral. Y no probabilístico con los prestadores de servicio, comunidad, autoridades, el cual no da a todos los individuos las mismas oportunidades de ser seleccionados, con un muestreo por conveniencia debido a la cantidad de actores que pueden participar de forma intencional en el estudio.

Para el desarrollo del objetivo dos, la población de los turistas se requiere de una muestra de asignación igual, se consideran los mismos tamaños muestrales de cada estrato $n_1 = n_2 = n_3 = \dots = n_i$, siendo n es el tamaño de la muestra. Y se requiere de la fórmula $n_i = \frac{n}{L}$, donde:

N = población

n = tamaño de la muestra

N_i = número de unidades muestrales en el estrato "i"

L = número de estratos

A continuación en la Tabla 3, se encuentra la población de turistas de cada área, la población de cada uno fue promediada para la cantidad de visitantes mensuales de acuerdo a la información recibida. De la Reserva Geobotánica Pululahua se obtuvo la información a través

de la base de datos del MAATE durante el año 2021, del Rucu Pichincha al estar dirigido el estudio por la entrada del Teleférico Quito la empresa nos proporcionó un estimado, finalmente del Ilaló fue determinado por la visita de dos fines de semana y la observación de los pobladores que suelen estar en el hito del mismo.

Tabla 3

Datos de la población de Turistas por área

Objeto de estudio L= estrato	Ni= Población
1. Pululahua	7.951
2. Rucu Pichincha	30.000
3. Ilaló	1.600
Total	39.551

Entonces, se aplica la fórmula presentada para conocer el número de muestra de los turistas, son 127 encuestas que se deben realizar en cada área.

$$n_1 = \frac{39.551}{3} = 127$$

$$n_1 = n_2 = n_3 = n_i$$

Dentro del objetivo uno: se requiere el diagnóstico de las tres áreas, a través de fuentes primarias y secundarias, siendo esta segunda la ficha de observación. Identificar la oferta e infraestructura que cada una posee y el estado en que se encuentra.

En el objetivo dos: en el estudio de la demanda y oferta; se tomará en cuenta a los turistas, residentes, trabajadores en turismo y entidades privadas de cada área en cuestión. Se observa en la Figura 7 el muestreo no probabilístico según la herramienta a aplicar.

Tabla 4*Designación de muestra para aplicación de herramientas*

Área	Turistas	Planta turística	Autoridades	Comunidad
Reserva Geobotánica Pululahua	127c/u Total. 381	-A Rienda Suelta -El Bareque	MAATE	Moraspungo
Rucu Pichincha		-Cabalgata comunidad -A y B comunidad	Teleférico Quito FONAG	San Francisco de Cruz Loma
Ilaló		-A y B comunidad	GAD de la Parroquia Rural de La Merced	Comunidad San Francisco de Baños

Instrumentos De Recolección De Información

Para la presente investigación se ocupará la ficha bibliográfica y de observación para cumplir con el primer objetivo, encuestas y entrevistas para el segundo objetivo, como lo indica la Tabla 5.

Herramientas de Investigación.

Ficha Bibliográfica. Según Alazraki (2007): “Una ficha bibliográfica corresponde a un documento breve que contiene la información clave de un texto utilizado en una investigación. Puede referirse a un artículo, libro o capítulos de este” (pág. 8490). De esta manera, la ficha bibliográfica como herramienta de investigación nos permite obtener la información documental de estudios previos realizados en la misma área de estudio de manera concreta.

Entrevista. Existen tres tipos de entrevistas: estructuradas, semiestructuradas y abiertas. Las entrevistas estructuradas tienen como característica que el entrevistador sigue un formato de preguntas preestablecidas y específicas, en un orden determinado con anterioridad. En las entrevistas semi estructuradas, el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales a las previamente establecidas con el objeto de profundizar en un asunto en particular que desee conocer. (Arévalo, Guevara, & Palacio, 2021)

A través de esta herramienta común de investigación –entrevista estandarizada-, se pretende comunicar de forma directa con la población aledaña del Rucu Pichincha; Comunidad de San Francisco de Cruz Loma, del volcán inactivo Ilaló; San Francisco de Baños, y de la Reserva Geobotánica Pululahua; Moraspungo. Además, a las autoridades públicas y privadas, para conocer la implicación en la gestión de los atractivos naturales. Por último a los prestadores de servicios de cada área natural.

Encuesta. La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. (López- Roldán, 2015) (Gallardo Ramírez, 2016)

Esta herramienta está diseñada para los turistas que visitan el área natural del Rucu Pichincha, Ilaló y Reserva Geobotánica Pululahua con el objetivo de proporcionar información relevante sobre su percepción, motivación, satisfacción y comportamiento dentro del mismo.

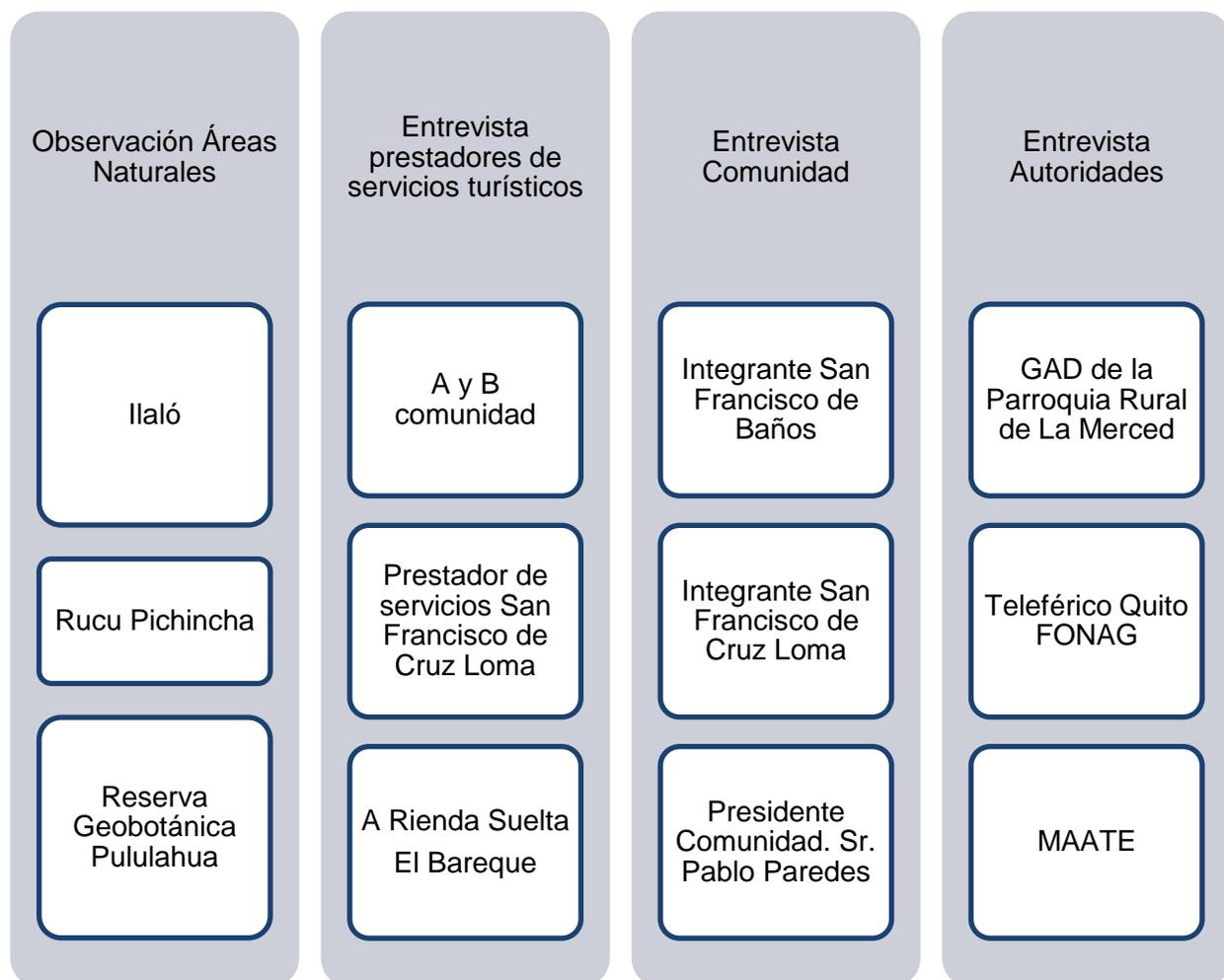
Las entrevistas y encuestas tienen un formato dividido; para cumplir con el objetivo 2 cada una de ellas cuentan con una parte de Sostenibilidad que se divide en Económico, Social y Ambiental, de acuerdo al instrumento de Moral, M., & Alles, M. T. Esta división es medida en escala de Likert para poder aplicar únicamente en las encuestas, el modelo de ecuaciones estructurales y en las entrevistas, un análisis cualitativo a través de un FODA.

Ficha de observación. Las fichas de observación permiten llevar un registro ordenado de los datos de observaciones más importantes de una investigación, de esta forma se obtiene información veraz y de primera mano sobre los distintos aspectos que se presentan en cada área estudiada. Los datos recopilados en las tres áreas naturales por medio de la observación darán un enfoque objetivo a la investigación (Gallardo Ramírez, 2016). Esta herramienta permite conocer el estado real de cada área natural, fundamental para el desarrollo del primer objetivo.

Tabla 5*Instrumentos para la recolección de información*

Técnica	Instrumento	Objetivo a cumplir	Instrumento adaptado de	Aplicado a
Observación	Ficha de observación	Diagnosticar la situación actual del turismo de montaña, en el área natural	Elaboración propia	Cerro Ilaló Rucu Pichincha Reserva Geobotánica Pululahua
Entrevista	Autoridades	Análisis de la oferta y demanda, percepción y actitud de los actores frente al turismo de montaña.	Sostenibilidad. Moral, M., & Alles, M. T.	Autoridades Tabla 5.
	Comunidad			Comunidad Tabla 5.
	Prestadores de servicio	Evaluar la influencia del turismo de montaña.		Planta turística Tabla 5.
Encuesta	Turistas			127 turistas por área

Nota. Se tendrá una ficha de observación por área, entrevistas a autoridades, comunidad y planta turística de acuerdo a su realidad, una encuesta a los turistas de cada área.

Figura 7*Muestreo no probabilístico*

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

Las herramientas de investigación aprobadas se pueden apreciar en el Apéndice A

Procesamiento de datos

La técnica que se ocupará para la comparativa y analizar los resultados son: modelos de ecuaciones estructurales (Structural equation models, SEM), los cuales según Escobedo et al. (2016) “establecen una relación de dependencia entre las variables” además se crean

modelos donde las variables se pueden medir. Chin (1998) explica que permite el análisis de las relaciones que existen por cada subconjunto de las variables, lo que a su vez causa una interrelación de variables que no pertenecen a un mismo grupo.

Análisis de fiabilidad del instrumento

Para las encuestas de turistas y su medición de influencia, es necesario el índice de alfa de Cronbach sobre el instrumento, Soler Cárdenas & Soler Pons (2012) resumen este coeficiente como “uno de los recursos más utilizado para evaluar la consistencia interna” (pág. 3). De acuerdo a la parte C. Sostenibilidad en escala de Likert dentro de la encuesta, el estadístico de fiabilidad que arroja el software SPSS es de 0.842 con un número de 21 elementos, por lo que supera el valor de confiabilidad mínimo de 0.8 a nivel general.

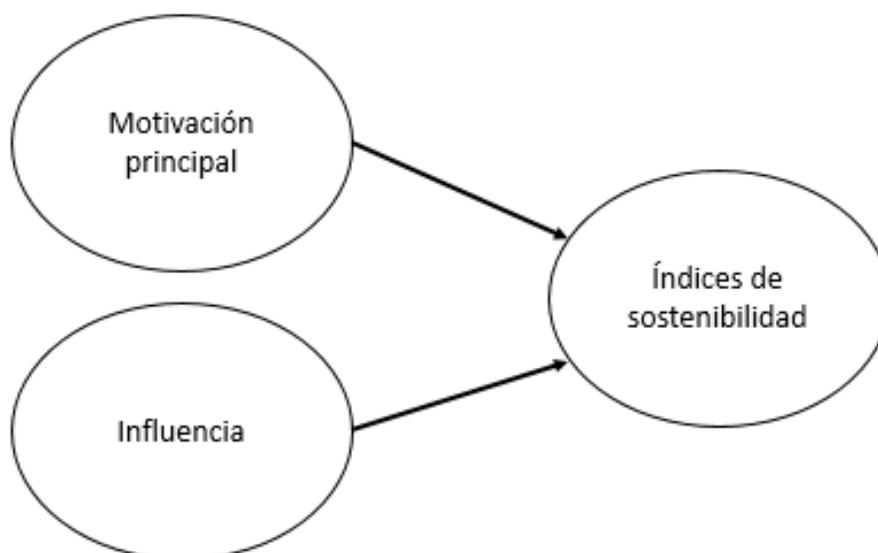
Modelo de ecuaciones estructurales

Para obtener el modelo, primero existe un Análisis de componentes principales categórico (CATPCA por sus siglas en inglés), donde se obtiene información a partir de las variables no observadas y el cambio de las variables nominales a variables nominales dicotómicas como lo menciona Ruíz J. (2022). De esta manera, nace el modelo de la figura 8 del turismo de montaña como factor sostenible de acuerdo a la percepción de los visitantes. Se toma como variables que representan al turismo de montaña a la Motivación Principal y los elementos influyentes en la visita, por tres razones fundamentales;

1. Las encuestas son previstas para excursionistas dentro de las tres áreas montañosas, por lo cual se encuentran realizando turismo de montaña.
2. Dentro de su motivo principal de visita, se toma en cuenta aquellas respuestas de “turismo/recreación” y “deporte/estilo de vida”, puesto que como motivación principal tienen presente la actividad en ese espacio geográfico.
3. Finalmente los elementos que influyen en su visita, para poder medir la razón de su inclinación por el turismo en un medio natural.

Figura 8

Índices de sostenibilidad de acuerdo a la percepción del turista



Procedimiento de Recolección de Datos

Para la recolección de datos se plantea; usar la ficha de observación para conocer el diagnóstico de cada área, realizar encuestas y entrevistas a los principales agentes turísticos y recolectar datos in situ. Cada uno de estos instrumentos cuenta con una métrica que permite establecer un porcentaje o detalle estadístico para establecer el nivel de influencia del turismo de montaña como desarrollo sostenible en cada área.

Tabla 6*Resumen de metodología e instrumentación*

Objetivos	Metodología	Instrumento
Diagnosticar la situación actual del turismo de montaña en las áreas naturales cercanas a la urbe, mediante el análisis del sistema turístico para conocer el manejo de cada una.	Cualitativa	Ficha de observación
Realizar un análisis de oferta y demanda por medio de herramientas de investigación para la identificación de la percepción y actitud de los actores frente al turismo de montaña.	Cualitativa y cuantitativa	Fuentes documentales, encuestas y entrevistas
Evaluar la influencia del turismo de montaña a través de un modelo de ecuación estructural para conocer el grado de sostenibilidad de cada área.	Cuantitativa	Modelo de ecuación estructural SPSS
Elaborar un diagnóstico comparativo de las tres áreas naturales para conocer sus fortalezas y debilidades en el manejo del turismo de montaña que permitan un desarrollo turístico sostenible.	Cualitativa	Cuadro comparativo

Capítulo III

Análisis de los Resultados Obtenidos

En el presente capítulo se despliegan los resultados de acuerdo al cumplimiento de objetivos, de acuerdo a la información obtenida a través de las técnicas de observación, entrevista y encuesta. En primer lugar se exponen las tres fichas de observación de cada área, donde ya están determinadas sus características de acuerdo al sistema turístico. A continuación, se presenta el perfil de los turistas por área de acuerdo a los resultados del análisis SPSS según las encuestas realizadas. En un tercer punto, se encuentra el análisis de acuerdo a la influencia de la actividad turística en la sostenibilidad de cada área.

Diagnóstico de la situación actual de cada área

De la Figura 9 a la Figura 11, se presentan las fichas de observación del Ilaló, Rucu Pichincha y Pululahua, respectivamente. Cada una fue diseñada para establecer de forma general, la situación actual de su sistema turístico, lo cual responde al primer objetivo.

Figura 9

Ficha de Observación Ilaló

FICHA DE OBSERVACIÓN						
En base a la malla de Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, se elaboró una ficha de observación para tomar en cuenta cada aspecto de importancia turística en el área natural.						
N°	OBSERVACIÓN			CUMPLE		ADICIONAL
				SÍ. 1	NO.0	
1	Demanda. Existencia de turistas que concurren en un área geográfica.			1		Hay una demanda nacional y extranjera, sin embargo, no existe un control de ingreso de turistas.
2	Oferta. Cantidad de mercancía o servicio en el mercado dado a un precio y por un periodo determinados.			1		Se tienen servicios de alojamiento alrededor del área natural, sin embargo, las zonas de camping y glamping son las que más se observan para pernoctar.
3	Infraestructura. Dotación e inversión de bienes y servicios de un país, como sostén social y productivo. Se clasifica en transporte, comunicaciones, sanidad, energía. (enumerar)			1		Transporte: existe vías de acceso en el Ilaló, zonas de parking por las diferentes entradas. Comunicación telefónica, Internet Red de agua
4	Superestructura. Aquel subsistema superior que regula el sistema y sus relaciones, son organismos especializados públicos o privados. (enumerar)			1		GAD Parroquial de la Merced, GAD Parroquial Rural de El Tingo en cuanto a las faldas del Ilaló, Gad Parroquial Rural Alangasí
5	actividades turísticas permitidas. (enumerar)			1		Fotografía, caminatas, ciclismo, acampada.
6	Sistema turístico	Transporte		Accesibilidad al área natural.	1	Se puede ingresar por las diferentes comunidades: en la investigación se tomo en cuenta las dos principales: por la comuna San Francisco de Baños y por el Tingo. Hay más entradas pero no se tiene un registro ni control.
7				Señalización.	1	Hay señalización en la vía principal pero resulta complicado llegar al destino porque no existe señalización en vías secundarias.
8				Red vial. (Orden vial)	1	Entrada San Francisco de Baños y Entrada por el Tingo, les conecta la Av. Ilaló que es de segundo orden.
9	Planta turística	Equipamiento turístico	Alojamiento	Hotel	1	No tienen servicio de alojamiento dentro del Cero Ilaló, en las faldas se dispone de glampings.
10				Hostal	1	
11				Hostería, hacienda turística, lodge	1	
12				Refugio	1	
13				Campamento turístico	1	
14			AyB	Restaurantes	1	La comunidad San Francisco de Baños cuenta con servicio de alimentación en el hito del Ilaló, no tienen un horario establecido de atención.
15				Cafeterías	1	
16			Otros	Información	1	Hay información turística cuando se entra por San Francisco de Baños.
17				Estacionamiento	1	Por la entrada del Tingo se tiene un parqueadero.

18	Sistema turístico	Planta turística	Instalaciones	De montaña	Miradores	1	Mirador La Cruz
					Circuito de senderos	1	Existen senderos que vienen vía el Tingo, La Merced, Tumbaco, Guangopolo. Los turistas han marcado nuevos senderos, en sus recorridos hacia el hito.
					Teleférico	1	
19	Atractivos turísticos	Montañas		1	Se realiza montañismo en el Ilaló.		
20		Artesanías y artes populares		1	No hay comercialización de artesanías ni arte.		
21		Acontencimientos programados deportivos		1	por Tattoo.		
22	Comunidad	Manifestaciones religiosas y creencias populares			No se realizan fiestas culturales en el área natural.		
23	Actividades permitidas	Senderismo		1	Hay delimitación de senderos.		
24		Fotografía		1	En la cruz del Ilaló y el hito.		
25		Ciclismo		1			
26		Campamento		1			
27		Paseo en caballo		1			
28		Escalada		1	Por las condiciones del área.		
29		Observación de flora		1			
30		Aviturismo		1			
31	Técnicas AyB	Servicio		1	No hay capacitaciones en la comunidad por lo que el servicio no tiene protocolos, ni presentación del personal.		
32		Atención al turista.		1			
33		Presentación del personal.		1			
34		Tiempos de espera.		1			
35		Ambiente (Infraestructura).		1			
36	Estado de señalética turística	Señalética turística					
		Signos y símbolos gráficos		1	Fotografía		
		Ubicación de sitios de atracción turística		1	Fotografía		
		Ubicación de señal		1			
		Panel		1			
		Mesa interpretativa		1			
Tótem de sitio		1					
37		Mantenimiento					
		Mantenimiento semestral		1			
		Mantenimiento anual					
38	Sin fecha definida			No cuenta con un mantenimiento regular			
	Cuenta con encargados						
	Definidos		1				
		Por organización de montañistas o con intereses					

Criterios de evaluación: dentro de los tres primeros puntos, basta con que el área natural cuente con un solo elemento de lo mencionado.

Figura 10

Ficha de Observación Rucu Pichincha

FICHA DE OBSERVACIÓN							
En base a la malla de Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, se elaboró una ficha de observación para tomar en cuenta cada aspecto de importancia turística en el área natural.							
N°	OBSERVACIÓN			CUMPLE		ADICIONAL	
				SÍ. 1	NO.0		
1	Demanda. Existencia de turistas que concurren en un área geográfica.			1		Hay una demanda nacional y extranjera, registrada por el Teleférico Quito, o se puede reservar con la comunidad San Francisco de Cruz Loma	
2	Oferta. Cantidad de mercancía o servicio en el mercado dado a un precio y por un periodo determinados.			1		Servicios dados al interior de la reserva: venta de artesanías, alimentación, recreación, servicios turísticos como cabalgata, parapente.	
3	Infraestructura. Dotación e inversión de bienes y servicios de un país, como sostén social y productivo. Se clasifica en transporte, comunicaciones, sanidad, energía. (enumerar)			1		Transporte (terrestre: red de carreteras, servicios para el automotor, servicios para el turista, señalización, servicios de transporte, zona de parking) Comunicación telefónica, Internet Red de agua Red eléctrica (aunbrado público y privado)	
4	Superestructura. Aquel subsistema superior que regula el sistema y sus relaciones, son organismos especializados públicos o privados. (enumerar)			1		Teleférico Quito, FONAG	
5	Producto. Servicios turísticos, siendo parte de la oferta. Se toma en cuenta únicamente las			1		Fotografía, caminatas, ciclismo, acampada, parapente, escalada.	
6	Sistema turístico	Transporte		Accesibilidad al área natural.		1	Se puede ingresar por: Lloa, las Antenas o el Teleférico de Quito; este último es el más concurrido en los últimos años.
7				Señalización.		1	Hay señalización para ingresar por el Teleférico Quito, en la Av. Occidental - Av. Mariscal y en la Vía Al Teleférico para ingresar por el Teleférico de Quito; Av. Mariscal Sucre - Vía Cruz Loma para ingresar por la comunidad de San Francisco de Cruz Loma; el acceso por Antenas se puede realizar bajo previa autorización.
8				Red vial. (Orden vial)		1	La Av. Occidental para ingresar por el teleférico o por Lloa es de segundo orden. De ahí las calles son de tercer orden pero si tiene acceso cualquier tipo de vehículo.
9	Planta turística	Equipamiento turístico	Alojamiento	Hotel		1	No tienen servicio de alojamiento dentro del Rucu Pichincha, ni la comunidad San Francisco de Cruz Loma ni el Teleférico de Quito.
10				Hostal		1	
11				Hostería, hacienda turística, lodge		1	
12				Refugio		1	
13				Campamento turístico		1	
14			AyB	Restaurantes		1	La comunidad cuenta con servicio de alimentación, tiene espacio físico en el cual se oferta comida todos los días de la semana.
15				Cafeterías		1	La cafetería pertenece al Teleférico Quito, el cual opera con normalidad.
16			Otros	Información		1	Hay información turística por las entradas, otorgan información si el turista lo requiere.
17				Estacionamiento		1	Por la entrada del Teleférico hay estacionamiento privado por una empresa externa al Teleférico Quito, la comunidad permite subir hasta un punto determinado y por Antenas se puede acceder en vehículos bajo autorización.

N°	OBSERVACIÓN			CUMPLE		ADICIONAL	
				SÍ. 1	NO.0		
18	Sistema turístico	Planta turística	Instalaciones	De montaña	Miradores	1	Mirador de los Volcanes
					Circuito de senderos	1	Senderos: Hay varios senderos en los cuales se puede acceder al Rucu Pichincha, por el teleferico se toma la Ruta Integral hasta llegar a una bifurcación que puede ir por el "paso de la muerte" ó "la cueva del oso"
					Teleférico	1	Cuenta con teleferico con acceso hasta los miradores a unos 18 minutos de la entrada del Teleferico Quito.
19	Sistema turístico	Atractivos turísticos			Montañas	1	Se realiza montañismo en el Rucu Pichincha, también escalada en el sendero "paso de la muerte" hasta llegar a la cumbre.
20					Artesanías y artes populares	1	Las artesanías y la música cultural se puede observar en la cumbre del teleferico de cruz loma. No pertenecen a la comunidad.
21					Acontencimientos programados deportivos	1	Rucoultra desde el 2014
22					Comunidad	Manifestaciones religiosas y creencias populares	1
23	Actividades permitidas				Senderismo	1	Tiene senderos delimitados, hay bifurcación de senderos por el paso de la muerte y la cueva del oso.
24					Fotografía	1	Hay fotografía en la cueva del oso, o en mirados del Rucu Pichincha.
25					Ciclismo	1	Se realiza ciclismo.
26					Campamento	1	
27					Paseo en caballo	1	Emprendimiento de la Comunidad San Francisco de Cruz Loma
28					Escalada	1	La montaña posee características para la escalada, en el sendero "paso de la muerte"
29					Observación de flora	1	
30	Aviturismo	1					
31	Técnicas AyB				Servicio	1	Se tomo en cuenta al emprendimiento de la comunidad San Francisco Cruz de Loma, hay un servicio adecuado para el turista, mantienen uniforme y protocolos de servicio. Los tiempos de espera son correctos y se invierte en infraestructura. Se debe considerar tener un mejor manejo de desechos.
32					Atención al turista.	1	
33					Presentación del personal.	1	
34					Tiempos de espera.	1	
35					Ambiente (Infraestructura).	1	
36	Estado de señalética turística				Señalética turística		
					Signos y símbolos gráficos	1	Fotografía
					Ubicación de sitios de atracción turística	1	Fotografía
					Ubicación de señal	1	Fotografía
					Panel	1	Fotografía
					Mesa interpretativa	1	Fotografía
					Tótem de sitio	1	Fotografía
37	Estado de señalética turística				Mantenimiento		
					Mantenimiento semestral		
					Mantenimiento anual	1	
	Sin fecha definida						
38	Estado de señalética turística				Cuenta con encargados		
					Definidos	1	El FONAG y grupos de montañismo suelen dar mantenimiento a la señalética
					Por organización de montañistas o con intereses	1	

Criterios de evaluación: dentro de los tres primeros puntos, basta con que el área natural cuente con un solo elemento de lo mencionado.

Figura 11

Ficha de Observación Reserva Geobotánica Pululahua

FICHA DE OBSERVACIÓN							
En base a la malla de Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, se elaboró una ficha de observación para tomar en cuenta cada aspecto de importancia turística en el área natural.							
N°	OBSERVACIÓN			CUMPLE		ADICIONAL	
				SÍ. 1	NO.0		
1	Demanda. Existencia de turistas que concurren en un área geográfica.			1		Hay una demanda nacional y extranjera, registrada por el MAATE	
2	Oferta. Cantidad de mercancía o servicio en el mercado dado a un precio y por un periodo determinados.			1		Servicios dados al interior de la reserva: venta de artesanías, alimentación, alojamiento, recreación.	
3	Sistema turístico	Infraestructura. Dotación e inversión de bienes y servicios de un país, como sostén social y productivo. Se clasifica en transporte, comunicaciones, sanidad, energía. (enumerar)			1		Transporte (terrestre:red de carreteras, servicios para el automotor, servicios para el turista, señalización, servicios de transporte) Comunicación telefónica, Internet Red de agua Red eléctrica (aumbrado público)
4		Superestructura. Aquel subsistema superior que regula el sistema y sus relaciones, son organismos especializados públicos o privados. (enumerar)			1		Ministerio del Ambiente, de Agua y Transición Ecológica
5		Producto. Servicios turísticos, siendo parte de la oferta. Se toma en cuenta únicamente las actividades turísticas permitidas. (enumerar)			1		Fotografía, caminatas, paseos en bicicleta, campamento.
6		Transporte		Accesibilidad al área natural.	1		Cuenta con dos entradas, ingreso por ventanillas y moraspungo, con su r
7				Señalización.	1		Existe en cada entrada una señalización al inicio ubicada sobre la carreter
8	Red vial. (Orden vial)			1		Entrada Ventanillas: Primer orden. Entrada Moraspungo: primer orden-t	
9	Sistema turístico	Planta turística	Equipamiento turístico	Alojamiento	Hotel	1	La comunidad tiene emprendimientos donde ofrecen servicios de alojamiento, entre ellos lodge y campamento turístico.
10					Hostal		
11					Hostería, hacienda turística, lodge		
12					Refugio		
13					Campamento turístico		
14			AyB	Restaurantes	1	La comunidad tiene emprendimientos con servicio de alimentación, que se oferta de viernes a domingo.	
15				Cafeterías			
16			Otros	Información	1	Por cada entrada, de acuerdo a la organización y distribución de los miembros del MAATE, otorgan información si el turista lo requiere.	
17				Estacionamiento	1	Por la entrada de Ventanillas, existe un área amplia para estacionamiento, al entrar por Moraspungo los parqueaderos son en cada predio de los emprendimientos, además en la entrada del Sendero	

N°	OBSERVACIÓN				CUMPLE		ADICIONAL
					SÍ. 1	NO.0	
18	Sistema turístico	Planta turística	Instalaciones	De montaña	Miradores	1	Mirador Ventanillas
					Circuito de senderos	1	Desde Ventanillas: Sendero Sal si Piedes, sendero hacia los cerros Pondoña y El Chivo. Desde Moraspungo: Sendero El Viento (adoquinado, con acceso para personas con discapacidad)
					Teleférico	1	No cuenta con teleférico
19				Montañas	1	Dentro de la reserva natural, hay cerros donde se realiza montañismo.	
20			Atractivos turísticos	Artesanías y artes populares	1	Hay programas que organiza el MAATE en determinadas fechas y cuentan con el espacio por el sector Ventanillas para el mismo, además al interior hay una zona de venta de artesanías.	
21				Acontencimientos programados deportivos	1	Tatoo Night Adventures, Pululahua Ultra Trail	
22			Comunidad	Manifestaciones religiosas y creencias populares	1	La comunidad celebra el Inty Raymi, sin ser parte de la oferta turística.	
23			Actividades permitidas	Senderismo	1		
24				Fotografía	1		
25				Ciclismo	1		
26				Campamento	1		
27				Paseo en caballo	1		
28				Escalada	1		
29				Observación de flora	1		
30				Aviturismo	1		
31			Técnicas AyB	Servicio	1	Hay que tomar en cuenta que para determinar esto no se tomó en cuenta a todos los emprendimientos, es un dato dado de manera general. En cuanto al servicio, atención y tiempos de espera, se puede decir que los establecimientos manejan esto de la mejor manera porque saben de la importancia de ofrecer un buen servicio, sobre la presentación del personal no se observa que cuenten con un uniforme, y el ambiente se maneja distinto de acuerdo al tiempo que tienen de actividad y su inversión, sin embargo, son infraestructuras formidables.	
32				Atención al turista.	1		
33				Presentación del personal.	1		
34				Tiempos de espera.	1		
35				Ambiente (Infraestructura).	1		

N°	OBSERVACIÓN	CUMPLE		ADICIONAL
		SÍ. 1	NO.0	
36	Señalética turística			
	Signos y símbolos gráficos	1		Fotografía
	Ubicación de sitios de atracción turística	1		Fotografía
	Ubicación de señal	1		Fotografía
	Panel	1		Fotografía
	Mesa interpretativa		1	
37	Tótem de sitio		1	
	Mantenimiento			
	Mantenimiento semestral		1	
	Mantenimiento anual	1		El MAATE realiza esto de acuerdo a las actividades dentro de su planificación
38	Sin fecha definida		1	
	Cuenta con encargados			
	Definidos		1	MAATE
	Por organización de montañistas o con intereses afin			
Criterios de evaluación: dentro de los tres primeros puntos, basta con que el área natural cuente con un solo elemento de lo mencionado.				

Análisis Univariado

Para el análisis de datos obtenidos en la encuesta a los turistas en las distintas áreas se utiliza un análisis univariado, el cual muestra el comportamiento de cada variable de manera independiente (Baray, 2006). En la investigación se utiliza el programa SPSS a través de la estadística descriptiva y frecuencias con el fin de determinar los resultados de cada ítem en las tres diferentes áreas y conocer estos datos en términos porcentuales.

Análisis Univariado Ilaló

Pregunta 1. Sexo

Tabla 7

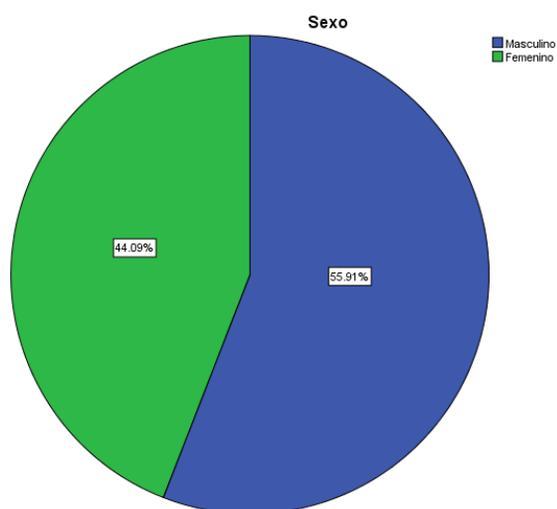
Sexo Ilaló

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Masculino	71	55.9	55.9	55.9
	Femenino	56	44.1	44.1	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 12

Sexo Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 55,91% de turistas encuestados son de sexo masculino, el 44,09% son de sexo femenino.

Pregunta 2. Edad

Tabla 8

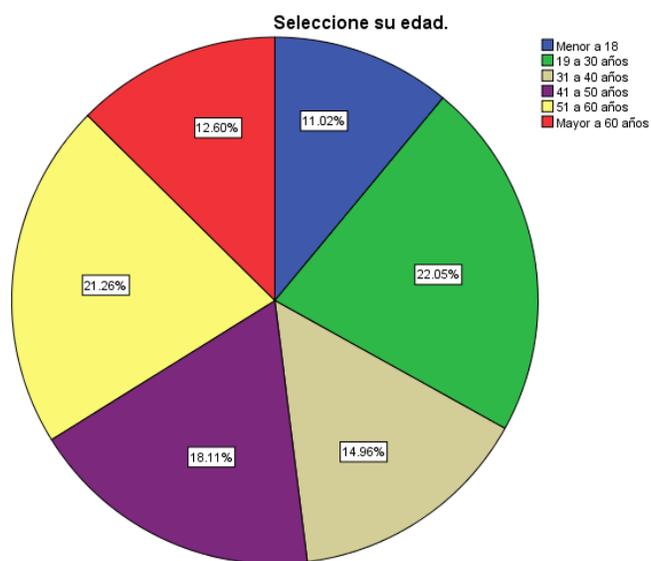
Edad Ilaló

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menor a 18	14	11.0	11.0	11.0
19 a 30 años	28	22.0	22.0	33.1
31 a 40 años	19	15.0	15.0	48.0
41 a 50 años	23	18.1	18.1	66.1
51 a 60 años	27	21.3	21.3	87.4
Mayor a 60 años	16	12.6	12.6	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 13

Edad Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Se ha realizado la investigación a un 11% de personas que tienen menos de 18 años; el 22% de encuestados entre la edad de 19 a 30 años; el 15% entre 31 a 40 años; el 18,10% entre 41 a 50 años; y el 21,30% entre 51 a 60 años. Es decir, la mayoría de visitantes tienen de 19 a 30 años, seguido de personas de 51 a 60 años.

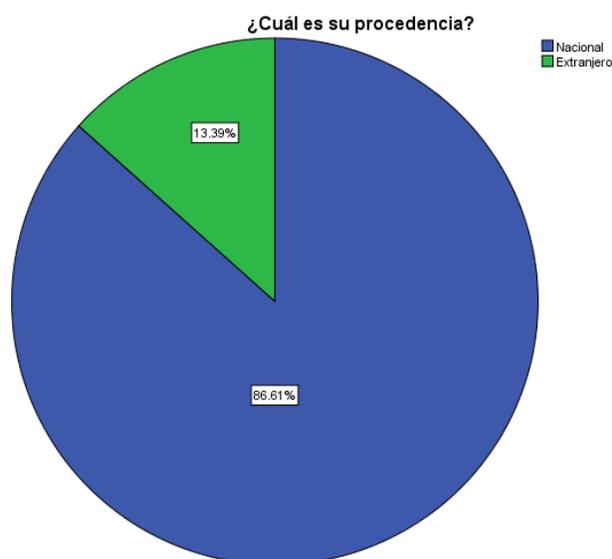
Pregunta 3. Procedencia

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

Tabla 9*Procedencia Ilaló*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nacional	110	86.6	86.6	86.6
Validos Extranjero	17	13.4	13.4	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 14*Procedencia Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Se ha realizado la investigación a un 86,61% de personas nacionales y a un 13,39% de personas extranjeras, turistas de montaña del Cerro Ilaló.

Pregunta 4. Ocupación

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

Tabla 10

Ocupación Ilaló

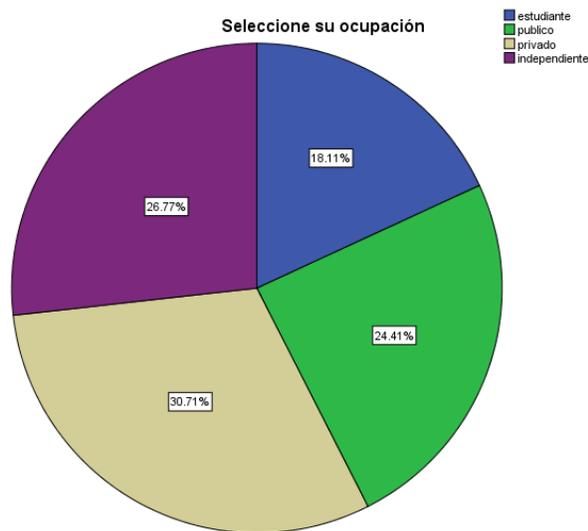
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Estudiante	23	18.1	18.1
	Publico	31	24.4	42.5
	Privado	39	30.7	73.2
	Independiente	34	26.8	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de

2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 15

Ocupación Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de

2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 30,7% de los turistas encuestados son empleados privados, tan solo el 18,10% son estudiantes, siendo el 26,80% personas independientes y el 24,40% empleados públicos.

Pregunta 5.

Seleccione su estado civil: El estado civil de los turistas de montaña es:

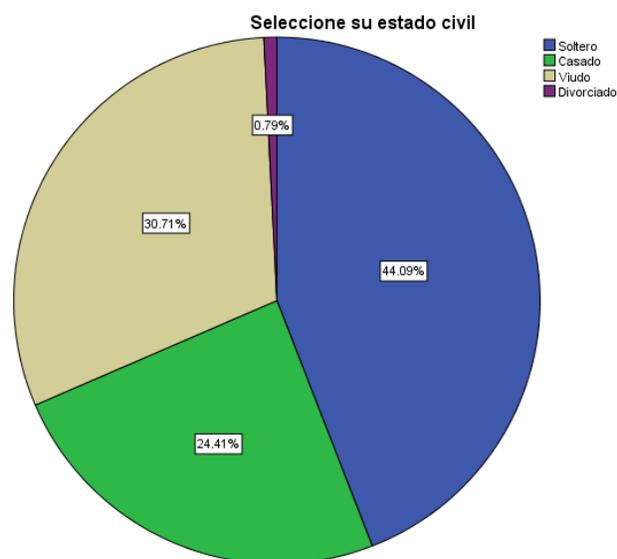
Tabla 11

Estado Civil Ilaló

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Soltero	56	44.1	44.1	44.1
Casado	31	24.4	24.4	68.5
Validos Viudo	39	30.7	30.7	99.2
Divorciado	1	.8	.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de

2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 16*Estado Civil Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 44,10% de turistas encuestados son solteros, el 30,70% viudos y un 24,40% de personas casadas.

*Pregunta 6. Discapacidad***Tabla 12***Discapacidad Ilaló*

¿Usted tiene alguna discapacidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	NO	127	100.0	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 17*Discapacidad Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: No hubo ningún turista encuestado con algún tipo de discapacidad.

Pregunta 7. Visita al área

Tabla 13

Visita el área del Ilaló por primera vez

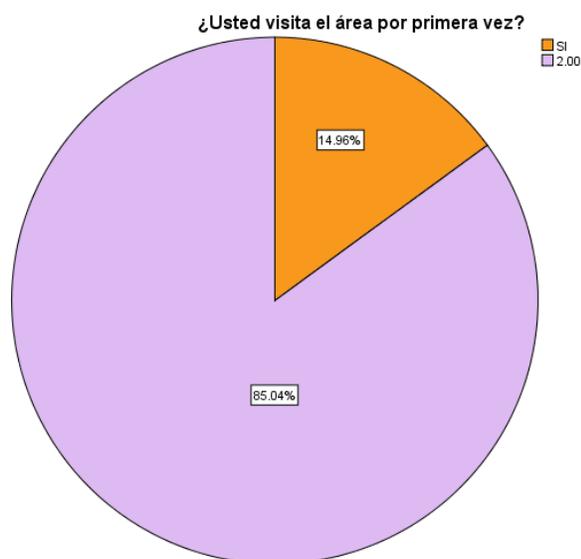
¿Usted visita el área por primera vez?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	19	15.0	15.0
	NO	108	85.0	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de

2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 18

Visita el área por primera vez Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Aproximadamente un cuarto de los turistas encuestados ha visitado el área por primera vez, el 85,04% lo ha realizado antes.

Pregunta 8. Ingreso

Tabla 14

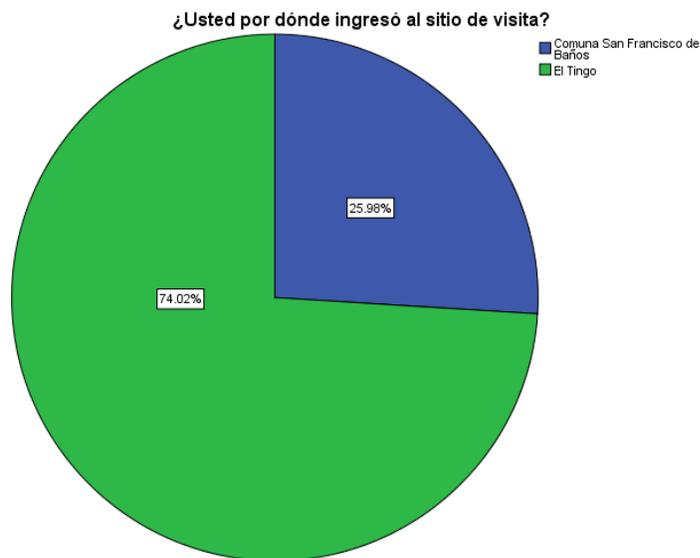
Ingreso al área natural Ilaló

¿Usted por dónde ingresó al sitio de visita?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Comuna San Francisco	33	26.0	26.0	26.0
Valido de Baños				
s El Tingo	94	74.0	74.0	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 19

Ingreso al área natural Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 74,02% de turistas encuestados ingresan por El Tingo, el 25,98% han ingresado por la Comuna San Francisco de Baños.

Pregunta 9. Guía certificado

Tabla 15

Visita con guía certificado Ilaló

		¿Usted visita el área con un guía certificado?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	2	1.6	1.6	1.6
	NO	125	98.4	98.4	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 20

Visita con guía certificado Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Tan solo 2 de los turistas encuestados han visitado el área con guía certificado, representado por el 1,57% de los 127.

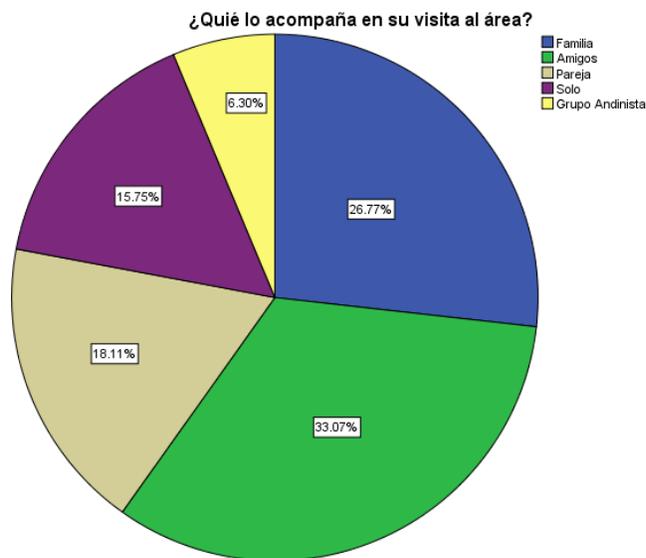
Pregunta 10. Acompañante

Tabla 16

Acompañante al área Ilaló

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos				
Familia	34	26.8	26.8	26.8
Amigos	42	33.1	33.1	59.8
Pareja	23	18.1	18.1	78.0
Solo	20	15.7	15.7	93.7
Grupo Andinista	8	6.3	6.3	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 21*Acompañante al área Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 33,10% de los turistas encuestados prefieren realizar esta actividad con amigos, el 26,80% lo realiza con familia y en un 18,10% con su pareja. Por otro lado, solo el 15,70% lo realiza solo y el 6,30% con un grupo andinista.

Pregunta 11. Duración de visita

Tabla 17*Duración de visita Ilaló*

¿Cuánto es la duración de su visita en el área?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Menor a 24 horas	126	99.2	99.2
	Mayor a 24 horas	1	.8	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 22*Duración de visita Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Casi el total de turistas encuestados realizan la actividad de montaña en el Ilaló sin pernoctar, representado por el 99,21%.

Pregunta 12. Horario de preferencia

Tabla 18

Preferencia a visitar en el área Ilaló

¿Cuándo prefiere realizar su visita en el sitio?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre semana	23	18.1	18.1	18.1
Fines de semana	101	79.5	79.5	97.6
Valido Feriados	1	.8	.8	98.4
Vacaciones	2	1.6	1.6	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 23

Preferencia a visitar en el área Ijaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ijaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Los fines de semana son los días preferidos para visitar el área natural Ijaló, es decir, 8 de cada 10 personas prefieren visitar el área en estos días (79,53%); seguido por los días entre semana (18,11%); el 1,57% prefieren en vacaciones, y el 0,79% en feriados.

Pregunta 13. Horario de preferencia

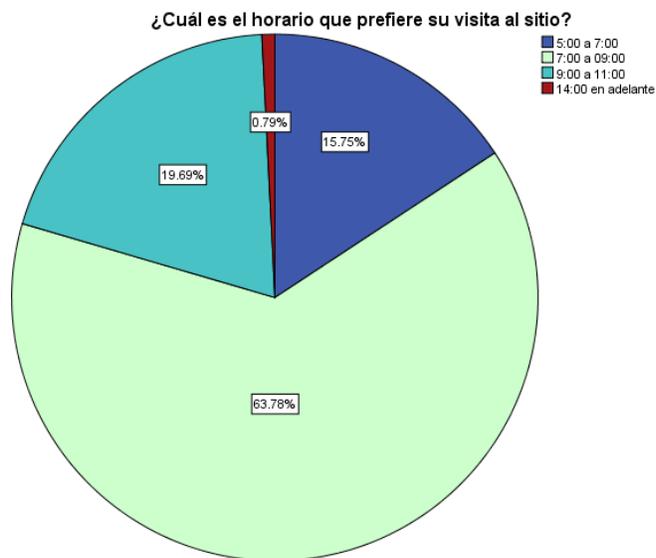
Tabla 19

Horario de preferencia Ijaló

¿Cuál es el horario que prefiere su visita al sitio?					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
	20	15.7	15.7	15.7	
	81	63.8	63.8	79.5	
Valido	25	19.7	19.7	99.2	
	1	.8	.8	100.0	
Total	127	100.0	100.0		

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ijaló durante junio de

2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 24*Horario de preferencia Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Solo el 0,79% de turistas prefieren visitar el área natural a partir de las 14:00, el horario de preferencia es de 7:00 a 9:00 representado por el 63,78%, 2 de cada 10 turistas lo realizan de 9:00 a 11:00 (19,69%) y el 15,75% prefieren visitar en el horario de 5:00 a 7:00.

Pregunta 14. Principal motivo de visita

Tabla 20*Principal motivo de visita Ilaló*

¿Cuál es el principal motivo de su visita?					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Valido	Turismo recreación	36	28.3	28.3	28.3
	Tranquilidad	12	9.4	9.4	37.8
	Deporte/estilo de vida	79	62.2	62.2	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 25*Principal motivo de visita Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

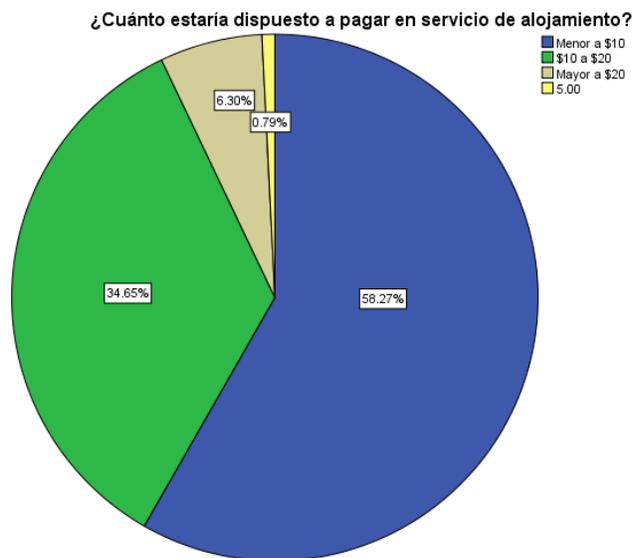
Análisis: El motivo principal de la visita de turistas encuestados al área natural Ilaló es por deporte o estilo de vida, 6 de cada 10 turistas lo realizan por ese motivo (62,20%); por turismo o recreación lo realiza el 28,25% y por tranquilidad prefieren el 9,45%,

Pregunta 15. Servicio Alojamiento

Tabla 21*Servicio Alojamiento Ilaló*

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en servicio de alojamiento?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menor a \$10	74	58.3	58.3	58.3
\$11 a \$20	44	34.6	34.6	92.9
Valido Mayor a \$21	8	6.3	6.3	99.2
-	1	.8	.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 26*Servicio Alojamiento Ilaló*

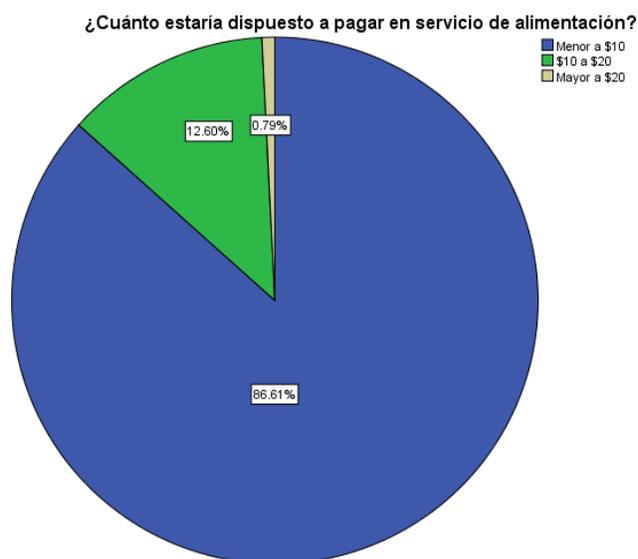
Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Gran parte de los turistas encuestados estarían dispuestos a pagar menos de \$10 en alojamiento, es decir, el 58,27% no pagaría un valor superior a los \$10. El 34,65% pagaría entre \$11 a \$20, y solo el 6,30% pagaría un valor superior a \$21.

*Pregunta 16. Servicio Alimentación***Tabla 22***Servicio Alimentación Ilaló*

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en servicio de alimentación?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Menor a \$10	110	86.6	86.6	86.6
	\$11 a \$20	16	12.6	12.6	99.2
	Mayor a \$21	1	.8	.8	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 27*Servicio Alimentación Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: En alimentación el 86,61% de turistas de montaña pagarían un valor menor a los 10\$, y el 12,60% pagarían entre \$10 y \$20, es decir, el 99% pagarían un valor inferior a los \$20 en alimentación en el área.

*Pregunta 17. Servicio Recreación***Tabla 23***Servicio Recreación Ilaló*

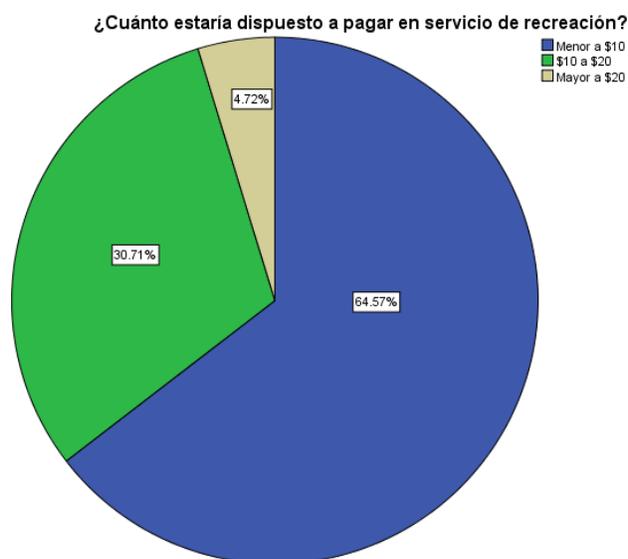
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en servicio de recreación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido				
	Menor a \$10	82	64.6	64.6
	\$11 a \$20	39	30.7	95.3
	Mayor a \$21	6	4.7	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 28

Servicio Recreación Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 64,57% de los turistas encuestados pagarían menos de \$10 por la actividad de recreación en el área natural, el 30,71% entre \$11 a \$20. Por lo tanto, el 4,72% pagarían más de \$21 por este servicio.

Pregunta 18. Frecuencia que realiza turismo de montaña.

Tabla 24

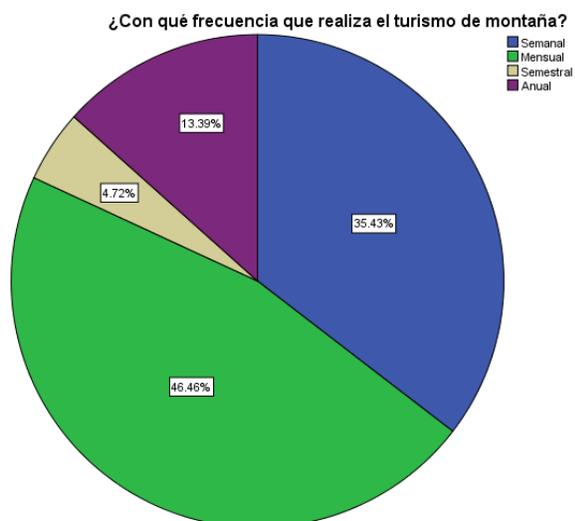
Frecuencia que realiza turismo de montaña Ilaló

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Semanal	45	35.4	35.4	35.4
Mensual	59	46.5	46.5	81.9
Semestral	6	4.7	4.7	86.6
Anual	17	13.4	13.4	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 29

Frecuencia que realiza turismo de montaña Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Casi la mitad de los turistas encuestados realizan turismo de montaña mensualmente siendo el 46,46%; el 35,43% lo realizan semanalmente; el 13,38% lo realiza anualmente, y el 4,72% semestralmente.

Pregunta 19. Actividad turística que realiza en el área.

Tabla 25

Actividad turística que realiza en el área Ilaló

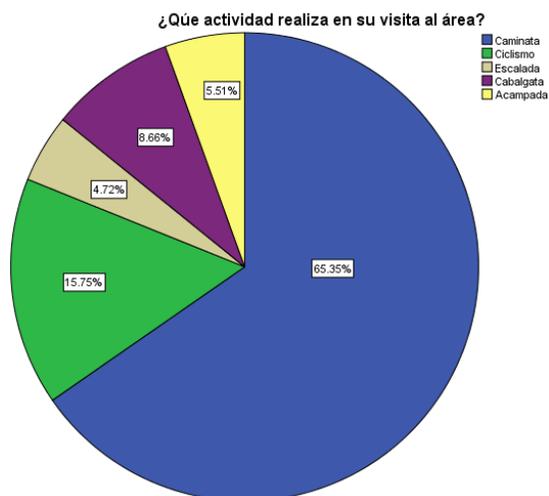
¿Qué actividad realiza en su visita al área?					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Validos	Caminata	83	65.4	65.4	65.4
	Ciclismo	20	15.7	15.7	81.1
	Escalada	6	4.7	4.7	85.8
	Cabalgata	11	8.7	8.7	94.5
	Acampada	7	5.5	5.5	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de

2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 30

Actividad turística que realiza en el área Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: La actividad turística que más se realiza en el área elegido por los turistas es la caminata o senderismo con el 65,35%, es decir, 6 de cada 10 personas encuestadas. La actividad que le sigue es el ciclismo con el 15,75%; y las que menos se realizan es la cabalgata 8,66%, acampada 5,51% y escalada 4,72%.

Pregunta 20. Zona Camping

Tabla 26

Zona Camping Ilaló

¿Conoce la zona de camping en el área?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	58	45.7	45.7	45.7
	NO	69	54.3	54.3	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de

2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 31*Zona Camping Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: La mayoría de turistas encuestados mencionan que no conocen una zona de camping en el área representado por el 54,33%.

*Pregunta 21. Cafetería***Tabla 27***Cafetería Ilaló***¿Conoce la zona de cafetería en el área?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	18	14.2	14.2	14.2
	NO	109	85.8	85.8	100.0
Total		127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 32*Cafetería Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

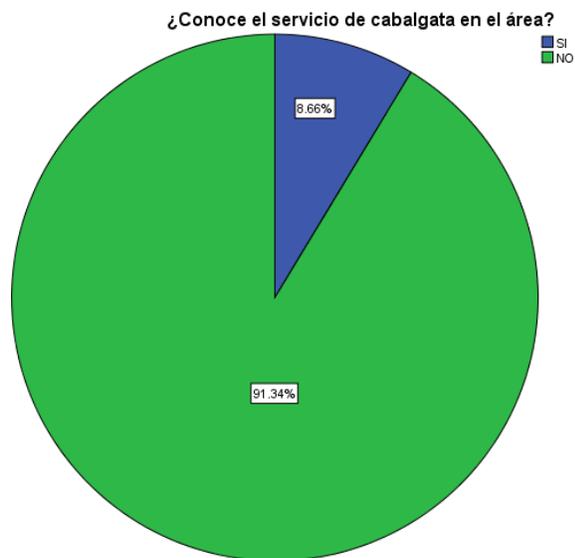
Análisis: El 85,83% de turistas encuestados no conocen una zona de cafetería en el área Ilaló.

Pregunta 22. Cabalgata

Tabla 28*Cabalgata Ilaló*

		¿Conoce el servicio de cabalgata en el área?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	11	8.7	8.7	8.7
	NO	116	91.3	91.3	100.0
Total		127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 33*Cabalgata Ilaló*

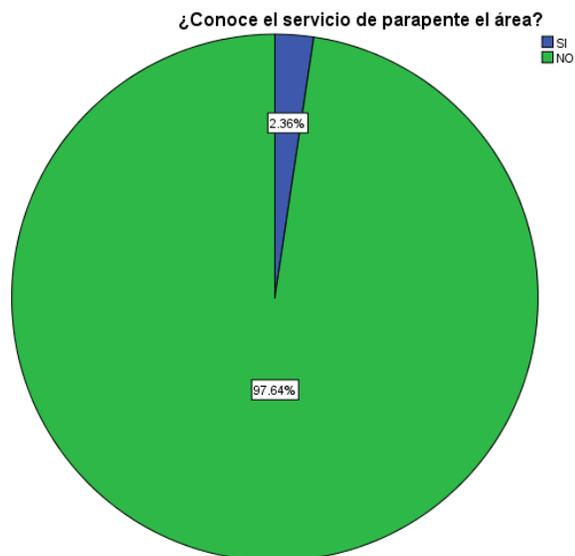
Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 91,34% de turistas encuestados no conocen un servicio de cabalgata en el área natural.

*Pregunta 23. Parapente***Tabla 29***Parapente Ilaló*

		¿Conoce el servicio de parapente el área?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	3	2.4	2.4	2.4
Valido	NO	124	97.6	97.6	100.0
Total		127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 34*Parapente Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 97,64% de turistas encuestados no conocen un servicio de parapente en el área natural.

*Pregunta 24. Observación de aves***Tabla 30***Observación de aves Ilaló*

¿Conoce el servicio de observación de aves en el área?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	6	4.7	4.7	4.7
Valido	NO	121	95.3	95.3	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 35*Observación de aves Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

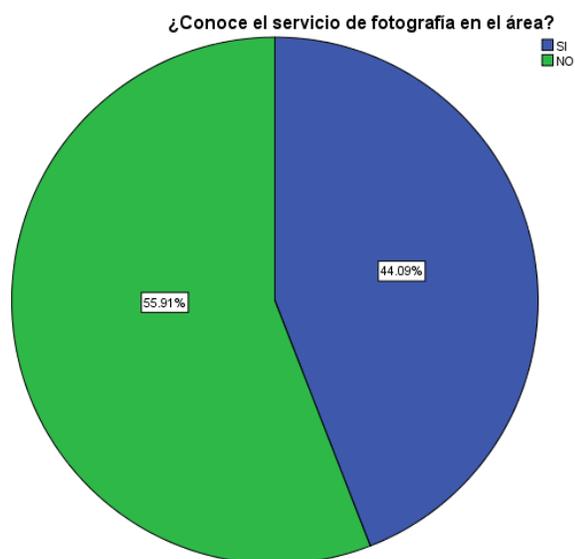
Análisis: El 95,28% de turistas encuestados no conocen un servicio de observación de aves en el área.

Pregunta 25. Fotografía

Tabla 31*Fotografía Ilaló*

¿Conoce el servicio de fotografía en el área?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	56	44.1	44.1	44.1
Valido	NO	71	55.9	55.9	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 36*Fotografía Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

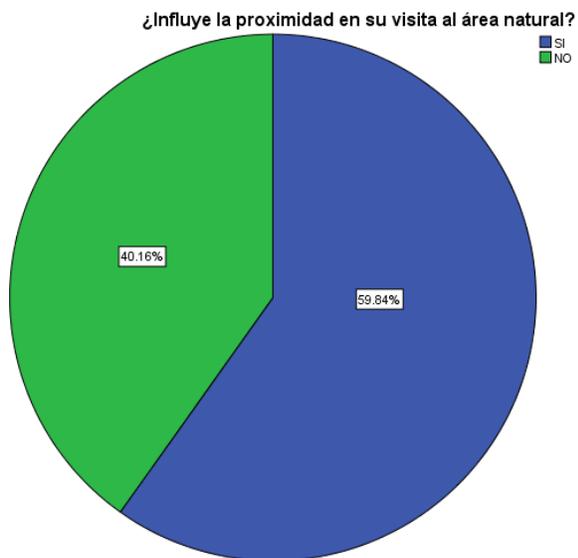
Análisis: Un poco más de la mitad de los turistas encuestados representados por el 55,91% no conocen un servicio de fotografía en el área natural.

Pregunta 26. Proximidad

Tabla 32*Proximidad Ilaló*

¿Influye la proximidad en su visita al área natural?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	76	59.8	59.8	59.8
Valido	NO	51	40.2	40.2	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 37*Proximidad Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: 6 de cada 10 turistas encuestados mencionan que sí influye la proximidad para visitar el área natural (59,84%).

Pregunta 27. Servicios que influyen

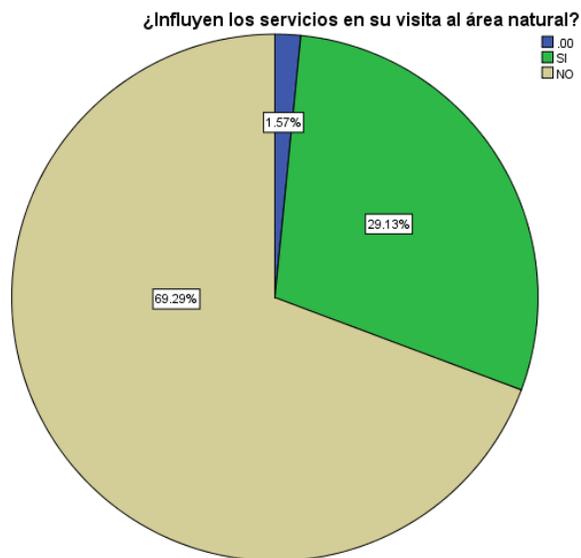
Tabla 33*Servicios que influyen Ilaló*

¿Influyen los servicios en su visita al área natural?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	.00	2	1.6	1.6	1.6
Valido	SI	37	29.1	29.1	30.7
	NO	88	69.3	69.3	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 38

Servicios que influyen Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Para realizar el turismo de montaña 7 de cada 10 turistas mencionan que los servicios del área natural no influyen para elegir esta actividad en el área.

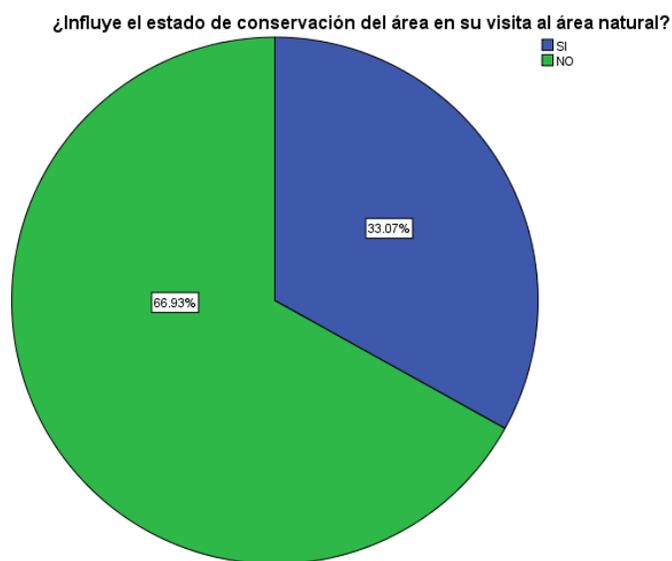
Pregunta 28. Estado de conservación

Tabla 34

Estado de conservación Ilaló

¿Influye el estado de conservación del área en su visita al área natural?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	42	33.1	33.1
	NO	85	66.9	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 39*Estado de conservación Ilaló*

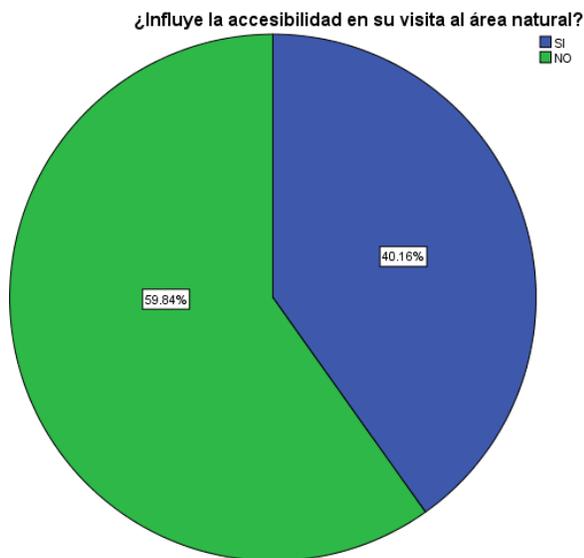
Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 66,93% de turistas mencionan que si influye el estado de conservación en el área natural para visitarla.

*Pregunta 29. Accesibilidad***Tabla 35***Accesibilidad Ilaló***¿Influye la accesibilidad en su visita al área natural?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido SI	51	40.2	40.2	40.2
Valido NO	76	59.8	59.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 40*Accesibilidad Ilaló*

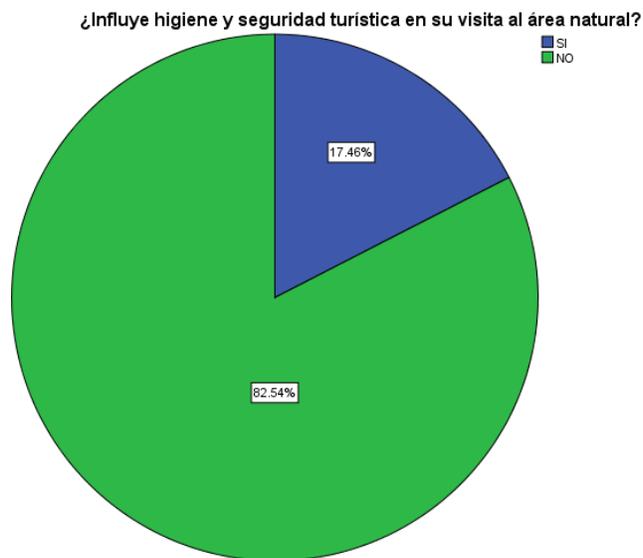
Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: La mayoría de turistas encuestados representados por el 59,84% mencionan que no influye la accesibilidad para visitar el Cerro Ilaló.

*Pregunta 30. Higiene y seguridad turística***Tabla 36***Higiene y seguridad turística Ilaló*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	22	17.3	17.5	17.5
	NO	104	81.9	82.5	100.0
	Total	126	99.2	100.0	
Total		1	.8		
		127	100.0		

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 41*Higiene y seguridad turística Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

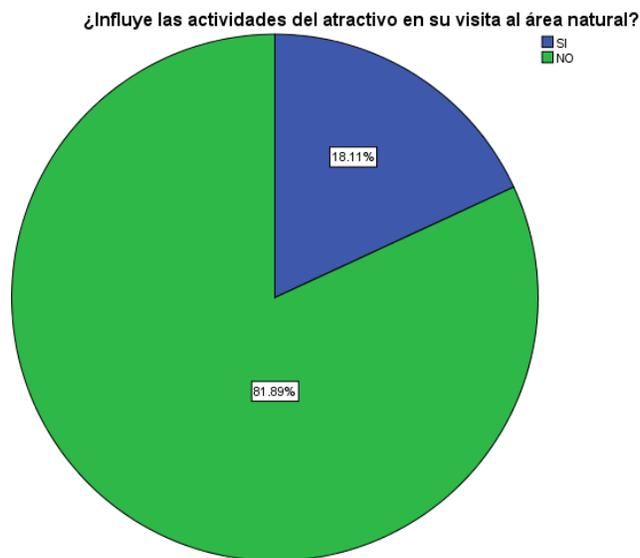
Análisis: 8 de cada 10 turistas encuestados (82,54%) mencionan que no influye la higiene y seguridad turística en su decisión de visitar esta área natural.

Pregunta 31. Influencia atractivos

Tabla 37*Influencia atractivos Ilaló*

¿Influye las actividades del atractivo en su visita al área natural?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	23	18.1	18.1	18.1
	NO	104	81.9	81.9	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 42*Influencia atractivos Ilaló*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Las actividades complementarias en el Ilaló no influyen en el 81,89% de turistas encuestados para visitar el área.

Pregunta 32. Difusión y medios de promoción

Tabla 38

Difusión y medios de promoción Ilaló

¿Influye la difusión y medios de promoción en su visita al área natural?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	2	1.6	1.6	1.6
	NO	125	98.4	98.4	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 43

Difusión y medios de promoción Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 98,43%, es decir, casi el total de turistas encuestados mencionan que la difusión y medios de promoción no influyen en su decisión de visitar el área natural.

Pregunta 33. Tipo de calzado

Tabla 39

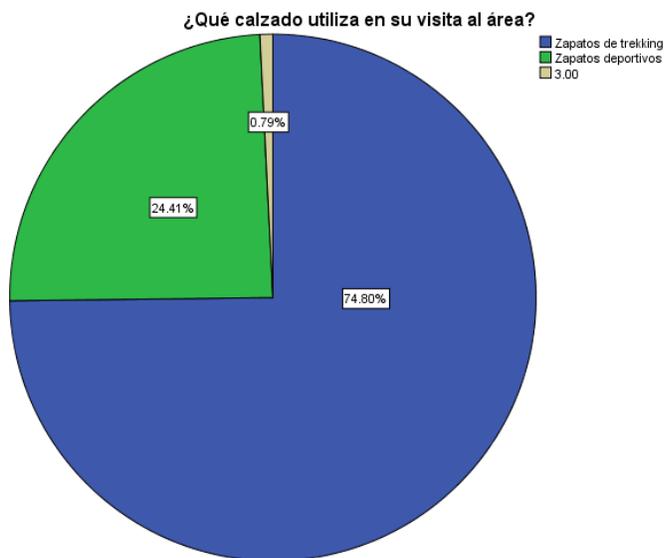
Tipo de calzado Ilaló

¿Qué calzado utiliza en su visita al área?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Zapatos de trekking	95	74.8	74.8	74.8
	Zapatos deportivos	31	24.4	24.4	99.2
	-	1	.8	.8	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 44

Tipo de calzado Ilaló



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El tipo de calzado que utilizan los turistas para realizar el turismo de montaña en el área Ilaló son los zapatos de trekking (74,80%):

Análisis Univariado Rucu Pichincha

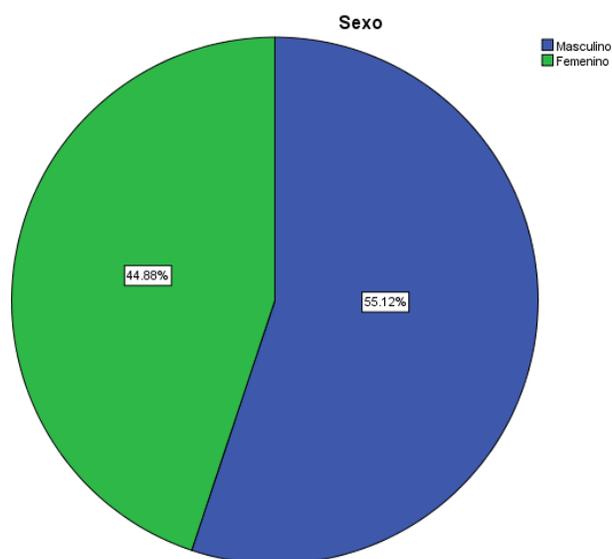
Pregunta 1.

Tabla 40

Sexo Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido Masculino	70	55.1	55.1	55.1
Valido Femenino	57	44.9	44.9	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 45*Sexo Rucu Pichincha*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 55,12% de turistas encuestados son masculinos y el 44,88% son femeninos.

Pregunta 2. Edad

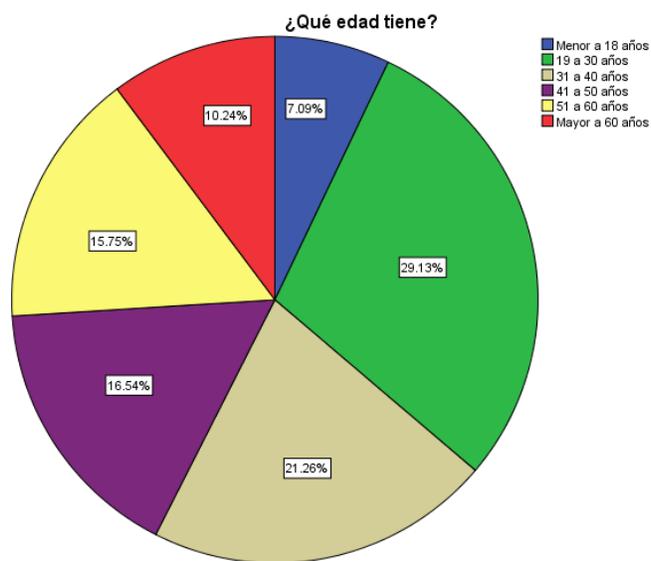
Tabla 41*Edad Rucu Pichincha*

¿Qué edad tiene?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	9	7.1	7.1	7.1
	37	29.1	29.1	36.2
	27	21.3	21.3	57.5
Valido	21	16.5	16.5	74.0
	20	15.7	15.7	89.8
	13	10.2	10.2	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 46

Edad Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Los turistas que más fueron encuestados en el área están en una edad de entre 19 a 30 años con el 29,13%; muy similar al porcentaje de las personas que están entre 31 a 40 años con el 21,26%; seguido por las personas de entre 41 a 50 años con el 16,54%; y las de entre 51 a 60 años. El 10,24% de turistas tienen una edad mayor a 60 años, y el 7,09% son menores de edad.

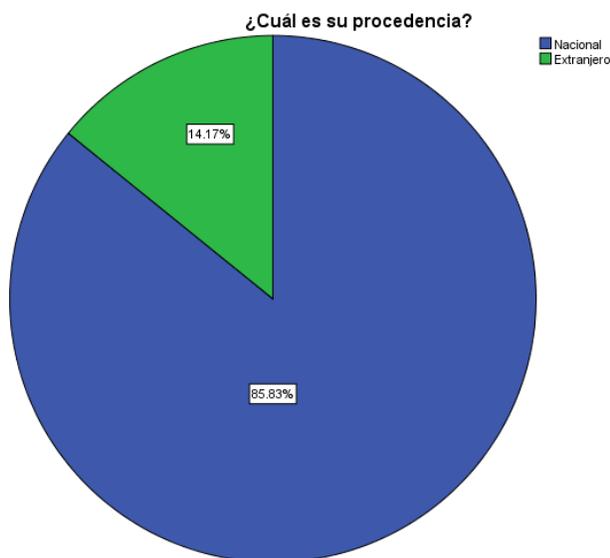
Pregunta 3. Procedencia del turista

Tabla 42*Procedencia Rucu Pichincha*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Nacional	109	85.8	85.8	85.8
	Extranjero	18	14.2	14.2	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 47*Procedencia Rucu Pichincha*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 85,83% de turistas encuestados son nacionales; turistas extranjeros representan al 14,17%.

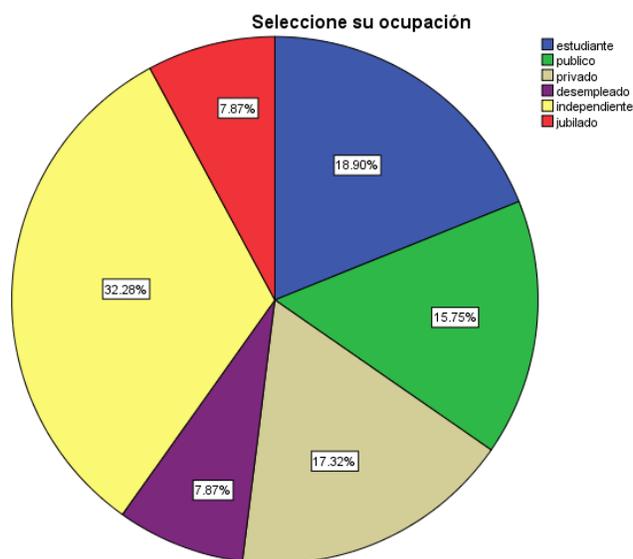
Pregunta 4. Ocupación del turista

Tabla 43*Ocupación del turista Rucu Pichincha*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
estudiante	24	18.9	18.9	18.9
publico	20	15.7	15.7	34.6
privado	22	17.3	17.3	52.0
Valido desempleado	10	7.9	7.9	59.8
independiente	41	32.3	32.3	92.1
jubilado	10	7.9	7.9	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 48*Ocupación del turista Rucu Pichincha*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 32,30% de turistas encuestados son independientes, el 18,90% son turistas estudiantes, y entre empleados públicos y privados un 32%.

Pregunta 5. Estado civil.

Tabla 44

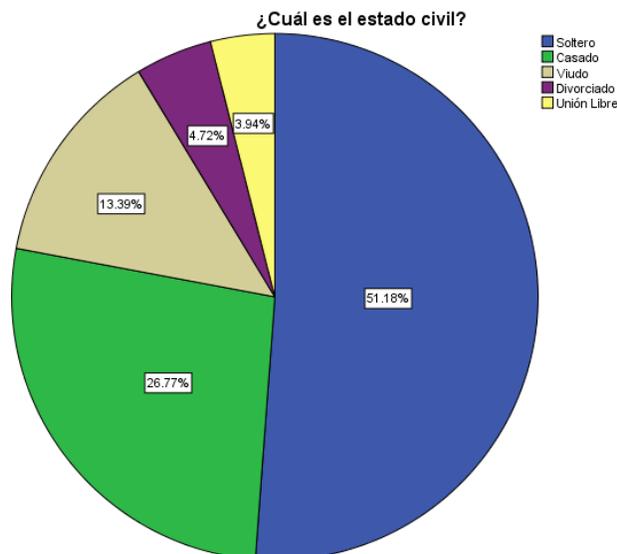
Estado Civil Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Soltero	65	51.2	51.2
	Casado	34	26.8	78.0
	Viudo	17	13.4	91.3
	Divorciado	6	4.7	96.1
	Unión Libre	5	3.9	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 49

Estado Civil Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: EL 51,18% de los turistas encuestados son solteros, seguido por 26,77% que representa los que están casados; tan solo 22,05% son viudos, divorciados o tienen unión libre.

Pregunta 6. Discapacidad

Tabla 45

Discapacidad Rucu Pichincha

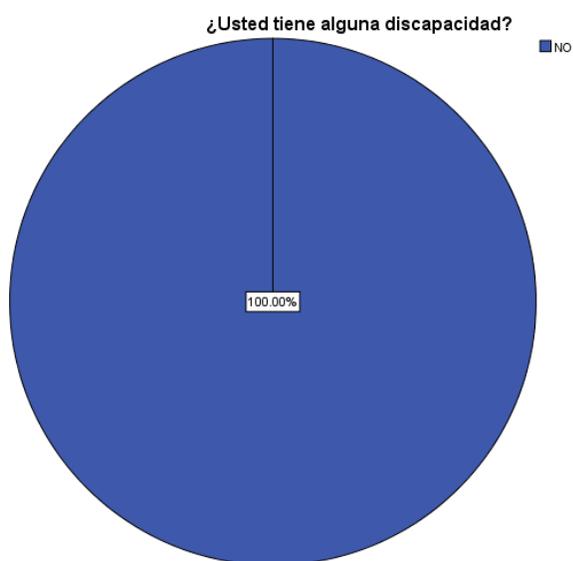
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	NO	127	100.0	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 50

Discapacidad Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Ningún turista encuestado tiene algún tipo de discapacidad.

Pregunta 7. Visita del área por primera vez.

Tabla 46

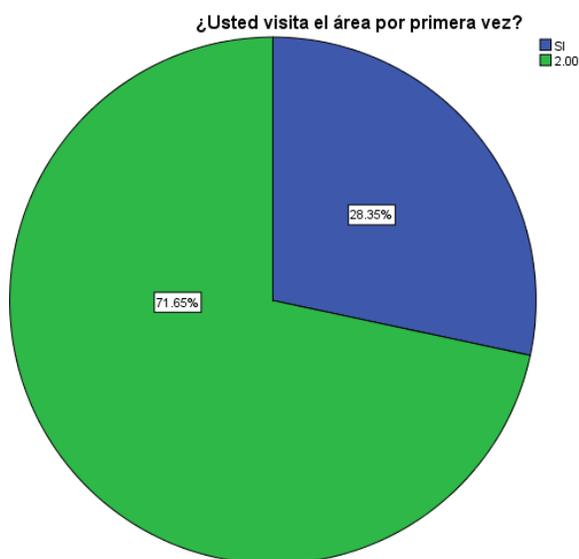
Visita del área Rucu Pichincha por primera vez

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	36	28.3	28.3	28.3
Validos NO	91	71.7	71.7	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 51

Visita del área Rucu Pichincha por primera vez



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: 7 de cada 10 turistas encuestados han visitado más de una vez el área natural; el 28,35% lo ha realizado por primera vez

Pregunta 8. Ingreso al área natural.

Tabla 47

Ingreso al área natural Rucu Pichincha

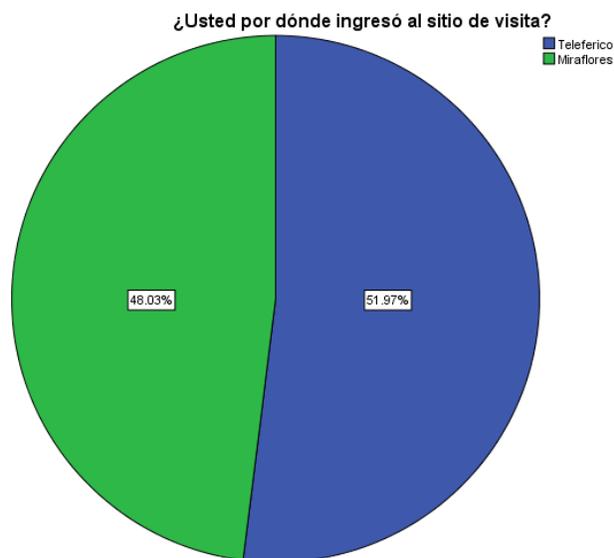
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos Teleférico	66	52.0	52.0	52.0
Miraflores	61	48.0	48.0	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 52

Ingreso al área natural Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Los dos ingresos hacia el Rucu Pichincha (Teleférico y Miraflores) tienen datos similares, el 51,97% de turistas ingreso por el Teleférico y el 48,03 por Miraflores.

Pregunta 9. Visita con guía certificado

Tabla 48

Visita con guía certificado Rucu Pichincha

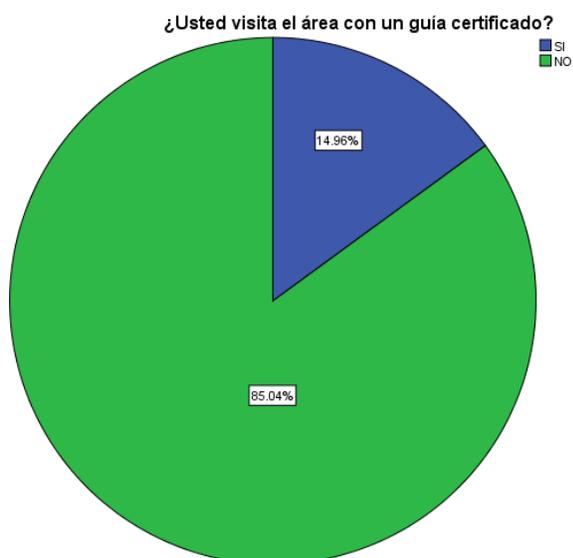
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	19	15.0	15.0	15.0
	NO	108	85.0	85.0	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 53

Visita con guía certificado Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 85,04% de turistas encuestados no visitan el área con un guía certificado, el 14,96% sí.

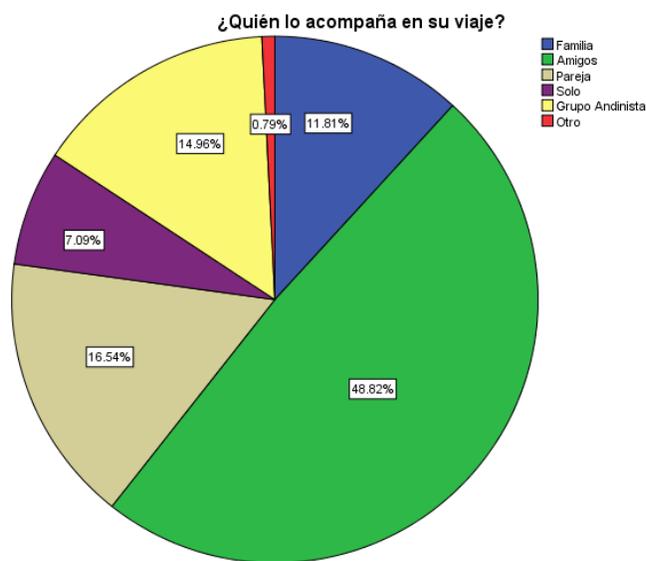
Pregunta 10. Acompañante del turista encuestado.

Tabla 49*Acompañante del turista Rucu Pichincha*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Familia	15	11.8	11.8	11.8
Amigos	62	48.8	48.8	60.6
Pareja	21	16.5	16.5	77.2
Validos Solo	9	7.1	7.1	84.3
Grupo Andinista	19	15.0	15.0	99.2
Otro	1	.8	.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 54*Acompañante del turista Rucu Pichincha*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de

2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 48,82% de turistas prefieren ir con amigos, el 28,35% los acompaña su familia o pareja; el 14,98 lo realizan con grupo andinista o montañista; y solo el 7,09% visitan el área solos.

Pregunta 11. Duración de la visita

Tabla 50

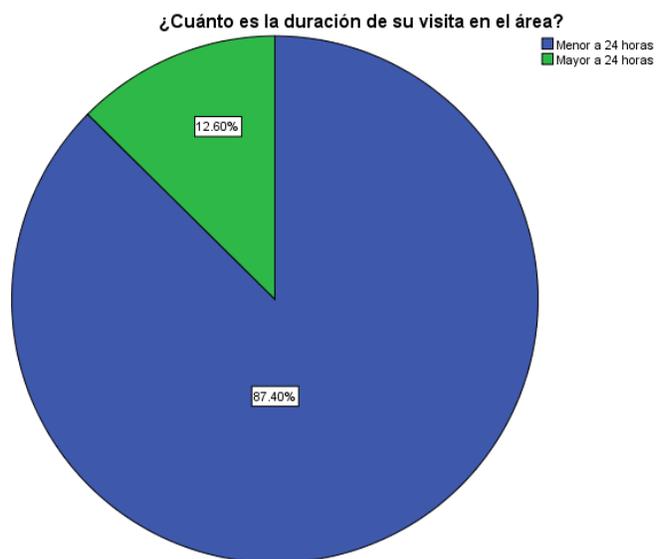
Duración de la visita Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos Menor a 24 horas	111	87.4	87.4	87.4
Mayor a 24 horas	16	12.6	12.6	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 55

Duración de la visita Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 87,40% de turistas encuestados visitan el área en menos de un día, solo el 12,60% pernoctan en el área natural.

Pregunta 12. Días que prefiere visitar el área.

Tabla 51

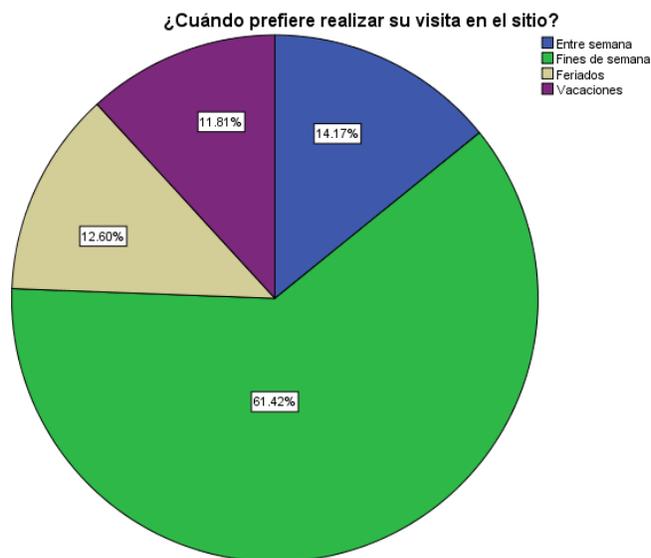
Días que prefiere visitar el área Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre semana	18	14.2	14.2	14.2
Fines de semana	78	61.4	61.4	75.6
Validos Feriados	16	12.6	12.6	88.2
Vacaciones	15	11.8	11.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 56

Días que prefiere visitar el área Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 61,42% de turistas encuestados prefieren ir al área los fines de semana, es decir, 6 de cada 10 turistas tienen esta preferencia. El 14,17% prefieren entre semana; el 12,60% se inclinan por días feriados y el 11,81% visita el área en vacaciones.

Pregunta 13. Horario de preferencia

Tabla 52

Horario de preferencia Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos 5:00 a 7:00	22	17.3	17.3	17.3
7:00 a 09:00	72	56.7	56.7	74.0
9:00 a 11:00	32	25.2	25.2	99.2
12:00 a 14:00	1	.8	.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 57

Horario de preferencia Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: La hora más elegida por los turistas es de 7:00 a 9:00, el 56,69% prefieren visitar el área en estas horas; el 25,20% lo hacen de 9:00 a 11:00; y el 17,32% eligen ir entre las 5:00 y 7:00. Solo el 0,79% prefiere acceder al Rucu Pichincha a partir de las 12:00.

Pregunta 14. Motivo de su visita

Tabla 53

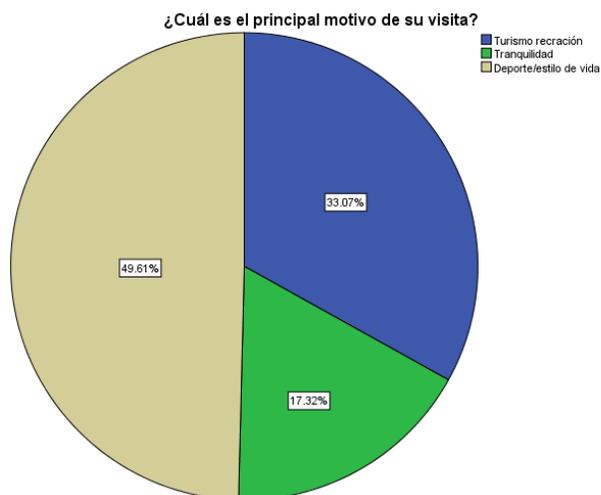
Motivo de su visita Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Turismo recreación	42	33.1	33.1	33.1
Tranquilidad	22	17.3	17.3	50.4
Validos Deporte/estilo de vida	63	49.6	49.6	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 58

Motivo de su visita Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El principal motivo que eligen los turistas es por Deporte/estilo de vida con un 49,61%; seguido por el turismo/recreación con un 33,07%; y con 17,32% por tranquilidad.

Pregunta 15. Alojamiento

Tabla 54

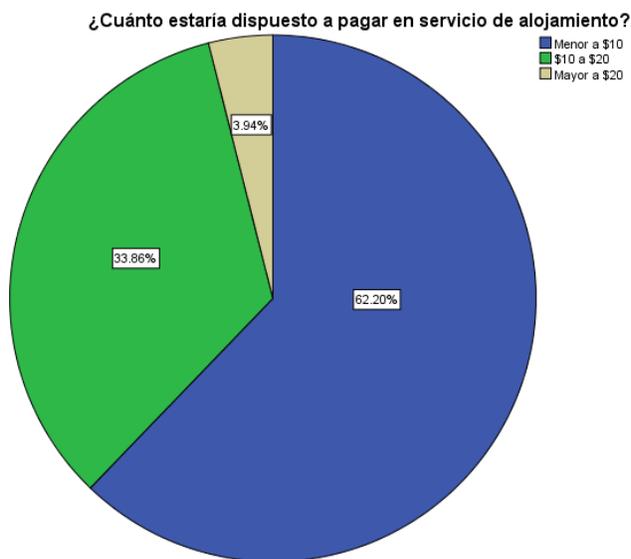
Alojamiento Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Menor a \$10	79	62.2	62.2
	\$11 a \$20	43	33.9	96.1
	Mayor a \$21	5	3.9	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 59

Alojamiento Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El porcentaje de turistas que estarían dispuestos a pagar por el servicio de alojamiento menos a \$10 es el 62,20% de encuestados, el 33.86% pagarían de \$11 a \$20; y solo el 3,94% pagarían un valor superior a los \$21.

Pregunta 16. Servicio de alimentación.

Tabla 55

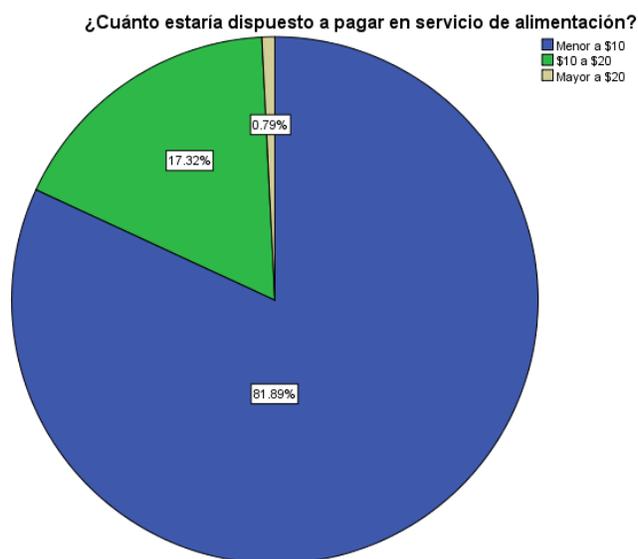
Servicio de alimentación Rucu Pichincha

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Menor a \$10	104	81.9	81.9	81.9
	\$11 a \$20	22	17.3	17.3	99.2
	Mayor a \$21	1	.8	.8	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 60

Servicio de alimentación Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 81,89% de turistas pagarían menos de \$10, el 17,32% pagarían entre \$11 a \$20, y el 0,79% pagaría un valor superior a los \$21.

Pregunta 17. Recreación

Tabla 56

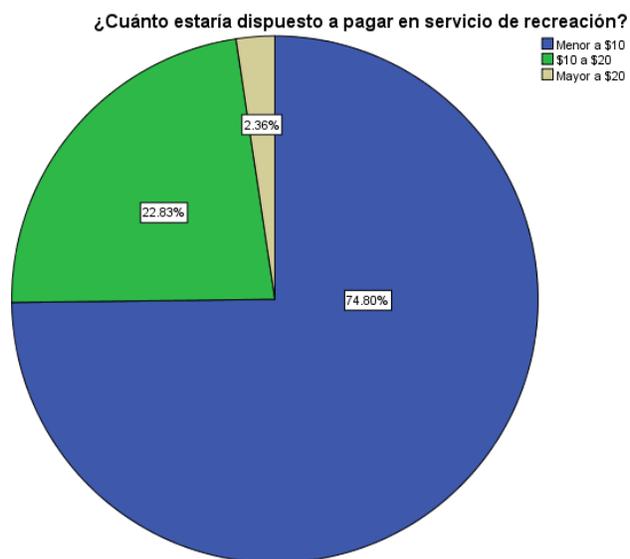
Recreación Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Menor a \$10	95	74.8	74.8
	\$11 a \$20	29	22.8	97.6
	Mayor a \$21	3	2.4	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 61

Recreación Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 74,80% de turistas pagarían menos de \$10 en recreación; el 22,83% pagarían entre \$10 y \$20; y solo el 2,36% un valor superior a los \$20.

Pregunta 18. Frecuencia que realiza turismo de montaña.

Tabla 57

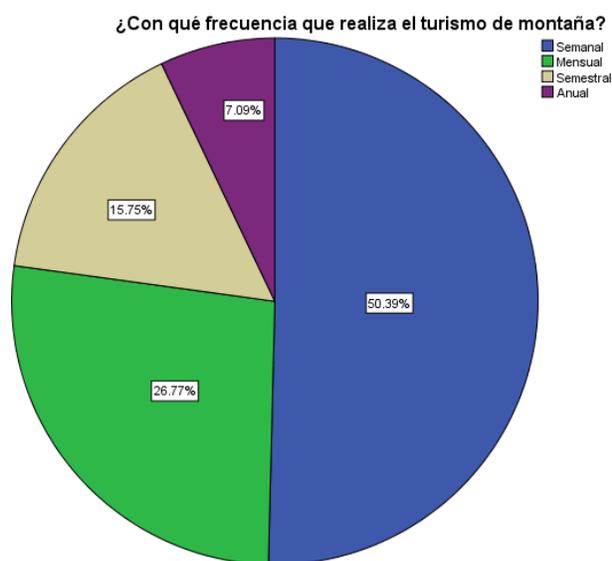
Frecuencia que realiza turismo de montaña Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Semanal	64	50.4	50.4	50.4
Mensual	34	26.8	26.8	77.2
Validos Semestral	20	15.7	15.7	92.9
Anual	9	7.1	7.1	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 62

Frecuencia que realiza turismo de montaña Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: De los turistas encuestados el 50,39% realizan turismo de montaña cada semana, el 26,77% lo realizan cada mes, el 15,75% lo hacen semestral, y solo el 7,09% lo realizan una vez al año.

Pregunta 19. Actividad que realiza

Tabla 58

Actividad que realiza Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Caminata	101	79.5	79.5
	Ciclismo	5	3.9	83.5
	Escalada	15	11.8	95.3
	Cabalgata	1	.8	96.1
	Acampada	5	3.9	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 63

Actividad que realiza Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: La actividad que más realiza el turista de montaña en el área natural es la caminata representado por el 79,53%, es decir, 8 de cada 10 personas encuestadas realizan esta actividad, el 3,94% hace ciclismo; el 11,81% realiza escalada en el Rucu Pichincha; el 3,94% va para acampar y el 0,79% prefiere la cabalgata.

Pregunta 20. Zona de Camping

Tabla 59

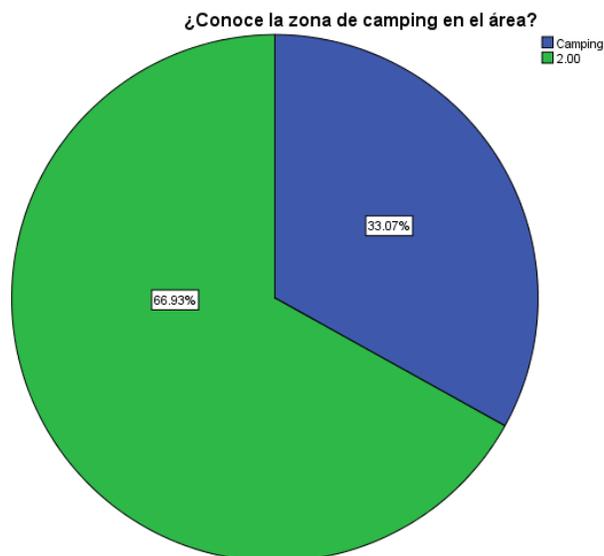
Zona de Camping Rucu Pichincha

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos SI	42	33.1	33.1	33.1
Validos NO	85	66.9	66.9	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 64

Zona de Camping Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: De las 127 encuestas realizadas el 66,93% de turistas encuestados no conocen la zona de camping, solo 3 de cada 10 turistas lo conocen (33,07%)

Pregunta 21. Cafetería

Tabla 60

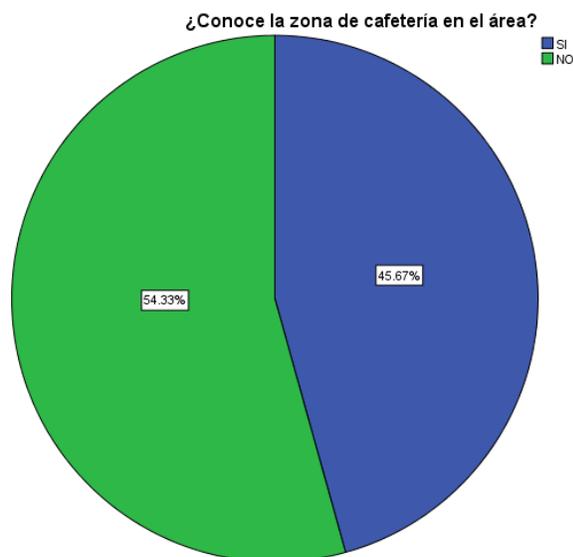
Cafetería Rucu Pichincha

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	58	45.7	45.7	45.7
	NO	69	54.3	54.3	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 65

Cafetería Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

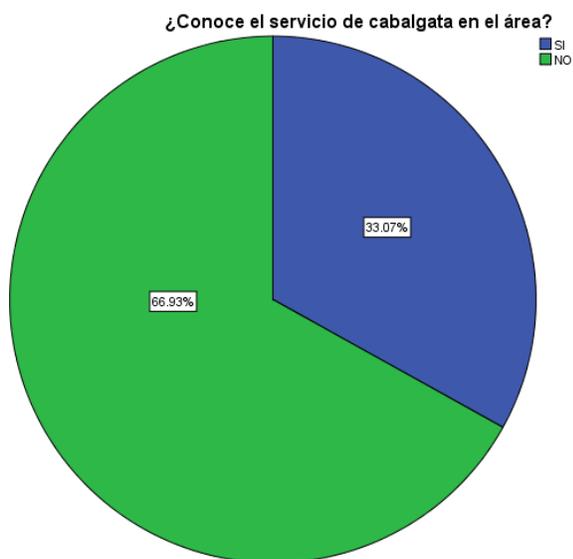
Análisis: El 54,33% de turistas no conoce zona de cafeterías en el área natural, el 45,67% si lo conocen.

Pregunta 22. Cabalgata

Tabla 61*Cabalgata Rucu Pichincha*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	42	33.1	33.1	33.1
	NO	85	66.9	66.9	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 66*Cabalgata Rucu Pichincha*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 66,93% de turistas encuestados no conocen el servicio de cabalgata en el área, el cual es realizado por la Comunidad San Francisco de Cruz Loma; el 33,07% si lo conoce.

Pregunta 23. Parapente

Tabla 62*Parapente Rucu Pichincha*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	13	10.2	10.2	10.2
	NO	114	89.8	89.8	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 67*Parapente Rucu Pichincha*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El servicio de parapente no es conocido en el área, solo 1 de cada 10 personas conocen esta actividad proporcionada por la comunidad San Francisco de Cruz Loma, es decir, el 89,76% no conocen.

Pregunta 24. Observación de aves

Tabla 63

Observación de aves Rucu Pichincha

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	28	22.0	22.0	22.0
	NO	99	78.0	78.0	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 68

Observación de aves Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: La mayoría de turistas no conocen la actividad de observación de aves, siendo el 77,95%.

Pregunta 25. Área de Fotografía

Tabla 64

Área de Fotografía Rucu Pichincha

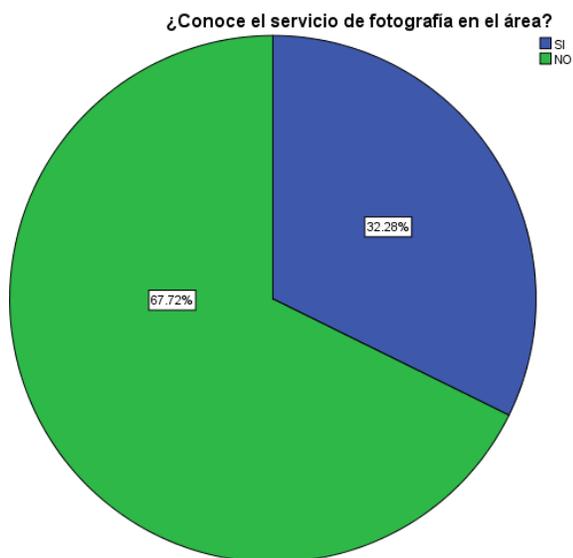
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	41	32.3	32.3	32.3
	NO	86	67.7	67.7	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 69

Área de Fotografía Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

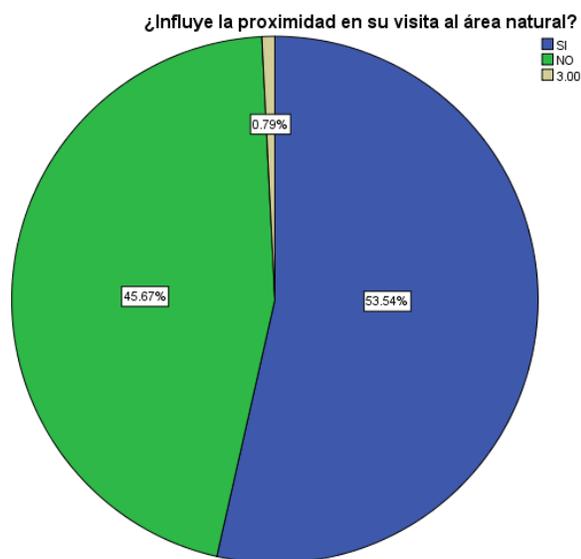
Análisis: El 32,28% si conocen este servicio o actividad que se puede realizar en el área, la gran mayoría (67,72%/ no lo conocen.

Pregunta 26. Proximidad

Tabla 65*Proximidad Rucu Pichincha*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	68	53.5	53.5	53.5
	NO	58	45.7	45.7	99.2
	-	1	.8	.8	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 70*Proximidad Rucu Pichincha*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 53,54% de los encuestados mencionan que la proximidad del área natural influye en su visita, sin embargo, el 45,67% consideran que este factor no influye.

Pregunta 27. Servicios que influyen en la visita

Tabla 66

Servicios que influyen en la visita Rucu Pichincha

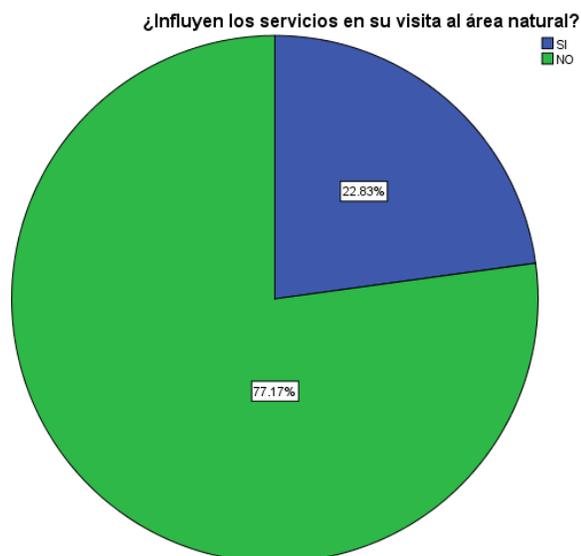
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	29	22.8	22.8	22.8
	NO	98	77.2	77.2	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 71

Servicios que influyen en la visita Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Los servicios del área no influyen en su visita al área lo mencionan en el 77,17% de turistas encuestados; el 22,83% mencionan que si influye.

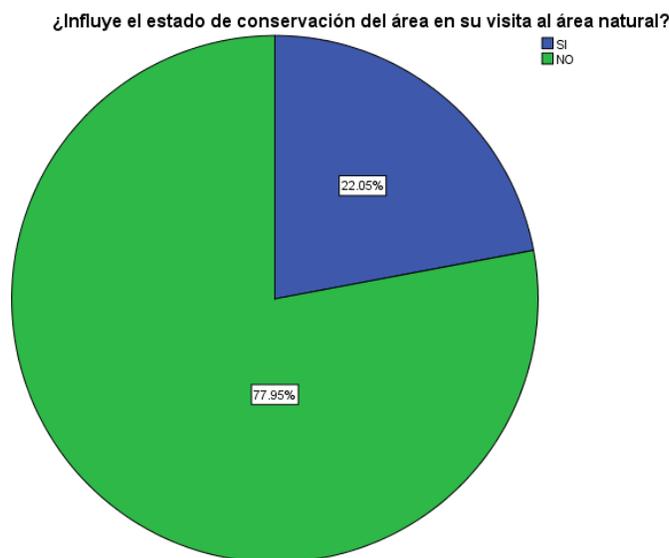
Pregunta 28. Estado de conservación

Tabla 67*Estado de conservación Rucu Pichincha*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	28	22.0	22.0	22.0
	NO	99	78.0	78.0	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 72*Estado de conservación Rucu Pichincha*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

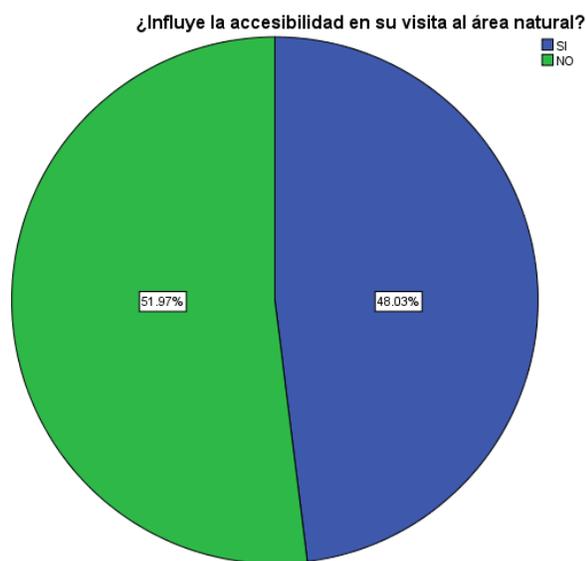
Análisis: El estado de conservación del área natural no influye en la visita del área natural lo mencionan el 77,95% de turistas.

Pregunta 29. Accesibilidad

Tabla 68*Accesibilidad Rucu Pichincha*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	61	48.0	48.0	48.0
Validos NO	66	52.0	52.0	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 73*Accesibilidad Rucu Pichincha*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: La accesibilidad es un factor influyente en la elección por parte de los turistas para el 48,03%, el 51,97% menciona que no influye en su visita.

Pregunta 30. Higiene y seguridad turística

Tabla 69

Higiene y seguridad turística Rucu Pichincha

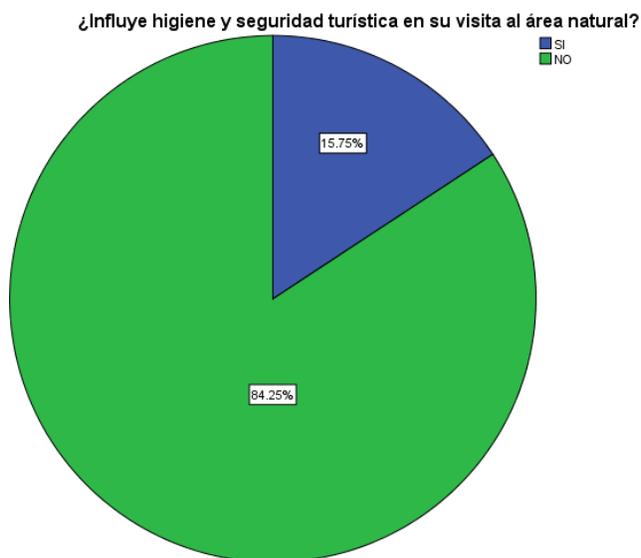
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	20	15.7	15.7	15.7
	NO	107	84.3	84.3	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 74

Higiene y seguridad turística Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: La higiene y seguridad turística influye solo en la cuarta parte de turistas encuestados (15,57%); la mayor parte que son el 84,25% mencionan que este no influye en su visita.

Pregunta 31. Actividades que influyen en la visita al área.

Tabla 70

Actividades que influyen en la visita al área Rucu Pichincha

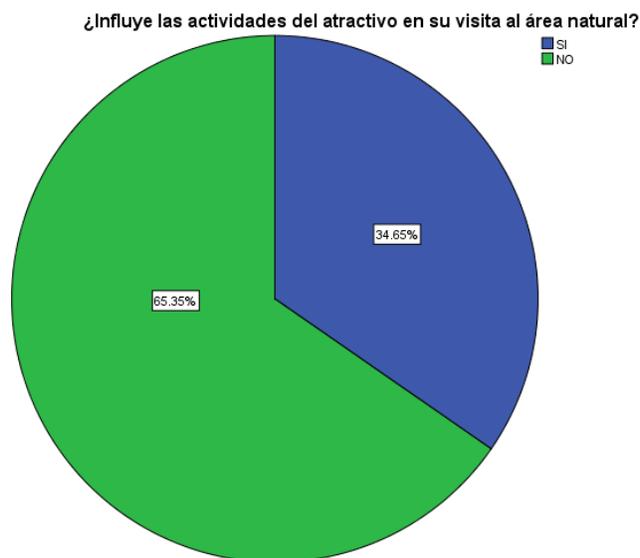
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	44	34.6	34.6	34.6
	NO	83	65.4	65.4	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Cerro Ilaló durante junio de

2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 75

Actividades que influyen en la visita al área Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: Las actividades complementarias en el Rucu Pichincha no influyen en el 65,35% de turistas encuestados para visitar el área.

Pregunta 32. Influencia de difusión y medios de promoción

Tabla 71

Influencia de difusión y medios de promoción Rucu Pichincha

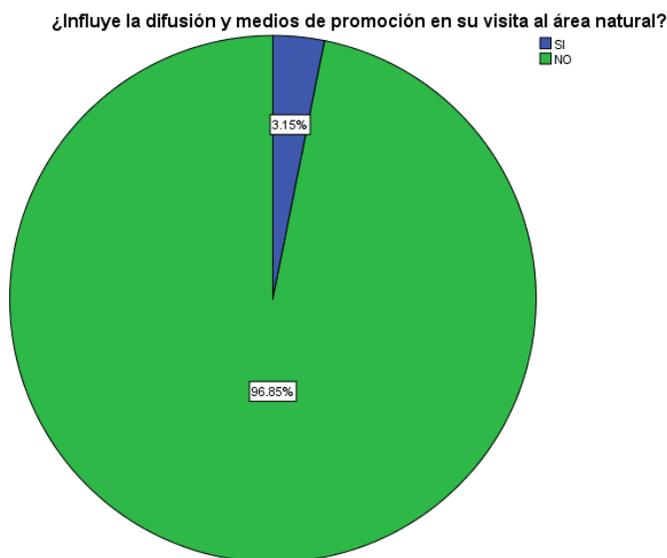
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SI	4	3.1	3.1	3.1
	NO	123	96.9	96.9	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 76

Influencia de difusión y medios de promoción Rucu Pichincha



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: La difusión y medios de promoción no influyen en la visita para casi todos los turistas encuestados que representan el 96,85%.

Pregunta 33. Tipo de calzado.

Tabla 72*Tipo de calzado Rucu Pichincha*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Zapatos de trekking	91	71.7	71.7	71.7
Validos Zapatos deportivos	36	28.3	28.3	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Rucu Pichincha durante

junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 77*Tipo de calzado Rucu Pichincha*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Rucu Pichincha durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127 respuestas.

Análisis: El 71,65% de turistas encuestados visitan el área natural con zapatos de trekking, el 28,35% lo realiza con deportivos.

Análisis Univariado Reserva Geobotánica Pululahua

Pregunta 1. Sexo

Tabla 73

Sexo RGP

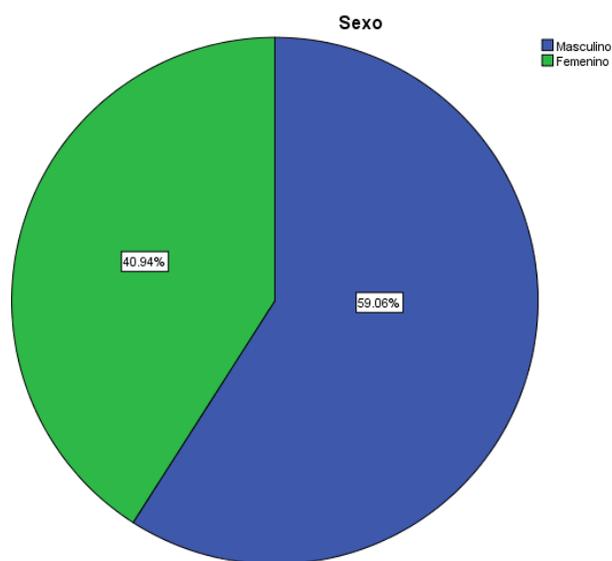
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	75	59.1	59.1	59.1
Validos Femenino	52	40.9	40.9	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 78

Sexo RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El 59,06% de turistas encuestados son de sexo masculino, y el 40,94% son femeninos.

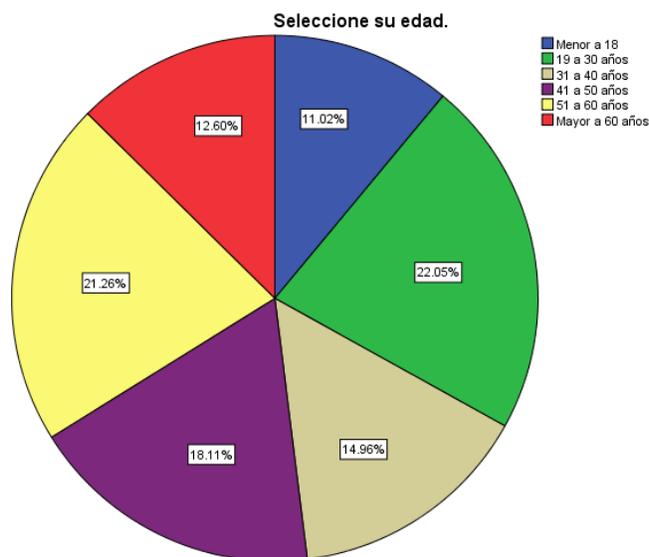
Pregunta 2. Edad

Tabla 74*Edad RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menor a 18	14	11.0	11.0	11.0
19 a 30 años	28	22.0	22.0	33.1
31 a 40 años	19	15.0	15.0	48.0
41 a 50 años	23	18.1	18.1	66.1
51 a 60 años	27	21.3	21.3	87.4
Mayor a 60 años	16	12.6	12.6	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS.

Figura 79*Edad RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: La mayoría de encuestados con un 22% y 21%, son edades entre los 19 y 30 años y los 51 y 60 años respectivamente.

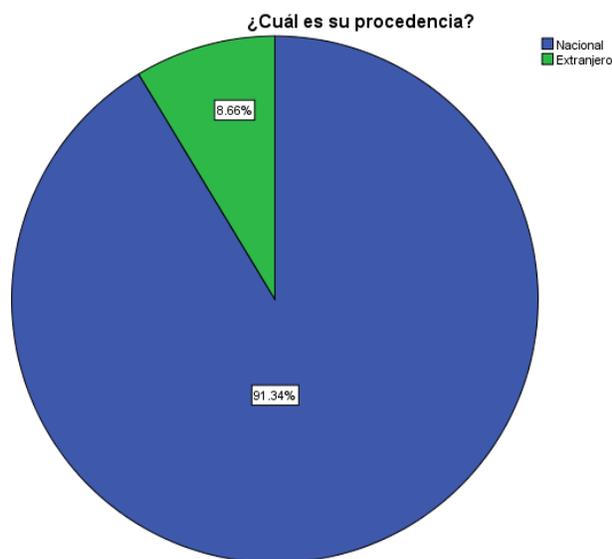
Pregunta 3. Procedencia

Tabla 75*Procedencia RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos Nacional	116	91.3	91.3	91.3
Validos Extranjero	11	8.7	8.7	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 80*Procedencia RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: 9 de cada 10 turistas encuestados son nacionales, solo el 8,66% son extranjeros.

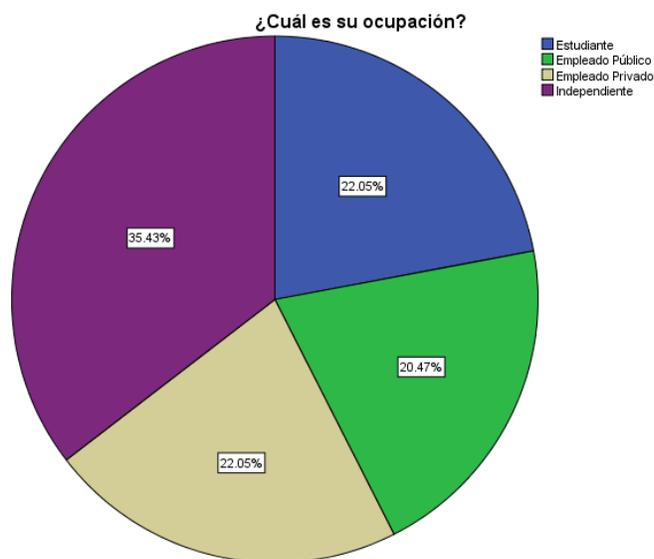
Pregunta 4. Ocupación

Tabla 76*Ocupación RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estudiante	28	22.0	22.0	22.0
Empleado Público	26	20.5	20.5	42.5
Validos Empleado Privado	28	22.0	22.0	64.6
Independiente	45	35.4	35.4	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 81*Ocupación RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El 35,43% de turistas encuestados son independientes; se muestra el mismo porcentaje de empleados privados y estudiantes con el 22,05% respectivamente; y un 20,47% son empleados públicos.

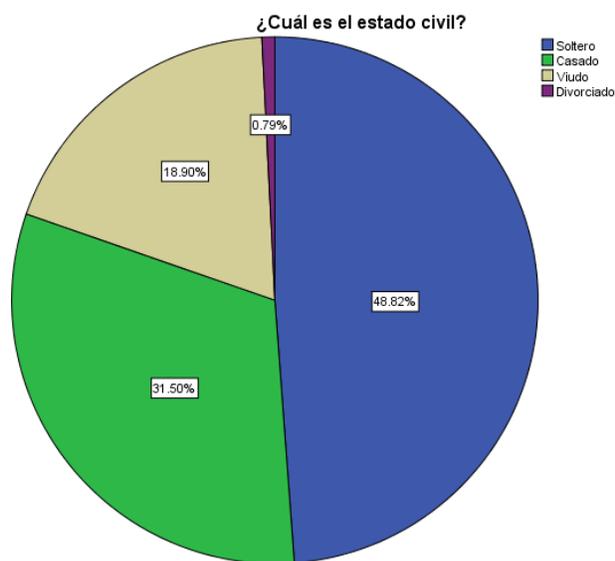
Pregunta 5. Estado Civil

Tabla 77*Estado Civil RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Soltero	62	48.8	48.8	48.8
Casado	40	31.5	31.5	80.3
Validos Viudo	24	18.9	18.9	99.2
Divorciado	1	.8	.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 82*Estado Civil RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: 5 de cada 10 turistas encuestados son solteros con un porcentaje del 48,82; el 31,50% son casados; el 18,90% corresponde a turistas viudos y solo el 0,79% son divorciados.

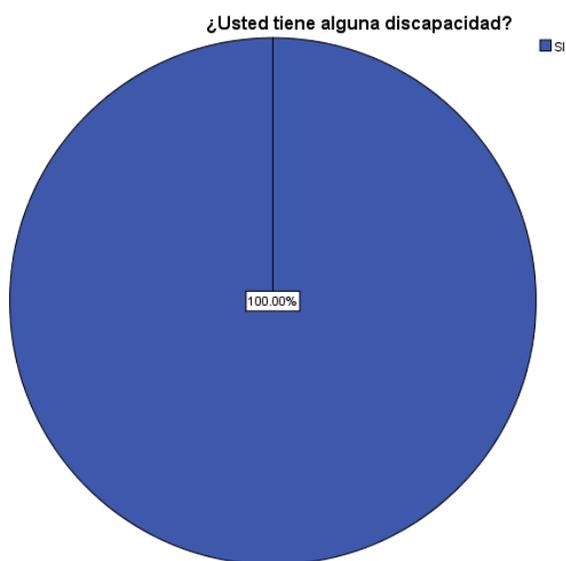
Pregunta 6. Discapacidad

Tabla 78*Discapacidad RGP*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	127	100.0	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 83*Discapacidad RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Ningún turista encuestado tiene algún tipo de discapacidad.

Pregunta 7. Visita El Área Por Primera Vez

Tabla 79

Visita del área RGP por primera vez

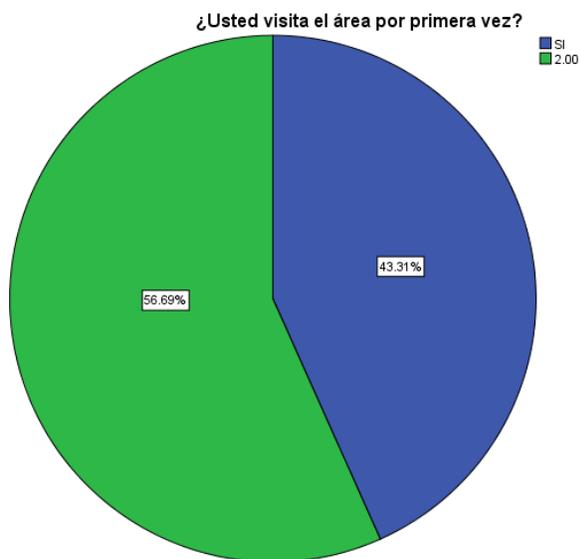
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos SI	55	43.3	43.3	43.3
Validos NO	72	56.7	56.7	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 84

Visita del área RGP por primera vez



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua

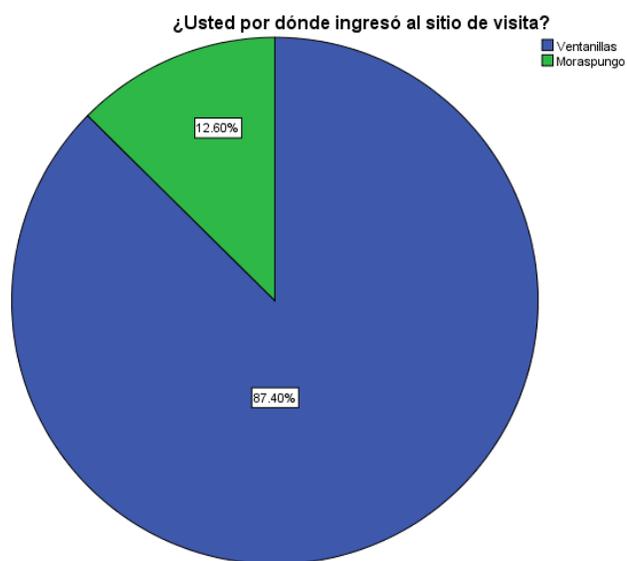
durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Hay una gran parte de turistas que visitan el área por primera vez, el 43,31% lo hacen; es decir, 4 de cada 10 personas encuestadas tienen la primera experiencia en el área natural.

Pregunta 8. Ingreso al área natural

Tabla 80*Ingreso al área natural RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido Ventanillas	111	87.4	87.4	87.4
Moraspungo	16	12.6	12.6	100.0
Total	127	100.0	100.0	

*Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica**Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS***Figura 85***Ingreso al área natural RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El 87,40% de turistas encuestados han ingresado por Ventanillas, en donde está la entrada principal a la Reserva Geobotánica; el 12,60% ingresó por Moraspungo.

Pregunta 9. Visita con guía certificado

Tabla 81

Visita con guía certificado RGP

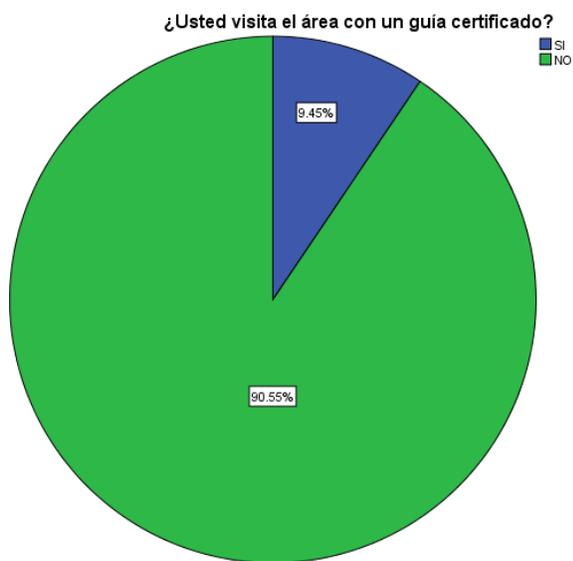
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	12	9.4	9.4	9.4
	NO	115	90.6	90.6	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 86

Visita con guía certificado RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: La mayoría de turistas encuestados no visitan el área con un guía certificado, representado por el 90,55% del total de encuestas.

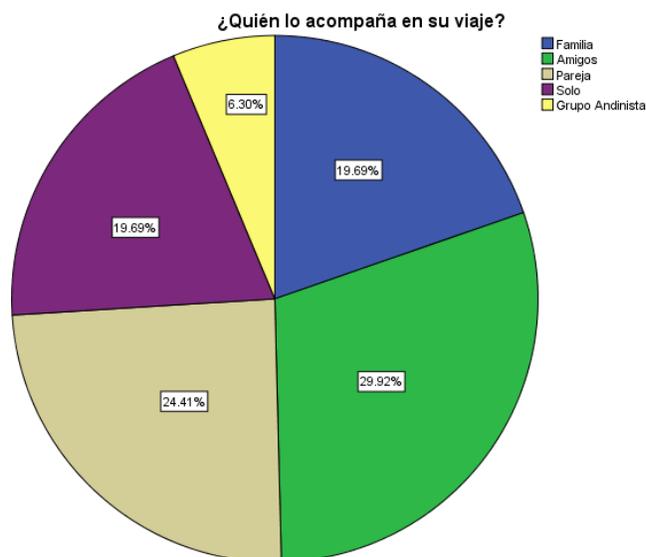
Pregunta 10. Acompañante del turista

Tabla 82*Acompañante del turista RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Familia	25	19.7	19.7	19.7
Amigos	38	29.9	29.9	49.6
Pareja	31	24.4	24.4	74.0
Solo	25	19.7	19.7	93.7
Grupo Andinista	8	6.3	6.3	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 87*Acompañante del turista RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Los datos son muy similares en quien acompaña al turista encuestado, el 29,92% lo acompaña sus amigos, el 24,41% realizan la actividad con su pareja, el 19,69% lo hacen solos de igual manera el 19,69 visita el área con su familia; el 6,30% lo realiza con algún grupo andinista o de montaña.

Pregunta 11. Duración de la visita

Tabla 83

Duración de la visita RGP

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos Menor a 24 horas	123	96.9	96.9	96.9
Mayor a 24 horas	4	3.1	3.1	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 88

Duración de la visita RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Casi el 100% de turistas encuestados visitan el área sin pernoctación que es el 95,85% del total de turistas de montaña.

Pregunta 12. Días que prefiere visitar el área

Tabla 84

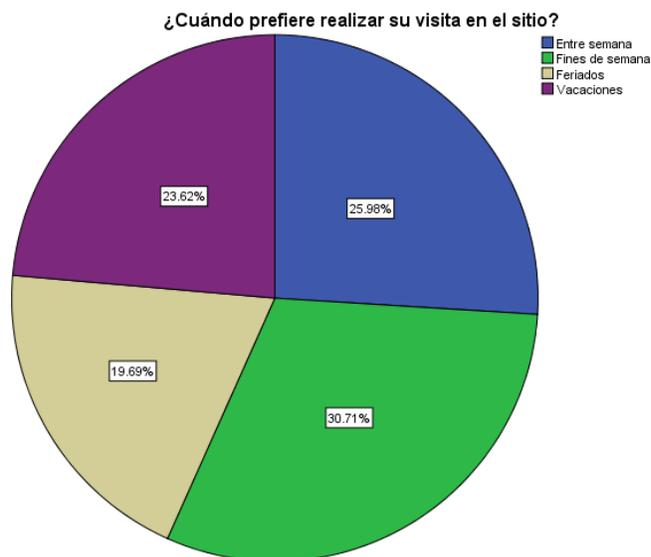
Días que prefiere visitar el área RGP

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre semana	33	26.0	26.0	26.0
Fines de semana	39	30.7	30.7	56.7
Validos Feriados	25	19.7	19.7	76.4
Vacaciones	30	23.6	23.6	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 89

Días que prefiere visitar el área RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Los fines de semana son los días preferidos por el turista encuestado para realizar actividades de montaña en el área, el 30,71% prefieren estos días; entre semana lo realizan el 25,98%; en vacaciones el 23,62% y el 19,69% en feriado.

Pregunta 13. Horario de preferencia

Tabla 85

Horario de preferencia RGP

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
5:00 a 7:00	39	30.7	30.7	30.7
7:00 a 09:00	77	60.6	60.6	91.3
Validos 9:00 a 11:00	9	7.1	7.1	98.4
12:00 a 14:00	2	1.6	1.6	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 90

Horario de preferencia RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Hay una preferencia significativa en el horario de preferencia del turista, 9 de cada 10 turistas visitan mencionan que prefieren visitar el área antes de las 9:00, el 30,71% de 5:00 a 7:00 y el 60,63% de 07:00 a 9:00; tan solo el 8,66% prefieren pasado las 9:00 de la mañana.

Pregunta 14. Motivo de su visita

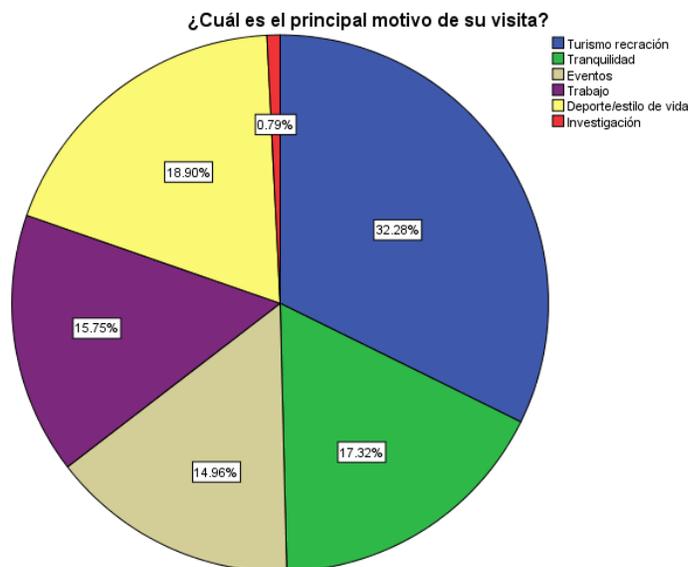
Tabla 86

Motivo de su visita RGP

	Frecuencia	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido				
Turismo recreación	41	32.3	32.3	32.3
Tranquilidad	22	17.3	17.3	49.6
Eventos	19	15.0	15.0	64.6
Trabajo	20	15.7	15.7	80.3
Deporte/estilo de vida	24	18.9	18.9	99.2
Investigación	1	.8	.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 91*Motivo de su visita RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El principal motivo de la visita del turista es por turismo-recreación con un 32,28%, de igual manera menciona el 18,90% que es por deporte o estilo de vida.

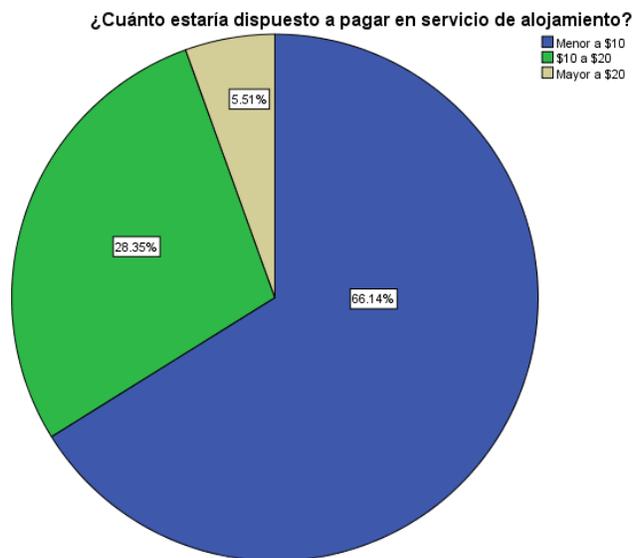
Pregunta 15. Alojamiento

Tabla 87*Alojamiento RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Menor a \$10	84	66.1	66.1
	\$11 a \$20	36	28.3	94.5
	Mayor a \$21	7	5.5	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 92*Alojamiento RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El valor que el turista estaría dispuesto a pagar por el servicio de alojamiento sería menor a \$20, 9 de cada 10 turistas encuestados mencionan eso, tan solo el 5,51% pagaría un valor superior a los \$20.

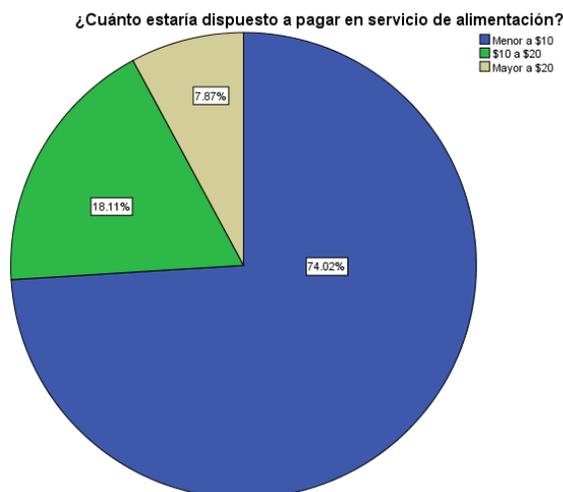
Pregunta 16. Servicio de alimentación.

Tabla 88*Servicio de alimentación RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos				
Menor a \$10	94	74.0	74.0	74.0
\$11 a \$20	23	18.1	18.1	92.1
Mayor a \$21	10	7.9	7.9	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 93*Servicio de alimentación RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El valor que el turista estaría dispuesto a pagar por el servicio de alimentación sería menor a \$20, 7 de cada 10 turistas encuestados mencionan eso, tan solo el 7,87% pagaría un valor superior a los \$20.

Pregunta 17. Recreación

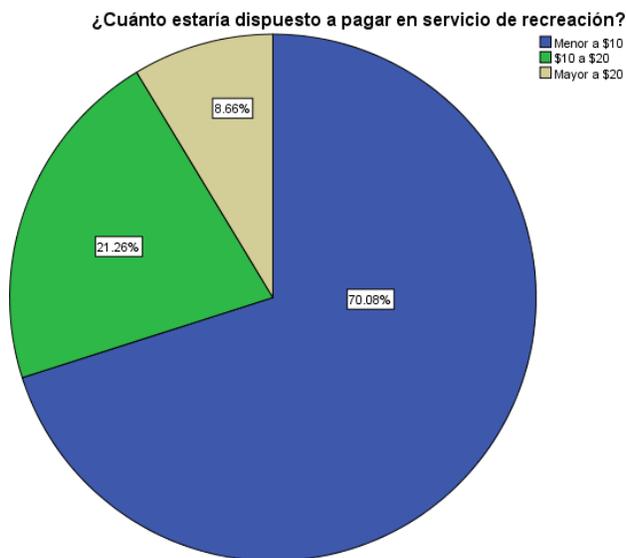
Tabla 89*Recreación RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menor a \$10	89	70.1	70.1	70.1
Validos \$11 a \$20	27	21.3	21.3	91.3
Mayor a \$21	11	8.7	8.7	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 94

Recreación RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El valor que el turista estaría dispuesto a pagar por el servicio de recreación sería menor a \$20, 9 de cada 10 turistas encuestados mencionan eso, tan solo el 8,86% pagaría un valor superior a los \$20.

Pregunta 18. Frecuencia que realiza turismo de montaña

Tabla 90

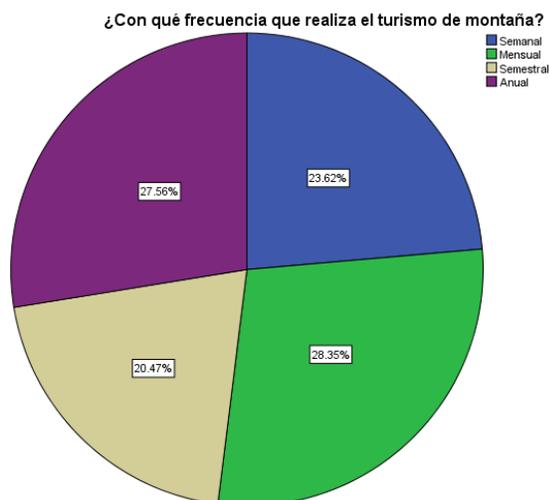
Frecuencia que realiza turismo de montaña RGP

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Semanal	30	23.6	23.6	23.6
Mensual	36	28.3	28.3	52.0
Validos Semestral	26	20.5	20.5	72.4
Anual	35	27.6	27.6	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 95

Frecuencia que realiza turismo de montaña RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El 28% de personas encuestadas realizan su visita de forma mensual seguido del 27% que visita la reserva anualmente. En porcentajes menores; 23% semanalmente y 20% semestralmente.

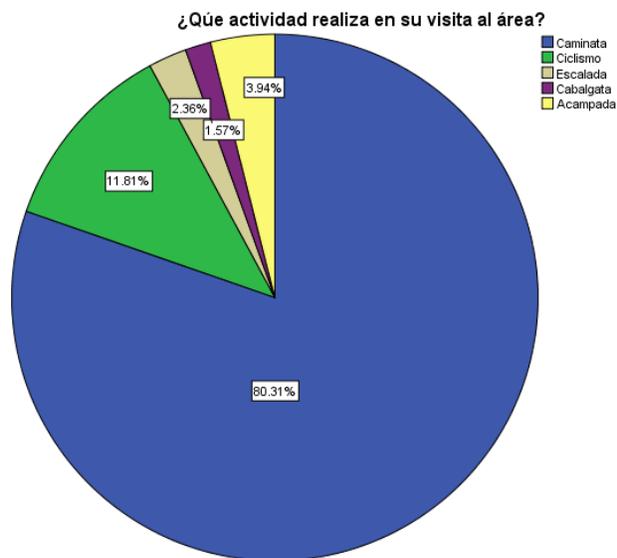
Pregunta 19. Actividad que realiza

Tabla 91

Actividad que realiza RGP

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos				
	Caminata	102	80.3	80.3
	Ciclismo	15	11.8	92.1
	Escalada	3	2.4	94.5
	Cabalgata	2	1.6	96.1
	Acampada	5	3.9	100.0
	Total	127	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 96*Actividad que realiza RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: 8 de cada 10 turistas realizan caminata en la Reserva Pululahua pues representan el 80,31%, seguido por el ciclismo el 11,81% se inclinan por esta actividad. Tan solo el 3,94% realiza acampada, el 2,36% escalada, y el 1,57% cabalgata.

Pregunta 20. Zona de Camping

Tabla 92*Zona de Camping RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos Si	124	97.6	97.6	97.6
No	3	2.4	2.4	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 97*Zona de Camping RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El 97,64% de turistas encuestados conocen la zona de camping que se oferta en el área natural, solo el 2,36% no lo conocen.

Pregunta 21. Zona de cafetería

Tabla 93*Zona de cafetería RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
.00	1	.8	.8	.8
Validos SI	10	7.9	7.9	8.7
NO	116	91.3	91.3	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 98

Zona de cafetería RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Zona de cafetería no conocen 9 de cada 10 personas encuestadas en el área, el 7,87% si lo conoce.

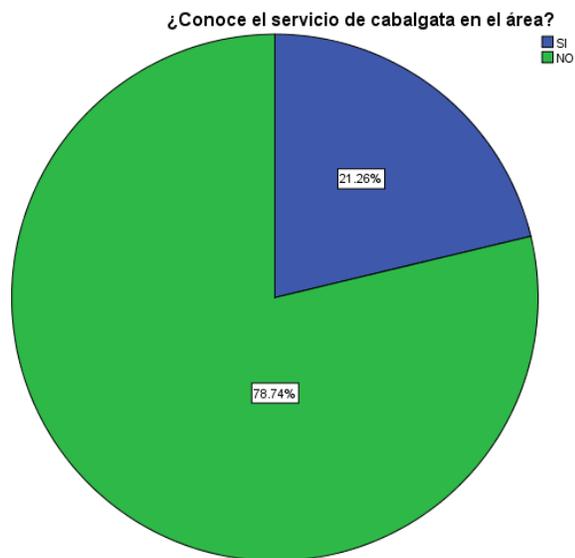
Pregunta 22. Cabalgata

Tabla 94

Cabalgata RGP

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos SI	27	21.3	21.3	21.3
Validos NO	100	78.7	78.7	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 99*Cabalgata RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

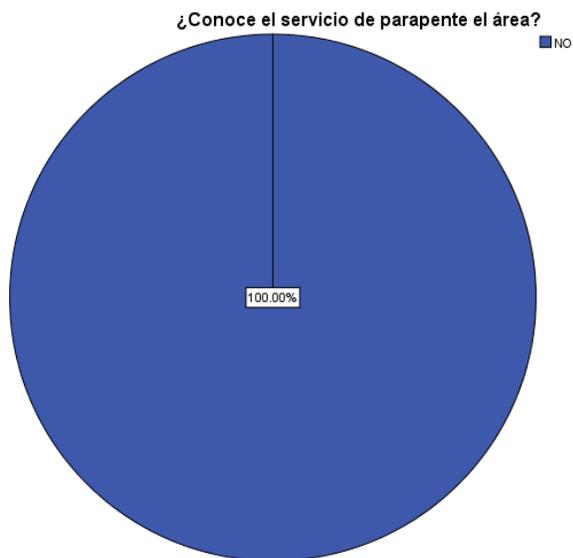
Análisis: El servicio de cabalgata que ofertan en su mayoría los prestadores de servicios, no son conocidos por el turista encuestado en una gran parte que son el 78,74%.

Pregunta 23. Parapente

Tabla 95*Parapente RGP*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	NO	127	100.0	100.0	100.0

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 100*Parapente RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Ningún turista encuestado conoce el servicio de parapente en el área.

Pregunta 24. Observación de aves

Tabla 96*Observación de aves RGP*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	21	16.5	16.5	16.5
	NO	106	83.5	83.5	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 101*Observación de aves RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El 16,54% de turistas encuestados conocen la zona de observación de aves en el área natural.

Pregunta 25. Área de Fotografía

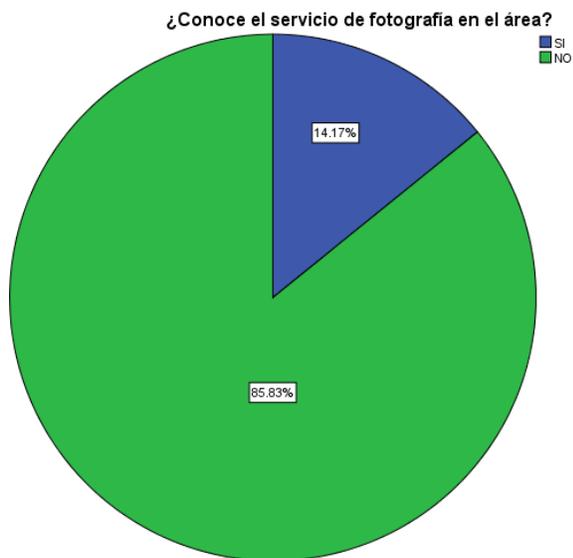
Tabla 97*Área de Fotografía RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido SI	18	14.2	14.2	14.2
Valido NO	109	85.8	85.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 102

Área de Fotografía RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: El 85,83% de turistas encuestados no conocen el servicio de fotografía en el área, solo el 14,17% realizan esta actividad.

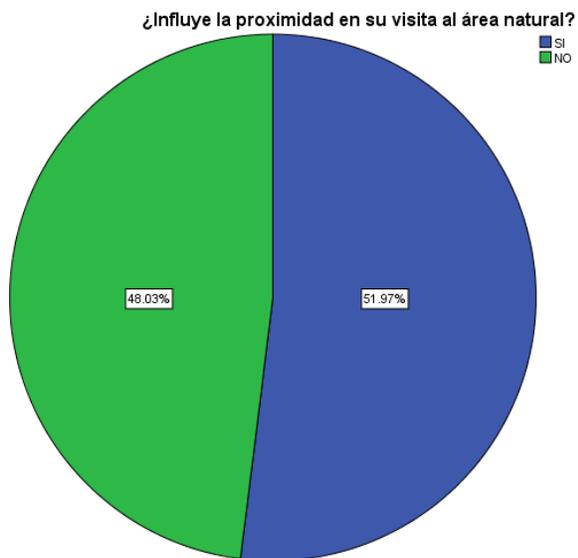
Pregunta 26. Proximidad

Tabla 98

Proximidad RGP

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	66	52.0	52.0	52.0
	NO	61	48.0	48.0	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 103*Proximidad RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: La proximidad está dividida en la influencia del turista en esta área, el 51,97% mencionan que si influye en su visita, y para el 48,03% no influye.

Pregunta 27. Servicios que influyen en la visita

Tabla 99

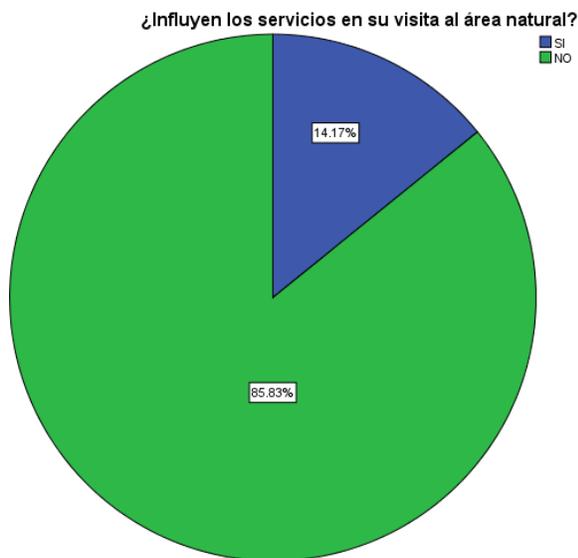
Servicios que influyen en la visita RGP

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido SI	18	14.2	14.2	14.2
Valido NO	109	85.8	85.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 104

Servicios que influyen en la visita RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Los servicios del área no influyen en la visita del turista en el área natural, solo el 14,17% mencionan que es un factor influyente para visitar el área.

Pregunta 28. Estado de Conservación

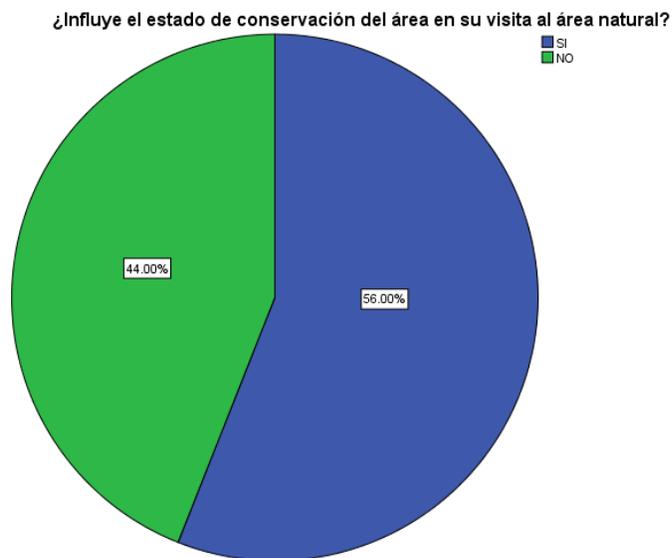
Tabla 100

Estado de Conservación RGP

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	70	55.1	56.0	56.0
	NO	55	43.3	44.0	100.0
	Total	125	98.4	100.0	
	-	2	1.6		
Total		127	100.0		

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 105*Estado de Conservación RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

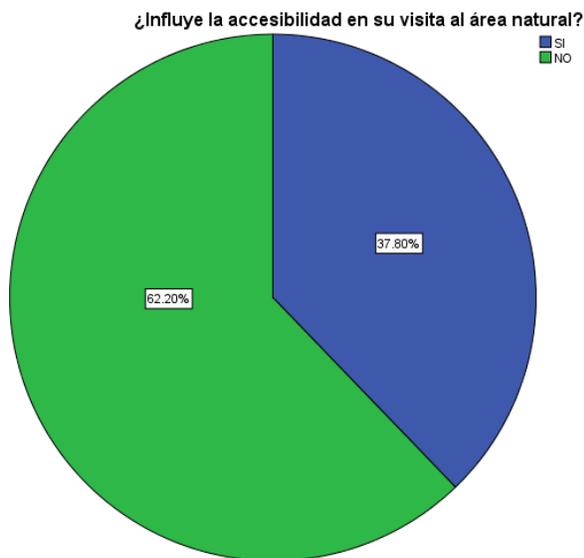
Análisis: El estado de conservación es influyente en la visita del área natural para el 56,00% de turistas encuestados.

Pregunta 29. Accesibilidad

Tabla 101*Accesibilidad RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido SI	48	37.8	37.8	37.8
Valido NO	79	62.2	62.2	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 106*Accesibilidad RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

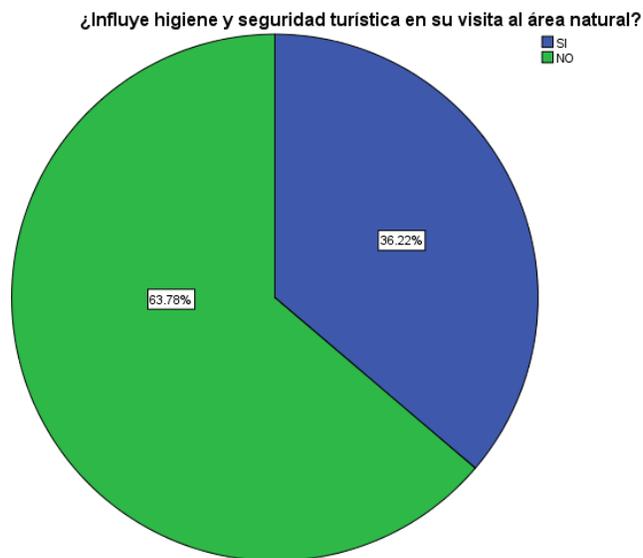
Análisis: La accesibilidad no influye en la visita del área natural por el 62,20% de turistas encuestados. El 37,80% mencionan que si es determinante en la elección de su visita.

Pregunta 30. Higiene y seguridad

Tabla 102*Higiene y seguridad turística RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido SI	46	36.2	36.2	36.2
Valido NO	81	63.8	63.8	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 107*Higiene y seguridad turística RGP*

Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Para los turistas de montaña encuestados en el área no es influyente en su visita la higiene y seguridad turística del Pululahua para el 63,78%, el 36,22% si lo consideran influyente.

Pregunta 31. Actividades que influyen en la visita al área

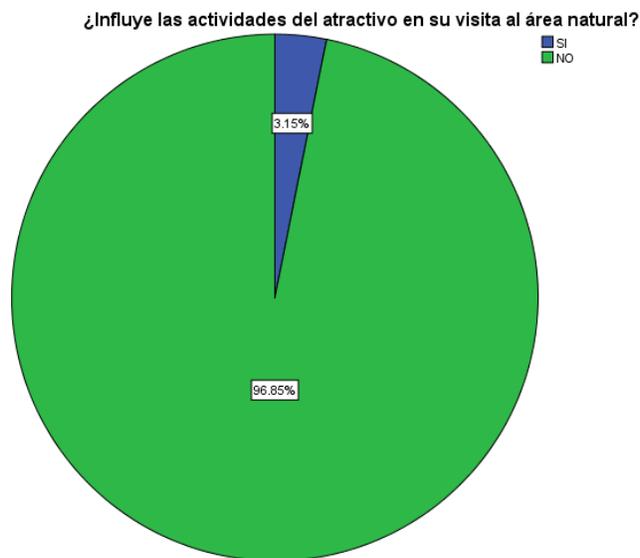
Tabla 103*Actividades que influyen en la visita al área RGP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido SI	4	3.1	3.1	3.1
Valido NO	123	96.9	96.9	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 108

Actividades que influyen en la visita al área RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Las actividades complementarias en el área natural no son influyentes para el 96,85% de turistas encuestados.

Pregunta 32. Influencia de difusión y medios de promoción

Tabla 104

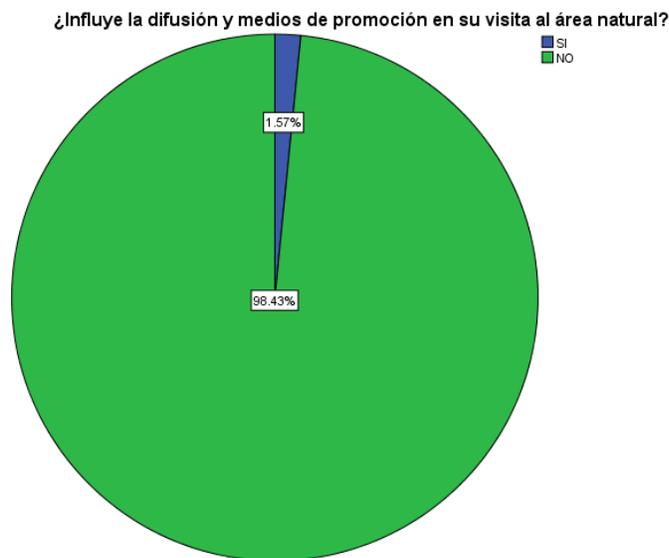
Influencia de difusión y medios de promoción RGP

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	2	1.6	1.6	1.6
	NO	125	98.4	98.4	100.0
	Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 109

Influencia de difusión y medios de promoción RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Casi el total de turistas encuestados no consideran que la difusión y medios de promoción sean influyentes en la visita, el 98,43% mencionan que no lo es.

Pregunta 33. Tipo de calzado

Tabla 105

Tipo de calzado RGP

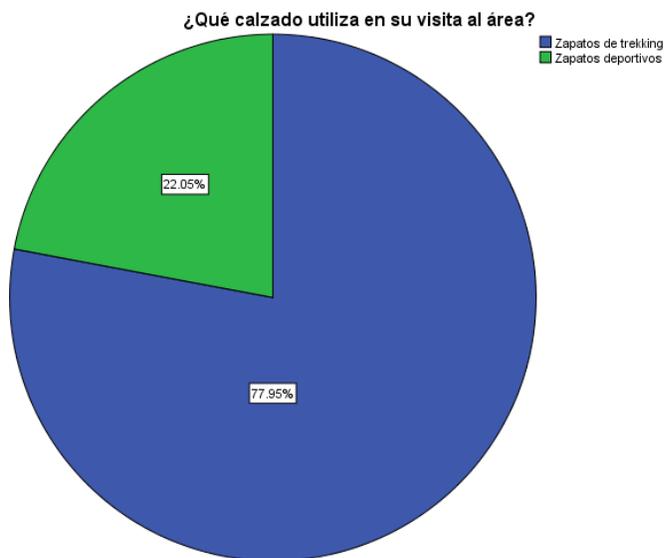
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		e	válido	acumulado
Zapatos de trekking	99	78.0	78.0	78.0
Valido Zapatos deportivos	28	22.0	22.0	100.0
Total	127	100.0	100.0	

Nota. Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña del Reserva Geobotánica

Pululahua durante junio de 2022. Tabla obtenida de análisis en SPSS

Figura 110

Tipo de calzado RGP



Nota: Resultado de la encuesta aplicada a turistas de montaña Reserva Geobotánica Pululahua durante junio de 2022. Gráfico de respuestas de encuestas. Número de respuestas: 127

Análisis: Los zapatos de trekking son usados por el 77,95% de turistas, solo 2 de cada 10 turistas encuestados utilizan zapatos deportivos para realizar turismo de montaña.

Análisis de Demanda

Perfil del Turista Ilaló

Figura 111

Perfil de Turista Ilaló



Perfil del Turista Rucu Pichincha.

Figura 112

Perfil del Turista Rucu Pichincha



Perfil del Turista Reserva Geobotánica Pululahua.

Figura 113

Perfil del Turista RGP



Análisis FODA Oferta

Figura 114

FODA Comunidad Ilaló



Figura 115

FODA Autoridades Ilaló

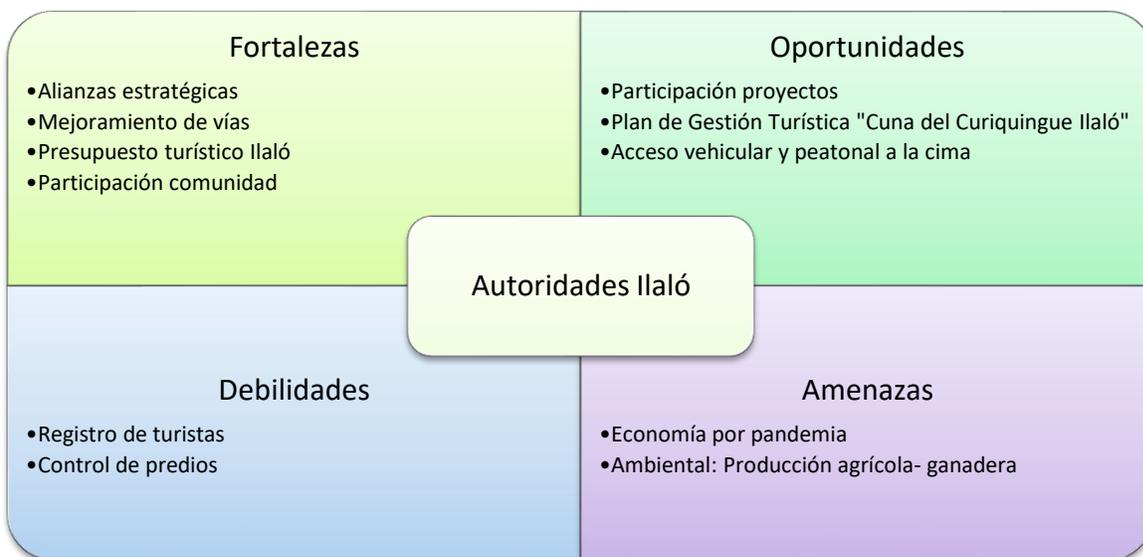


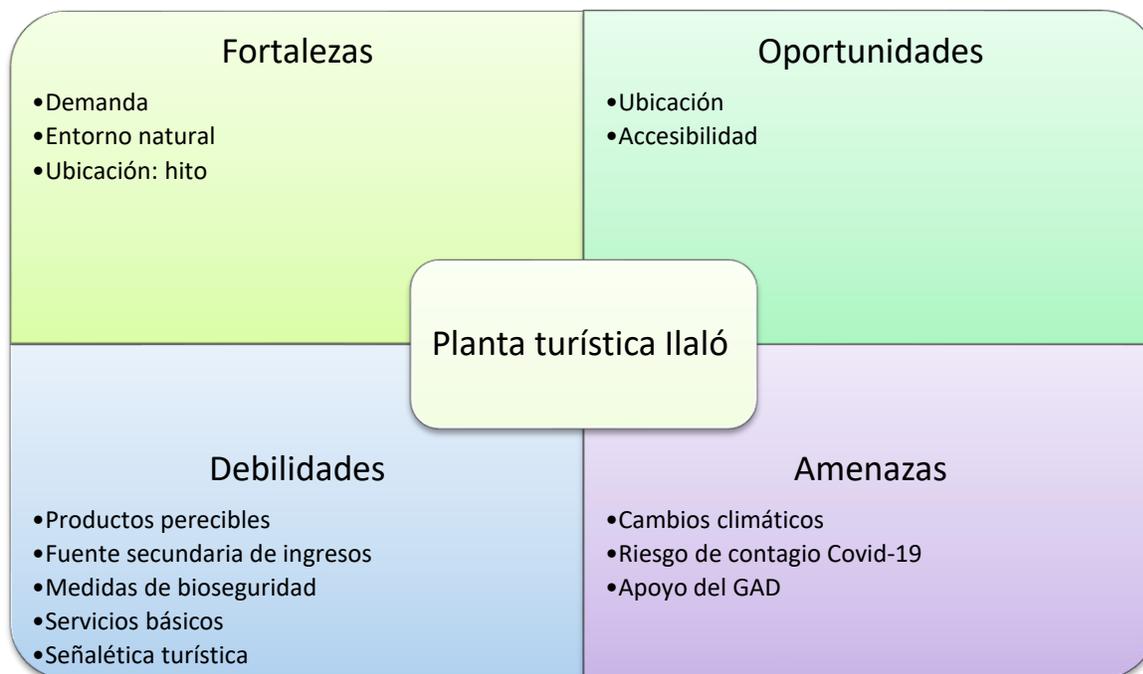
Figura 116*FODA Planta Turística Ilaló***Figura 117***FODA Comunidad Rucu Pichincha*

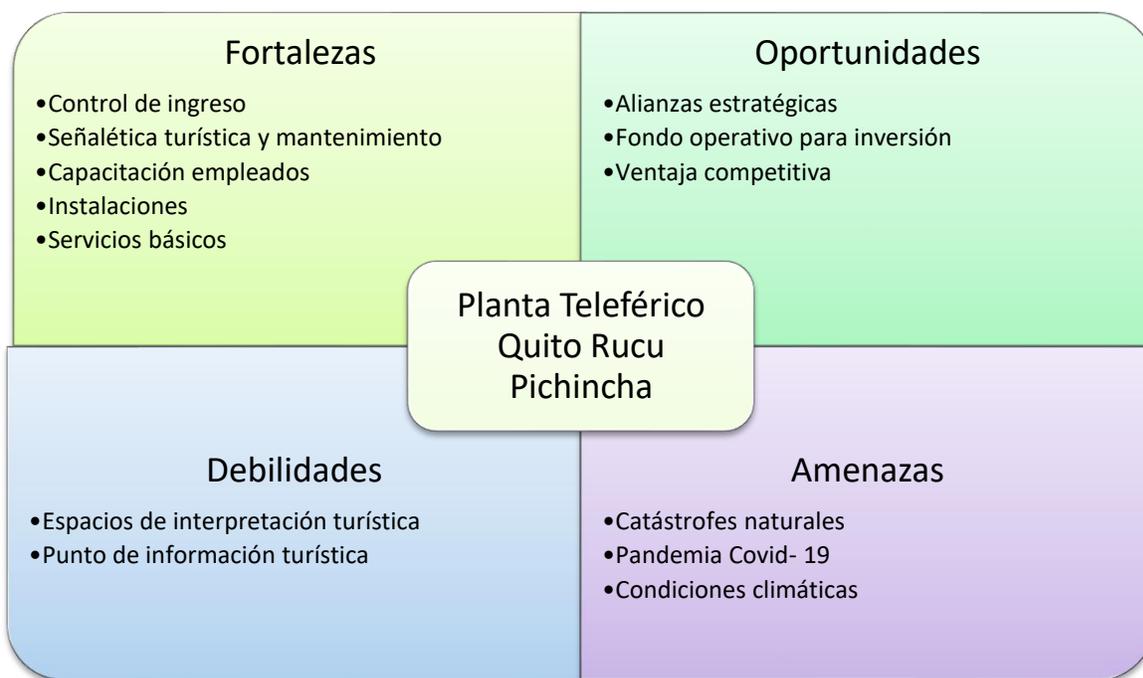
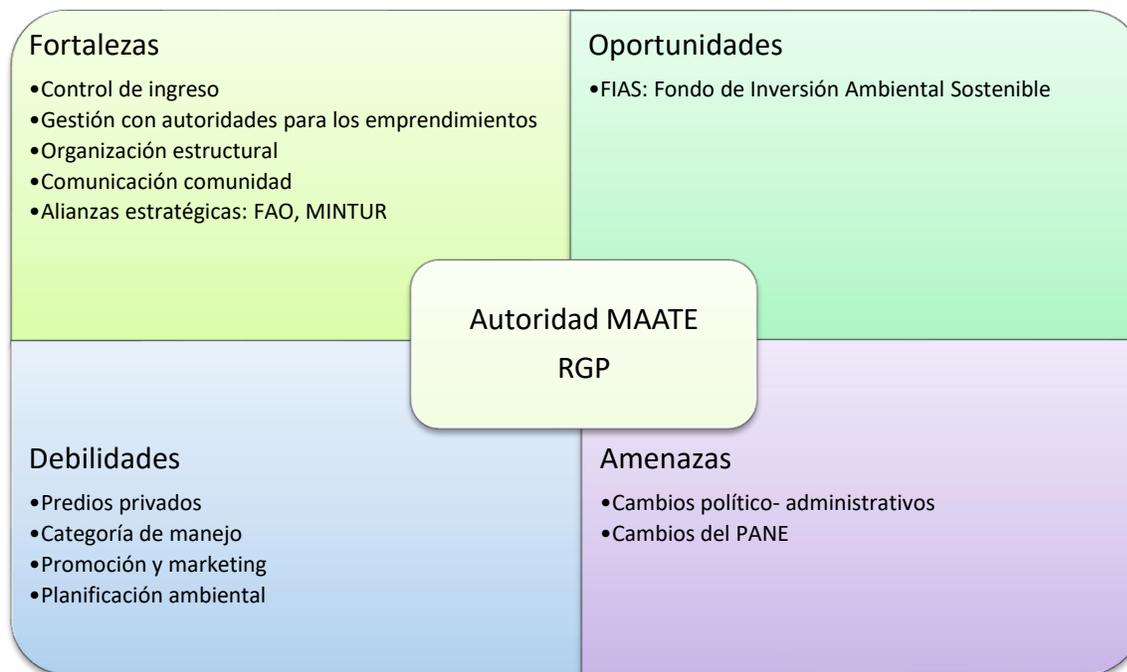
Figura 118*FODA Autoridad Rucu Pichincha***Figura 119***FODA Planta Turística Teleférico Quito Rucu Pichincha*

Figura 120

FODA Planta Alimentación y Cabalgatas Rucu Pichincha

**Figura 121**

FODA Comunidad RGP

Figura 122*FODA Autoridad RGP***Figura 123**

FODA Planta Turística RGP

Influencia del turismo de montaña en la Sostenibilidad

A continuación se presentan los modelos de cada área según el índice económico, social y ambiental, seguido de la validación del modelo predeterminadas de acuerdo a la Tabla 107 que muestra distintos estadísticos que determinan la aceptación del mismo. El software Stata, según Huber (2014) puede calcular dichas medidas de ajuste para el modelo. Además a través de la validación de hipótesis se determina la existencia o no de influencia de cada variable sobre la sostenibilidad.

La percepción del turista de montaña, bajo determinadas motivaciones ya sea esta por recreación o deporte, pretende medir la influencia de esta actividad sobre las dimensiones sostenibles, dadas en las siguientes hipótesis:

H1: El turismo de montaña es una modalidad sostenible económicamente.

H2: El turismo de montaña es una modalidad sostenible socialmente.

H3: El turismo de montaña es una modalidad sostenible ambientalmente.

Tabla 106

Estadísticos de bondad de ajuste

Estadístico de bondad de ajuste	Nivel aceptable	Criterio	Autor
Medidas de ajuste absoluto			
p valor Chi Cuadrado	Mayor a 0.05	Ajuste aceptable	(Escobedo Portillo et al, 2016, p. 20)
RMSEA	Menor a 0.07	Ajuste aceptable	(Flores- Flores, y otros, 2017)
Medidas de ajuste incremental			
CFI	Mayor a 0.90	Ajuste aceptable	(Escobedo Portillo et al, 2016, p. 20)
TLI	Mayor a 0.90	Ajuste aceptable	(Escobedo Portillo et al, 2016, p. 20)
Medidas basadas en residuos			
SRMR	Menor a 0.08	Ajuste aceptable	Flores et al. (2017, p. 259)
Coeficiente de Determinación R	De 0,33 a 0,66 moderado, superior a 0,67 óptimo	Ajuste aceptable	(Mendoza & Loaiza, 2021)

Nota. Adaptado de (Escobedo Portillo, Hernández Gómez, Estebané Ortega, & Martínez Moreno, 2016)

Los Índices presentados a continuación son tres por área: Índice de sostenibilidad- económico, Índice de sostenibilidad- social e Índice de sostenibilidad- ambiental, siendo cada uno el promedio de respuestas de los factores de las variables económico, social y ambiental respectivamente. Como se explicó anteriormente, en un inicio estas variables eran de tipo cualitativas (Totalmente de acuerdo a totalmente en desacuerdo) y a través del CATPCA pasaron a ser cuantitativas. Es así que según los modelos del presente capítulo se analiza la influencia de las variables de motivación e influencia de visita de los turistas en cada índice de sostenibilidad, cada uno por separado.

Los modelos son estimados a través de una simulación con los índices de medias de cada variable. Se visualiza en los modelos presentados al 90% de confianza, el resultado del mismo donde se identifica los coeficientes de correlación causal en una dirección unilateral que solo se toma en cuenta H1. Seguido de los modelos, se conciben tablas de las pruebas de hipótesis dentro de la investigación, donde; al ser p valor < a 0,05 son aceptadas, es decir se muestran como H1 y si p valor > a 0,05 no tienen influencia como H0.

Finalmente en cada índice, se corrobora la calidad de dicho modelo con estadísticas de bondad de ajuste que se sustentan de la Tabla 107. Debido a la muestra del estudio alta este ajuste se ve afectado y además del ajuste con el análisis de Chi cuadrado donde el valor p no acepta H0, se debe analizar otros datos estadísticos.

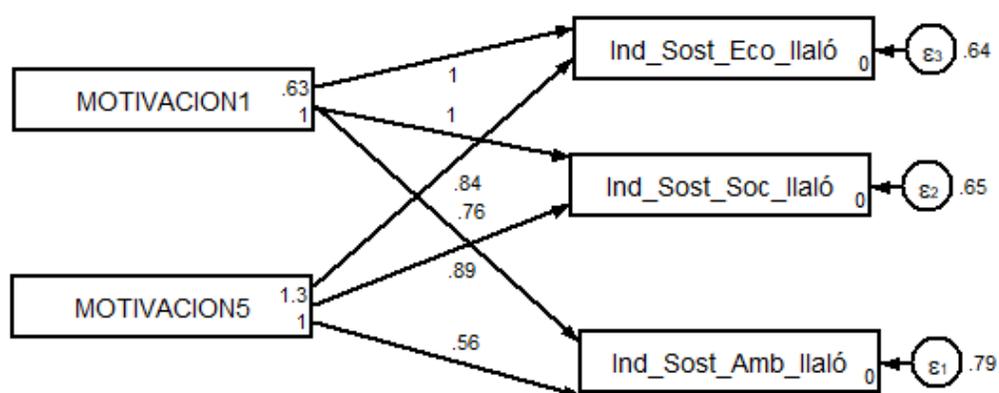
Influencia de sostenibilidad según la motivación

Para el siguiente análisis se toma en cuenta la siguiente codificación; dentro de las motivaciones se encuentra MOTIVACIÓN1 representando a turismo/recreación y MOTIVACIÓN5 para el deporte/estilo de vida. Además los “Ind_Sos”, representan los índice de sostenibilidad, de cada ámbito en cuanto a lo económico, social y ambiental.

Ilaló. Se observa que hay una influencia significativa de ambas motivaciones, tanto del turismo/recreación como del deporte como estilo de vida hacia la sostenibilidad del Ilaló. Según la percepción del turista, al realizar turismo por necesidad de recreación existe una influencia del 100% en la economía y la parte social del área natural Ilaló, además un 76% en la parte ambiental. El deporte/estilo de vida como motivación principal de visita influye en un 84% y 89% en lo económico y social, respectivamente. El mismo es influyente en menor medida en la parte ambiental.

Figura 124

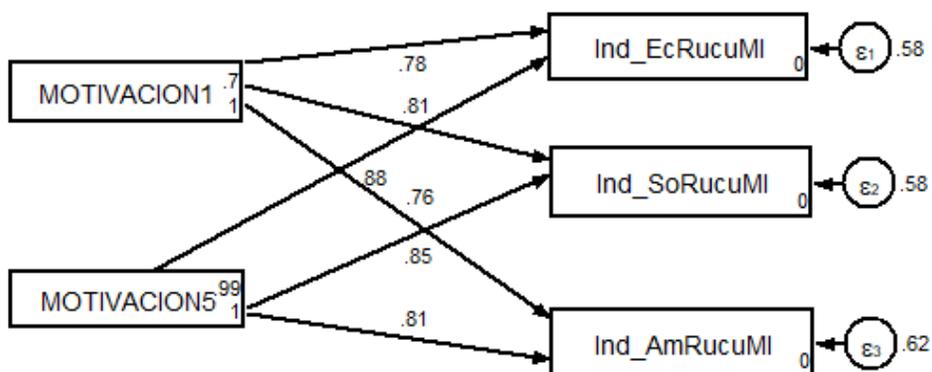
Influencia Según Motivación Ilaló



Rucu Pichincha. En el área natural, existe una relación significativa entre el turismo/recreación y el deporte en la sostenibilidad, como indica la Figura 115. Cuando el turista toma como motivación la recreación, el Rucu Pichincha se ve influenciado; en un 78% en la dimensión económica, un 81% en lo social y un 76% en la parte ambiental. Asimismo, el deporte como estilo de vida influye; en un 88% en la dimensión económica, en un 76% en lo social y un 81% en la parte ambiental.

Figura 125

Influencia Según Motivación Rucu



Reserva Geobotánica Pululahua. Se observa en la Figura 116 que hay una influencia significativa únicamente de la motivación de recreación, tanto del turismo/recreación como del deporte como estilo de vida hacia la sostenibilidad del Pululahua. Los turistas que visitan el área por recreación, perciben una influencia hacia lo económico del 52%, de lo social en un 50% y de la parte ambiental 47%, por lo tanto existe un mayor porcentaje en la influencia en la parte ambiental. Al hablar de los turistas que se ven motivados por hacer deporte, la influencia no se toma en cuenta puesto que no es significativa.

Figura 126

Influencia Según Motivación Pululahua

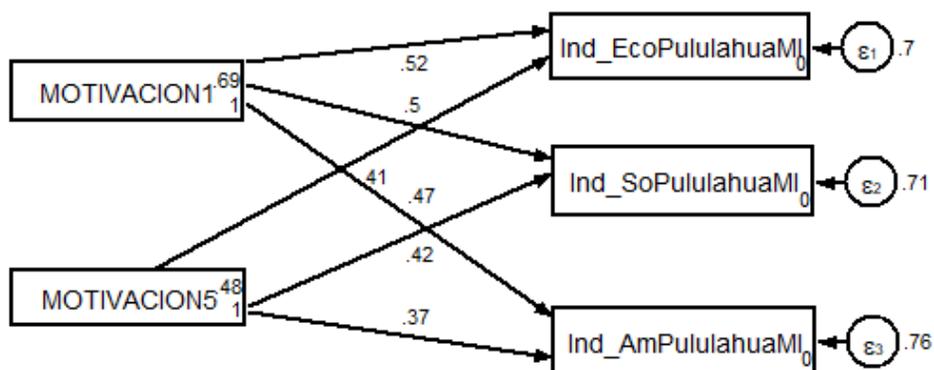


Tabla 107*Estadístico de Bondad de Ajuste Modelos Motivación*

Estadístico de bondad de ajuste			
Medidas basadas en residuos			Área natural
CD	0.583	Residuo cuadrático medido estandarizado	Ilaló
CD	0.673	Residuo cuadrático medido estandarizado	Rucu Pichincha
CD	0.534	Residuo cuadrático medido estandarizado	Reserva Geobotánica Pululahua

Nota. Cada modelo tuvo un valor de p que aprueba la hipótesis, por lo que su coeficiente es válido.

Influencia de sostenibilidad de acuerdo a lo que influencia la visita

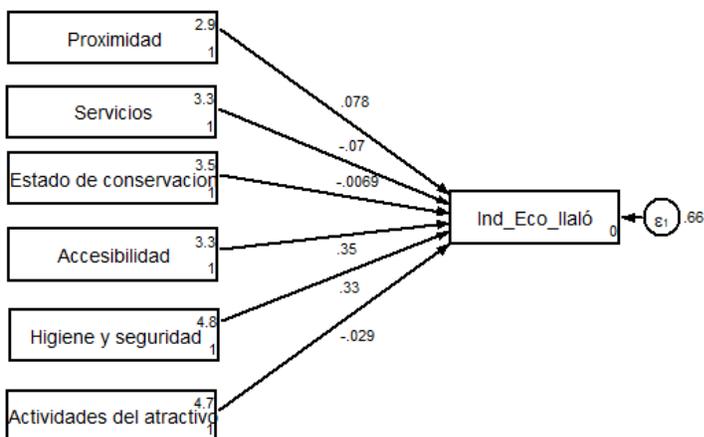
Resultado Ilaló

Índice de sostenibilidad- económico del Ilaló. El modelo de la Figura 117 es aprobado por el estadístico SRMR con un 0.008. En los primeros resultados del coeficiente del SPSS, se visualizan de acuerdo al valor de p, aquellas variables aprobadas para ser consideradas sobre la economía del área Ilaló (H1). De esta manera: E1, E3 y E5 tienen una influencia del 24%, 27% y 22% respectivamente en la economía del Ilaló, siendo estos porcentajes no influyentes, se procede a realizar un segundo modelo.

Modelo de ecuación estructural inicial. Se observa en la Figura 117.

Variables endógenas: Índice Económico Ilaló

Variables exógenas: Proximidad (Elemento1 en adelante E1), Servicios (Elemento2 en adelante E2), Estado de conservación (Elemento3 en adelante E3), Accesibilidad (Elemento4 en adelante E4), Higiene y seguridad (Elemento5 en adelante E5), Actividades del Atractivo (Elemento6 en adelante E6).

Figura 127*Modelo Índice Económico Ilaló*

Modelo de ecuación estructural final. Se observa en la Figura 118 el porcentaje de influencia desde la motivación hacia los elementos clave, y de estos hacia el índice sostenible. Para este modelo se toma en cuenta: el Modelo de “Influencia Según Motivación Ilaló”, donde M5 tiene mayor valor sobre el índice económico, y el modelo de la Figura 117 con los valores más altos de E4 y E5.

Figura 128*Modelo 2 Eco_Ilaló*

Los turistas que realizan este deporte como estilo de vida consideran importante la higiene y seguridad para visitar el área, lo cual genera una influencia del 79% en la economía del Ilaló.

Tabla 108

Prueba de Hipótesis en la Investigación Ind_Eco_Ilaló

Variables	Coefficiente	P> z 	H0	H1
M5- E4	.6126966	0.000		X
M5- E5	.6154083	0.000		X
E4-IEI	.203455	0.038		X
E5-IEI	.7894403	0.000		X

Entonces, se concluye que según la percepción de los turistas:

- a. La recreación como actividad del turismo de montaña, influye en un 60% en los elementos que consideran clave para visitar el área, siendo estos la accesibilidad y la higiene y seguridad.
- b. Aquellos turistas que toman en cuenta la higiene y seguridad, hayan una influencia del 79% en la economía del Ilaló.

Índice de sostenibilidad- social del Ilaló. El modelo de la Figura 119 es aprobado por el estadístico SRMR con un 0.001. En los primeros resultados del coeficiente del SPSS, se visualizan de acuerdo al valor de p, aquellas variables aprobadas para ser consideradas sobre la economía del área Ilaló (H1). De esta manera, E4 y E5 tienen una influencia del 35% y 33% respectivamente en la parte social del Ilaló, sin ser representativas sobre el índice.

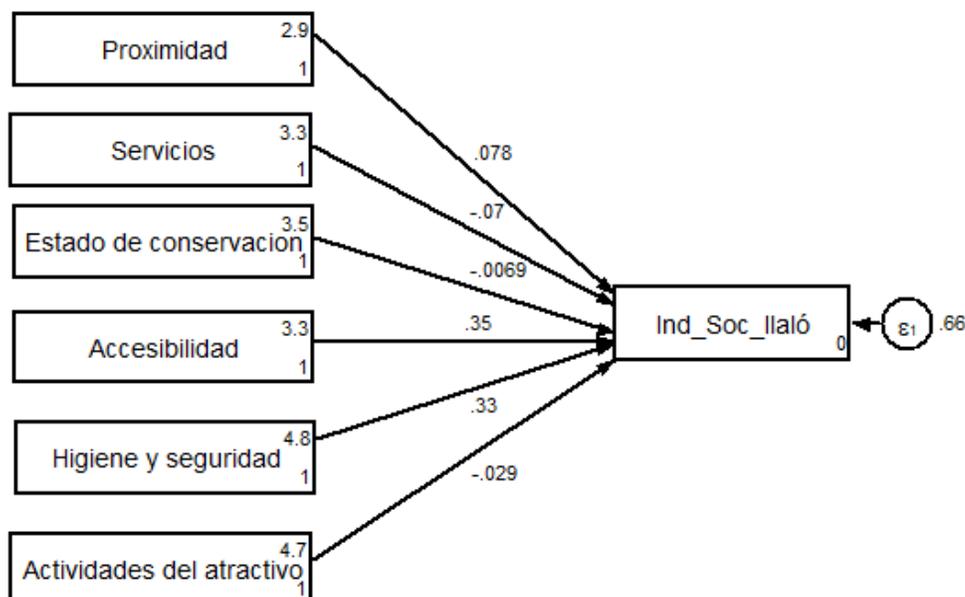
Modelo de ecuación estructural inicial. Se observa en la Figura 119.

Variables endógenas: Índice Social Ilaló

Variables exógenas: E1, E2, E3, E4, E5, E6.

Figura 129

Modelo Índice Social Ilaló



Modelo de ecuación estructural final. Se observa en la Figura x el porcentaje de influencia desde la motivación hacia los elementos clave, y de estos hacia el índice sostenible. Para este modelo se toma en cuenta: el Modelo de “Influencia Según Motivación Ilaló”, donde M1 tiene mayor valor sobre el índice económico, además el modelo de la Figura 119 con los valores más altos de E4 y E5. Sin embargo no se aprueba el modelo con un CD de 0.317, se retoma el modelo anterior, se adjunta la Figura 120 como única constancia de modelos que no son aprobados por los estadísticos.

Figura 130

Modelo 2 Soc_Ilaló

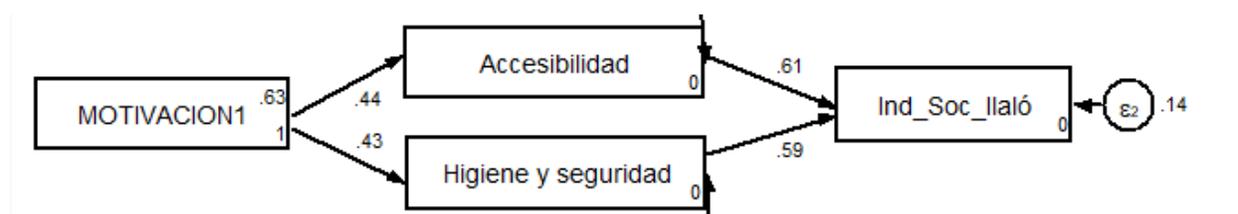


Tabla 109

Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Soc_Ilaló

Variables	Coefficiente	P> z 	H0	H1
E1	.0787904	0.297	X	
E2	-.1121237	0.119	X	
E3	.1132961	0.131	X	
E4	.3898568	0.000		X
E5	.0221263	0.735	X	
E6	.2601454	0.000		X

- a. Los turistas que ven importante la accesibilidad, creen que el turismo tiene una influencia del 39% sobre la comunidad del Ilaló, sin ser este valor representativo.
- b. Las actividades turísticas como influencia en la visita del área tienen una repercusión del 26% en la comunidad.

Índice de sostenibilidad- ambiental del Ilaló. El modelo de la Figura 121 es aprobado por el estadístico SRMR con un 0.003, RMSEA 0.000, CFI 1.000 y TLI 1.237. En la Tabla 111 se visualizan de acuerdo al valor de p aquellas variables con influencia sobre la economía del área Ilaló siendo estas H1. De esta manera, E4 tiene una influencia del 31% en la sostenibilidad ambiental del Ilaló, sin ser representativo su coeficiente.

Se analizó la posibilidad de un segundo modelo sin embargo, no fue aprobado por ningún estadístico.

Modelo de ecuación estructural inicial. Se observa en la Figura 121.

Variables endógenas: Índice Ambiental Ilaló

Variables exógenas: E1, E2, E3, E4, E5, E6.

Figura 131

Modelo Índice Ambiental Ilaló

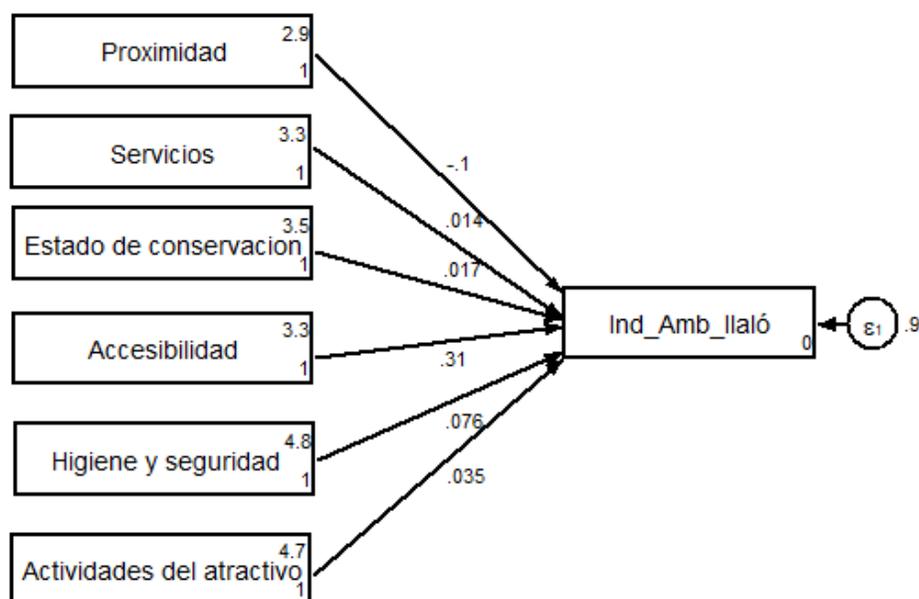


Tabla 110

Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Amb_Ilaló

VARIABLES	Coeficiente	P> z	H0	H1
E1	-.1014695	0.202	X	
E2	.0140653	0.860	X	
E3	.0171648	0.831	X	
E4	.3120983	0.000		X
E5	.0351288	0.617	X	
E6	.0763983	0.290	X	

a. La accesibilidad tiene influencia del 31% sobre la sostenibilidad ambiental del Ilaló.

Resultados Rucu Pichincha

Índice de sostenibilidad- económico Rucu Pichincha. El modelo de la Figura 122 es aprobado por el estadístico SRMR con un 0.003., CD 0.338 y RMSEA 0.000. En la Tabla 112 se visualizan de acuerdo al valor de p aquellas variables con influencia sobre la economía del

área Ilaó siendo estas H1. De esta manera, E4 tiene una influencia del 31% en la sostenibilidad ambiental del Ilaó, sin ser representativo su coeficiente.

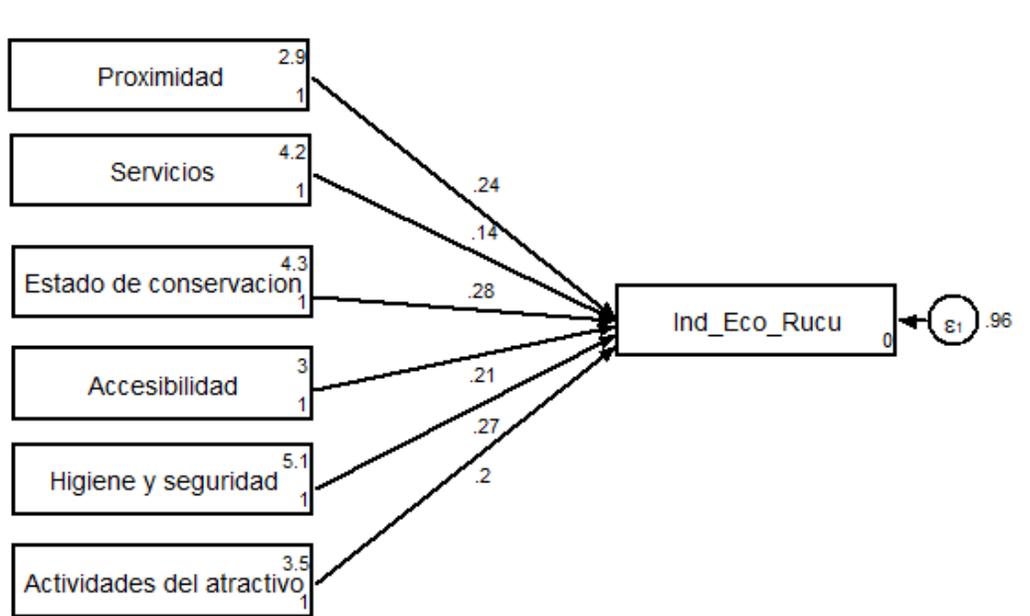
Modelo de ecuación estructural inicial. Se observa en la Figura 121 y de acuerdo a su valor p que su coeficiente se aprueba, sin embargo el mismo no es significativo. Por ello se procede a realizar un segundo modelo Figura 123, con las dos variables de más valor, aprobado con CD con 0.488.

Variables endógenas: Índice Económico Rucu Pichincha

Variables exógenas: E1, E2, E3, E4, E5, E6.

Figura 132

Modelo Índice Económico Rucu Pichincha



Modelo de ecuación estructural final. Se observa en la Figura 123 el porcentaje de influencia desde la motivación hacia los elementos clave, y de estos hacia el índice sostenible. Para este modelo se toma en cuenta: el Modelo de “Influencia Según Motivación Rucu”, donde M5 tiene mayor valor sobre el índice económico, y el modelo de la Figura 122 con los valores más altos de E3 y E5.

Figura 133

Modelo 2 Eco_Rucu

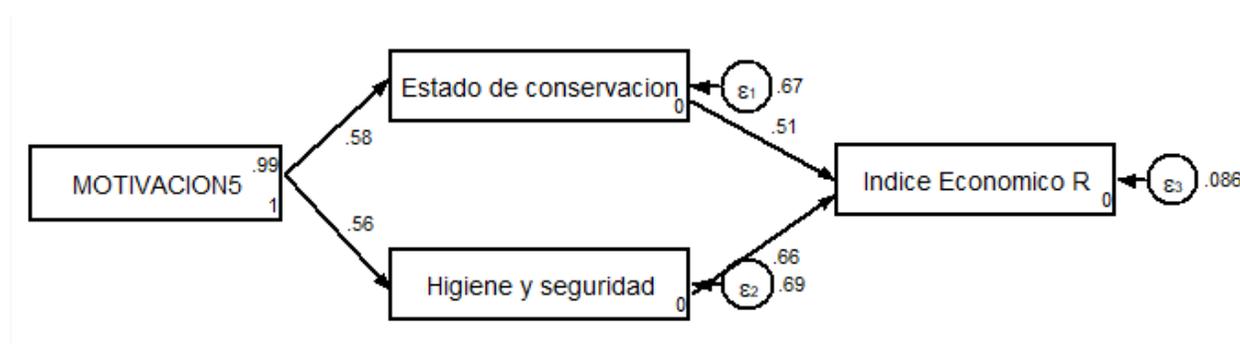


Tabla 111

Prueba de Hipótesis en la Investigación Ind_Eco_Rucu

Variables	Coeficiente	P> z	H0	H1
M5- E3	.5750844	0.000		X
M5- E5	.5609612	0.000		X
E3-IER	.5111056	0.000		X
E5-IER	.6599551	0.000		X

Entonces, se concluye que según la percepción de los turistas:

- El deporte como motivación en la actividad turística de montaña, influye en un 57% en los elementos que consideran clave para visitar el área, siendo estos: estado de conservación e higiene y seguridad.

- b. Aquellos turistas que toman en cuenta la higiene y seguridad, hayan una influencia del 51% en la economía del Rucu Pichincha.
- c. Para quienes es importante el estado de conservación, hayan una influencia del 65% en la economía del Rucu Pichincha.

Índice de sostenibilidad- social Rucu Pichincha. El modelo de la Figura 124 es aprobado por el estadístico SRMR con un 0.037. En la Tabla 113 se visualizan de acuerdo al valor de p aquellas variables con influencia sobre la parte social del área del Rucu, siendo estas (H1). De esta manera: E1, E5 y E6 tienen una influencia del 45%, 33% y 32% respectivamente en la economía del Rucu Pichincha, siendo estos porcentajes no influyentes, se procede a realizar un segundo modelo.

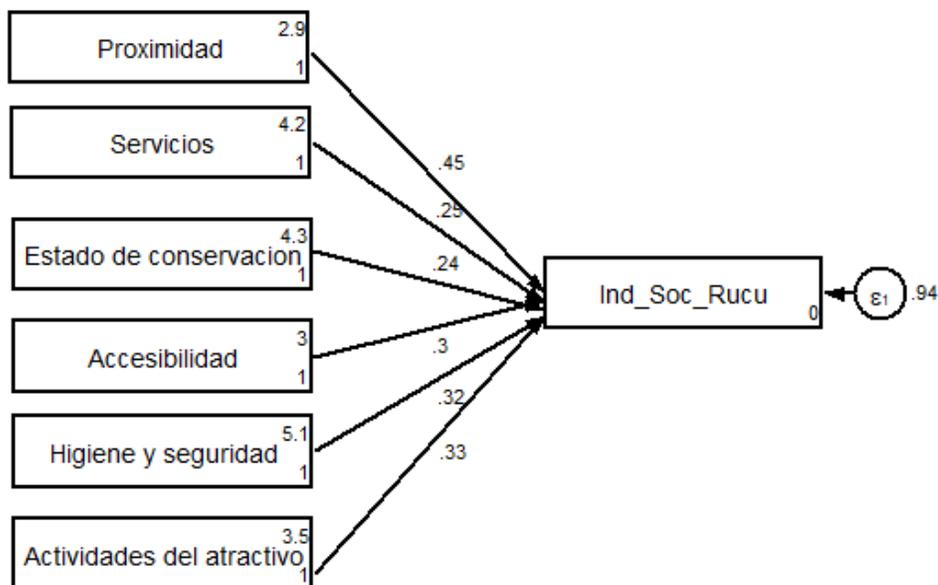
Modelo de ecuación estructural inicial. Se observa en la Figura 124.

Variables endógenas: Índice Social Rucu Pichincha

Variables exógenas: E1, E2, E3, E4, E5, E6

Figura 134

Modelo Índice Social Rucu Pichincha



Modelo de ecuación estructural final. Se observa en la Figura 124 y de acuerdo a su

valor p que su coeficiente se aprueba, sin embargo el mismo no es significativo. Por ello se procede a realizar un segundo modelo Figura 125, con las dos variables de más valor, aprobado con CD con 0.383. Para este modelo se toma en cuenta: el Modelo de “Influencia Según Motivación Rucu Pichincha”, donde M5 tiene mayor valor sobre el índice, y el modelo de la Figura 125 con los valores más altos de E4 y E5.

Figura 135

Modelo 2 Soc_Rucu

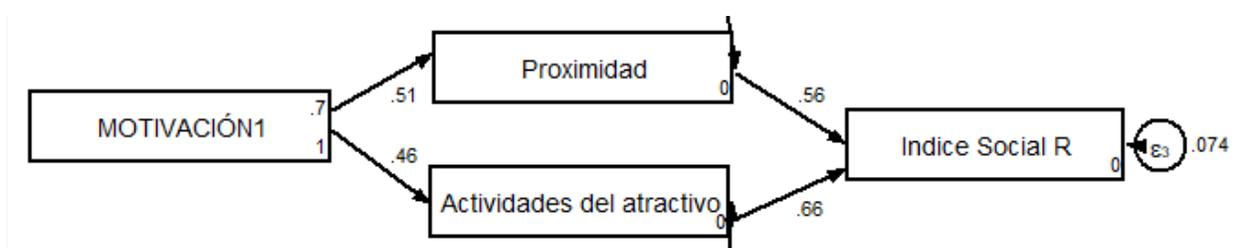


Tabla 112

Prueba de Hipótesis en la Investigación Ind_Soc_Rucu

Variables	Coeficiente	P> z	H0	H1
M1-E1	.5112781	0.000		X
M1- E5	.4582488	0.000		X
E3-IER	.5589306	0.000		X
E5-IER	.6632344	0.000		X

Entonces, se concluye que según la percepción de los turistas:

- La recreación como motivación para el turismo de montaña, influye en un 51% en la proximidad. clave para visitar el área.
- Aquellos turistas que toman en cuenta la proximidad, hay una influencia del 56% en la comunidad del Rucu Pichincha.
- Para quienes es importante el estado de conservación, hay una influencia del 66% en la comunidad San Francisco de Cruz Loma.

Índice de sostenibilidad- ambiental Rucu Pichincha. El modelo de la Figura 126 es

aprobado por el estadístico SRMR con un 0.013, RMSEA 0.051, TLI 1.703. En los primeros resultados del coeficiente del SPSS, se visualizan de acuerdo al valor de p, aquellas variables aprobadas para ser consideradas sobre la sostenibilidad ambiental del Rucu Pichincha (H1). De esta manera, los valores más altos son de: E5 y E1 con una influencia del 33% y 25% respectivamente, siendo estos porcentajes no influyentes, se procede a realizar un segundo modelo.

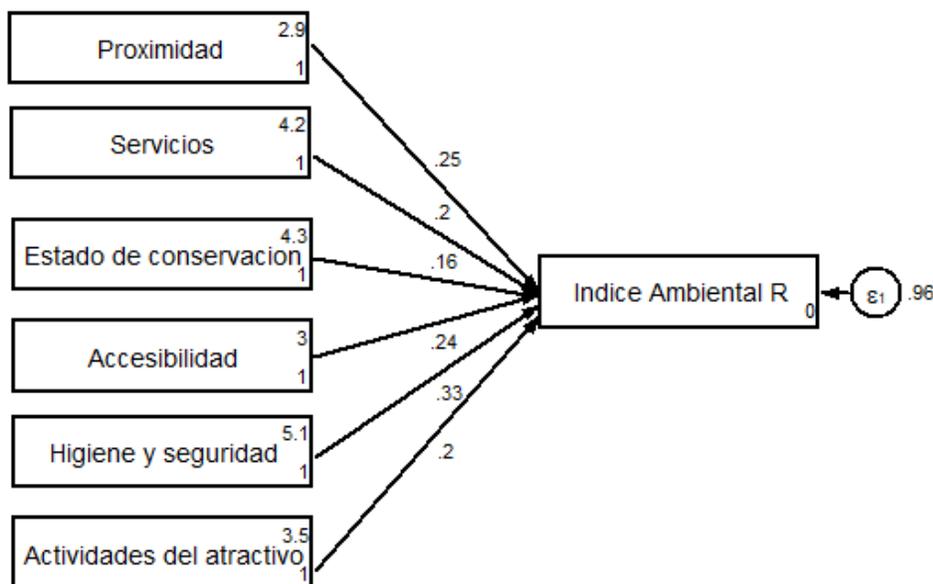
Modelo de ecuación estructural inicial. Se observa en la Figura 126.

Variables endógenas: Índice Económico Ilaló

Variables exógenas: E1, E2, E3, E4, E5, E6.

Figura 136

Modelo Índice Ambiental Rucu Pichincha



Modelo de ecuación estructural final. Se observa en la Figura 127 el porcentaje de influencia desde la motivación hacia los elementos clave, y de estos hacia el índice sostenible. Para este modelo se toma en cuenta: el Modelo de “Influencia Según Motivación Rucu Pichincha”, donde M5 tiene mayor valor sobre el índice ambiental, y el modelo de la Figura 126 con los valores más altos de E1 y E5.

Figura 137

Modelo 2 Amb_Rucu

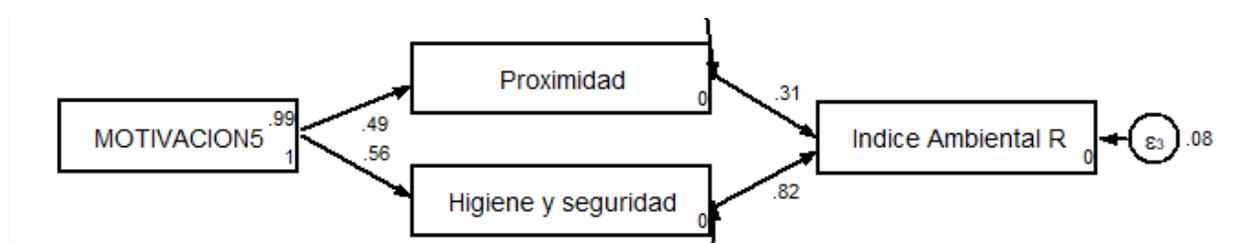


Tabla 113

Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Amb_Rucu

Variables	Coficiente	P> z	H0	H1
M5- E1	.4927056	0.000		X
M5- E5	.5609612	0.000		X
E4-IEI	.3131967	0.000		X
E5-IEI	.8238791	0.000		X

Entonces, se concluye que según la percepción de los turistas:

- El deporte como motivación para el turismo de montaña, influye en un 56% en lo que respecta a la higiene y seguridad.
- Para quienes es importante la higiene y seguridad, hay una influencia del 82% en el medio ambiente de San Francisco de Cruz Loma.

Resultado Reserva Geobotánica Pululahua

Índice de sostenibilidad- económico de RGP. El modelo de la Figura 128 es aprobado por el estadístico SRMR con un 0.000, RMSEA 0.000. En los primeros resultados del coeficiente del SPSS, se visualizan de acuerdo al valor de p, aquellas variables aprobadas para ser consideradas sobre la economía de la RGP (H1). De esta manera: E4 es el único elemento aprobado con una influencia del 29%, al ser no influyente, se procede a realizar un segundo modelo.

Se analizó la posibilidad de un segundo modelo sin embargo, no fue aprobado por ningún estadístico.

Modelo de ecuación estructural inicial. Se observa en la Figura 128.

Variables endógenas: Índice Económico RGP

Variables exógenas: E1, E2, E3, E4, E5, E6

Figura 138

Modelo Índice Económico RGP

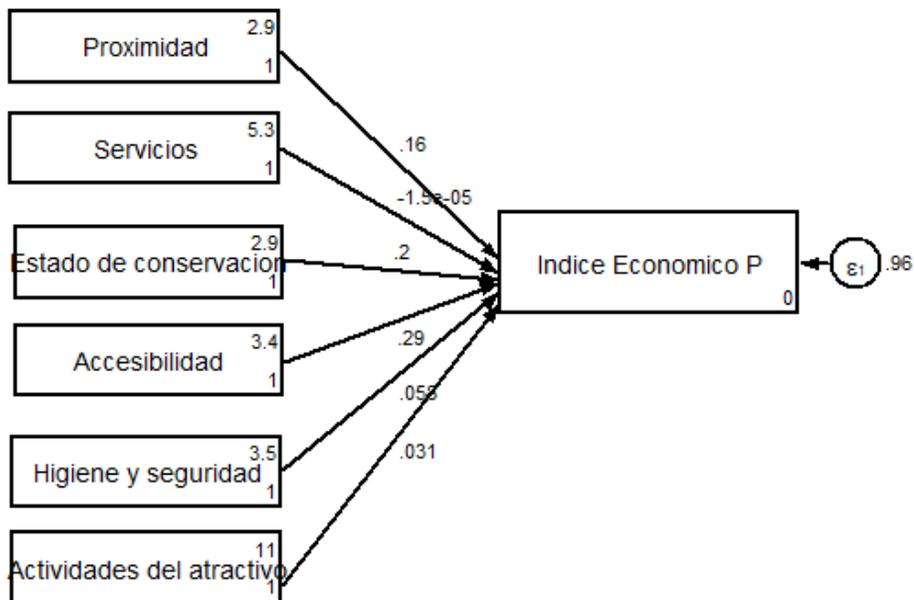
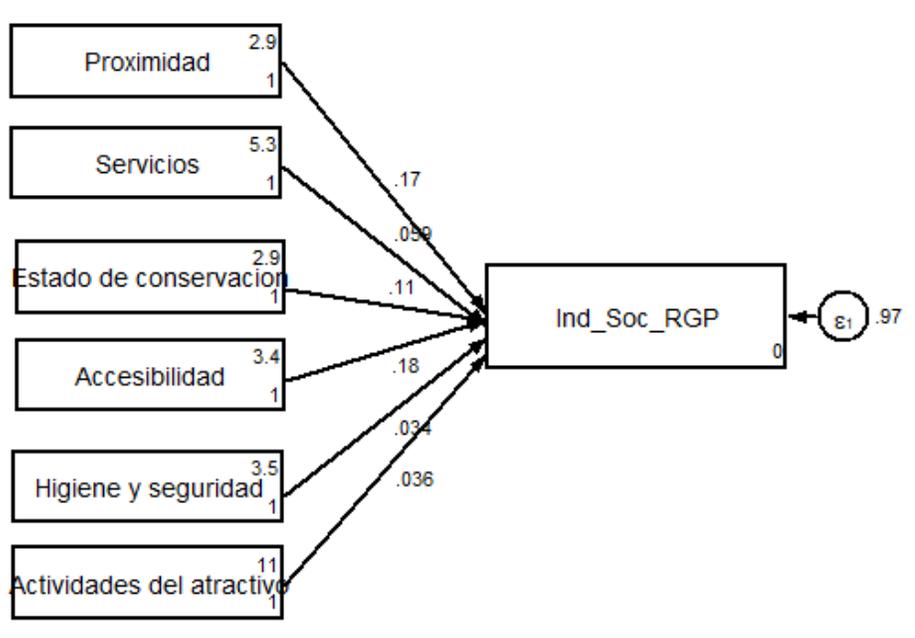


Tabla 114*Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Eco_RGP*

Variab	Coeficiente	P> z 	H0	H1
E1	.1639677	0.079	X	
E2	-.0000149	1.000	X	
E3	.2017701	0.072	X	
E4	.2927119	0.007		X
E5	.0576208	0.507	X	
E6	.0306634	0.671	X	

- a. Únicamente se aprueba la accesibilidad, sin embargo este no es representativo. Y no se aprueba ninguna hipótesis.

Índice sostenibilidad- social RGP. El modelo de la Figura 129 es aprobado por el estadístico RMSEA con un 0.000. En los primeros resultados del coeficiente del SPSS, se visualizan de acuerdo al valor de p, aquellas variables aprobadas para ser consideradas sobre la parte social (H1). De esta manera, el valor de p para cada elemento es mayor a 0.05 por lo que no valida la influencia arrojada por el software.

Figura 139*Modelo Índice Social RGP*

Modelo de ecuación estructural final. Se observa en la Figura 130 el porcentaje de influencia desde la motivación hacia los elementos clave, y de estos hacia el índice sostenible. Para este modelo se toma en cuenta: el Modelo de “Influencia Según Motivación Pululahua”, donde M1 tiene mayor valor sobre el índice social, además el modelo de la Figura 129 con los valores más altos de E1 y E4. Se aprueba el modelo con un CD de 0.406.

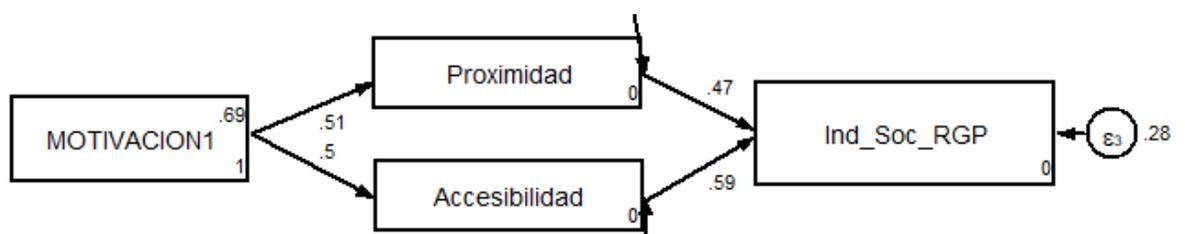
Figura 140*Modelo 2 Soc_RGP*

Tabla 115

Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Soc_RGP

Variables	Coefficiente	P> z 	H0	H1
M1- E1	.5108347	0.000		X
M1- E4	.4986929	0.000		X
E4-IEI	.4737	0.000		X
E5-IEI	.5942243	0.000		X

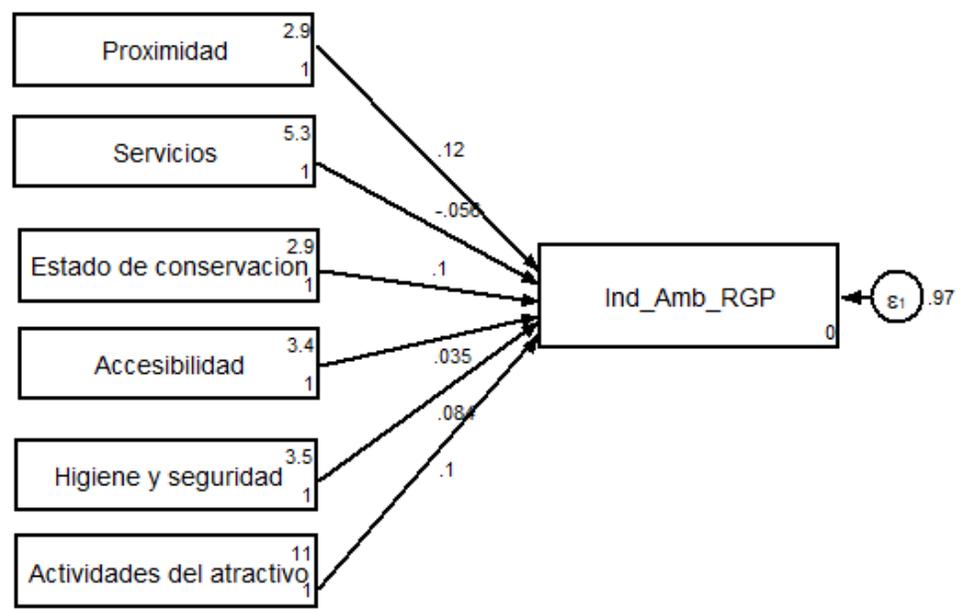
Entonces, se concluye que según la percepción de los turistas:

- a. La recreación como motivación para el turismo de montaña, influye en un 51% en la proximidad.
- b. Aquellos turistas que toman en cuenta la accesibilidad como factor clave para su visita en el área ven una influencia del 60% en la comunidad del Rucu Pichincha.

Índice ambiental de sostenibilidad del Rucu Pichincha. El modelo de la Figura 131 es aprobado por el estadístico RMSEA con un 0.000. En los primeros resultados del coeficiente del SPSS, se visualizan de acuerdo al valor de p, aquellas variables aprobadas para ser consideradas sobre lo ambiental de la RGP (H1). De esta manera, el valor de p para cada elemento es mayor a 0.05 por lo que no valida la influencia arrojada por el software.

Figura 141

Modelo Índice Social RGP



Modelo de ecuación estructural final. Se observa en la Figura 132 el porcentaje de influencia desde la motivación hacia los elementos clave, y de estos hacia el índice sostenible. Para este modelo se toma en cuenta: el Modelo de “Influencia Según Motivación Pululahua”, donde M1 tiene mayor valor sobre el índice ambiental, y el modelo de la Figura 132 con los valores más altos de E1 y E3.

Figura 142

Modelo 2 Amb_RGP

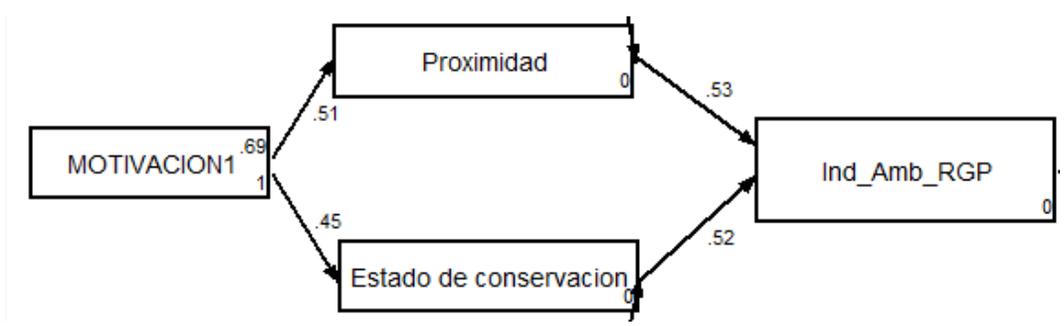


Tabla 116

Prueba de hipótesis en la investigación Ind_Amb_RGP

Variables	Coeficiente	P> z 	H0	H1
M1- E1	.5085588	0.000		X
M1- E4	.4486027	0.000		X
E4-IEI	.5470277	0.000		X
E5-IEI	.5220389	0.000		X

Nota. Modelo aprobado con un CD de 0.375

Entonces, se concluye que según la percepción de los turistas:

- a. La recreación como motivación para el turismo de montaña, influye en un 51% en la proximidad.
- b. Aquellos turistas que toman en cuenta la proximidad y la conservación, hallan una influencia del 53% en promedio hacia la dimensión ambiental del Rucu Pichincha.

Capítulo IV

Discusión de la Investigación Ilaló

Económico. Para la comunidad San Francisco de Baños, la principal fuente de ingresos es la ganadería y agricultura, a partir del término del confinamiento tanto la comunidad como el GAD de la Merced se fijaron en el potencial que tiene el atractivo para ofertar diversos servicios.

En la cima del Ilaló, se encuentran dos prestadores de servicios que venden alimentos y bebidas, los cuales pertenecen a la misma familia siendo de la comunidad. Allí se oferta comida típica (tortillas, choclos con haba, entre otros), a diferencia del otro establecimiento que tiene venta únicamente de productos terminados (colas, cerveza, snacks).

La persona encargada menciona que le ayudan sus tres hijos, según su disponibilidad para armar su estación de trabajo. El horario es variable, comúnmente trabajan los fines de semana desde las 8h00 hasta 16h00, según la oferta- demanda y las condiciones climáticas, pues sus productos se encuentran en una carpa.

Respecto a su demanda, percibe ingresos de todos los niveles socio- económicos porque sus precios son bastantes económicos y asequibles, además según las encuestas la mayoría de turistas está dispuesto a pagar menos de \$10 en alimentación, considerando que sus consumidores en mayoría son adolescentes y adultos. Por el momento, considera que su negocio no está adaptado para personas con discapacidad por las condiciones de accesibilidad, senderos e infraestructura, es decir que desconoce la posibilidad que tienen con este tipo de turista por el ingreso que se encuentra adoquinado. En la temporada de verano es donde más perciben ingresos, ya que el clima ayuda significativamente a la afluencia de turistas y la comercialización de sus productos.

La Sra. Navarrete, como vocal del GAD de la Merced está a cargo del desarrollo turístico del Ilaló, tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de la parroquia a través del

turismo, considera que se han perdido muchas oportunidades por lo que desea ejecutar estrategias para el desarrollo del turismo en el Ilaló. El GAD de La Merced realizó un replanteo de actividades y objetivos tras la situación de la pandemia por COVID-19, pues anterior a este escenario el Ilaló no se contemplaba dentro de las planificaciones. Gracias a los fondos destinados al turismo y en conjunto con el proyecto de Cimientos Verdes, existe una oportunidad de crecimiento económico pues de lo contrario la comunidad no cuenta con facilidad de inversión para lo que implicaría establecer una planta turística.

Social. La comunidad desconoce la oportunidad turística del Ilaló, se han dado cuenta el incremento de visitas sin embargo; por un lado no conocen las necesidades de los turistas y por otro tampoco tienen la solvencia económica ni el asesoramiento para desenvolverse bien en la oferta de productos de alimentación como lo hacen en la actualidad. La mayoría de turistas visitan el área con frecuencia porque lo desarrollan como estilo de vida al realizar deporte; y el gasto que podrían hacerlo se ve limitado al tener una oferta precaria en salubridad y medidas de bioseguridad. Sin embargo, al ser frecuente también prefieren llevar su propio alimento y bebida, por lo que la existencia o no de servicios en la cima del Ilaló no es esencial para su visita.

El proyecto dirigido por Cimientos Verdes le dará la posibilidad a la comunidad de tener acceso a servicios básicos y conocimientos en la prestación de servicios de forma óptima, el GAD ha creado vínculos con la comunidad: algunos han comprendido el fin de estas alianzas estratégicas por lo que están dispuestos a participar en futuros proyectos aunque otros aún no están de acuerdo. Es por ello que califican como regular la gestión del GAD parroquial, sienten que no tienen una ayuda real por parte de estas instituciones; aunque sean emprendimientos propios solicitan un apoyo para mejorar la calidad del servicio de su negocio.

En cuanto a la accesibilidad por La Merced, la Av. Ilaló es de segundo orden, las calles que conectan son pavimentadas y en buen estado, este acceso es importante para el desarrollo turístico, al tomar en cuenta a personas con discapacidad física, pero por el

momento se debe tener autorización de la comunidad, la calle se encuentra adoquinada en un 90% y el tramo que llega a la cima en su totalidad comienza con un empedrado y sigue con el sendero hacia el hito.

Ambiental. La comunidad realiza un reciclaje orgánico para sus sembríos, mas no por conciencia ambiental, cada quien cuenta con sus predios y usan el terreno del Ilaló para que su ganado pueda alimentarse. La comunidad San Francisco de Baños no ha recibido capacitaciones ambientales, y no existe un control por parte de autoridades ambientales, por lo que es difícil conocer políticas ambientales y señaléticas que permitan mitigar el impacto ambiental. Los proyectos turísticos y ambientales que están en fase de planificación permiten crear políticas ambientales y fomentar la conservación del área natural. En la actualidad, existen actividades varias en el manejo ambiental por la preservación de plantas endémicas a través de reforestación, gracias al GAD en conjunto con la Prefectura de Pichincha. Al hablar con la comunidad y autoridades, se observa que no todos están al tanto de estas actividades que se realizan.

La comunidad es consciente del entorno natural y paisaje que es el principal recurso que influye en el desarrollo de su negocio, por su ubicación. Consideran que los senderos están en buen estado, sin embargo, debería haber mantenimiento y mejor delimitación para que el turista acceda al lugar y no genere un impacto al irse por otros lugares. Al no existir un control sobre los recursos naturales del Ilaló, por parte de la comunidad han utilizado madera y vegetación para beneficio propio, es así que no se tiene una idea real del impacto que puede generar esto.

Estrategias para un desarrollo económico:

- Análisis de mercado objetivo; segmentación, target y posicionamiento.
- Diseño de diversos productos turísticos de acuerdo a las necesidades del visitante y recursos del área.

- Buscar alianzas estratégicas que permitan una inversión económica en la implementación de infraestructura.
- Planificación de oferta turística que incluya servicios y actividades de turismo de montaña.

Estrategias para un desarrollo social:

- Integración horizontal de la Comunidad, participación activa y capacitaciones en desarrollo turístico.
- Estructura social y estrategia (de Chandler); expansión en volumen; dispersión geográfica, integración vertical y diversificación de productos y/o servicios, adaptación de estas cuatro estrategias en el desarrollo del sistema turístico.
- Planificación social para un desarrollo local de modo que exista igualdad de participación dentro de su estructura.
- Para la generación de productos, es necesario generar alianzas estratégicas con prestadores de servicio turístico.
- Alianzas estratégicas con la demanda; agencias de viajes, fundaciones e instituciones.

Estrategias para un desarrollo ambiental:

- Programas ambientales para los distintos servicios y actividades turísticas que se establezcan.
- Acondicionar y modernizar la señalética ambiental y turística.
- Guía de buenas prácticas ambientales e implementación de un centro de interpretación ambiental.
- Políticas comunitarias ecológicas; campañas de reciclaje y gestión integral de residuos.

Discusión de la Investigación Rucu Pichincha

Económico. La MSc, Pamela Vargas gerente del Teleférico Quito menciona que el turismo de montaña es la principal fuente de ingresos por el tipo de turista que visita el área,

por lo que la empresa se ve beneficiada al ofertar servicios turísticos como alimentación, cabinas aéreas, venta de artesanías, entre otras. Por otro lado, la comunidad San Francisco de Cruz Loma cree que no perciben los suficientes ingresos económicos en relación a la cantidad de turistas que visitan el área natural; se intenta incentivar a la comunidad a que tengan beneficios en la prestación de servicios turísticos por lo que ofertan al turista el servicio de alimentación, cabalgata, fotografía con llamas o caballos para generar los suficientes ingresos para tener una calidad de vida adecuada.

El FONAG ayuda a que la comunidad tenga un desarrollo económico ya que cuenta con un presupuesto operacional para brindar capacitaciones a la comunidad en temas ambientales y turísticos, además, de colocación de señalética y mantenimiento de senderos para facilitar el acceso de turistas. En cambio, las autoridades del Teleférico Quito brindan las capacitaciones al personal interno de la empresa, estos cuentan con un presupuesto operativo para el mantenimiento de sus áreas y la inversión con regularidad, consideran que el mejorar su sistema turístico tiene un beneficio directo con la comunidad.

La comunidad recolecta aportes mensuales de los comuneros como fondo para la implementación o mejoramiento de algún servicio turístico, por lo que los establecimientos turísticos que administran son la principal fuente de ingresos para varios integrantes de la comunidad por lo que se planea invertir para mejorar su infraestructura.

Social. Al tener delimitación territorial el Teleférico Quito y la comunidad junto con el FONAG, cada autor tiene la obligación de desarrollar sus actividades en sus respectivos espacios. Por lo que los miembros de la comunidad San Francisco de Cruz Loma participan en capacitaciones y proyectos turísticos que imparten autoridades como el FONAG, el Ministerio del Ambiente, entre otras, con el fin de mejorar la atención al turista y la calidad del servicio que ofrecen. Por el momento se realizan proyectos en beneficio de las familias, en la actualidad se encuentran trabajando en “Huertos Familiares”. Al tener las comunidades sus terrenos en el área que abarca el Rucu Pichincha, el FONAG mantiene una comunicación asertiva pues en

años anteriores el ganado, la caballada y la agricultura ocasionaron un impacto negativo en el área.

Tanto la comunidad como el FONAG afirman que tienen una relación positiva, ambos contribuyen en el desarrollo de su espacio territorial y a pesar que solo exista un guardaparques en el área se tiene un apoyo en planes de manejo y operativos para el correcto funcionamiento de los espacios, mencionan que existe un manejo óptimo en el cuidado de las rutas de accesibilidad, esto se debe a las capacitaciones constantes que se han impartido. La disponibilidad de servicios básicos como agua potable, luz eléctrica y acceso a internet; el buen estado de vía de acceso; la organización de la comunidad y en los servicios turísticos, permiten generar seguridad en el área. Además, mencionan que en los espacios que desarrollan sus actividades no perciben inseguridad, sin embargo, por el incremento de turistas tras el confinamiento nace inseguridad para el turista. Cuentan que ha habido una serie de asaltos a la altura de la Cueva del Oso que no se puede controlar puesto a que no hay vigilancia permanente.

En cuanto al espacio de la empresa del Teleférico Quito dicen que hay participación en proyectos turísticos, el último se trabajó con el Municipio de Quito. Además, las redes sociales son fundamentales en propagandas y promoción turística del Teleférico. Cuentan con planes de manejo en educación ambiental, interpretación ambiental y mantenimiento para el cuidado de todas sus áreas y servicios, además, mencionan que hay un manejo y control de las rutas de accesibilidad. Disponen de señalética turística e información en distintos puntos para el turista nacional y extranjero, cuentan con seguridad dentro del área y utilizan medidas de bioseguridad para evitar la propagación del COVID-19. El establecimiento de alimentación de la comunidad también evita la propagación de contagio, por lo que cuentan con servicios básicos, y el cumplimiento de las medidas de bioseguridad en su prestación de servicios, todas las personas utilizan la mascarilla, mallas para el cabello y uniformes de cocina o servicio.

La comunidad San Francisco de Cruz Loma mantiene sus festividades, mencionan que realizan la fiesta del niño o conocida como rey de reyes el día 6 de diciembre, la cual toda la comunidad participa en el área natural acompañado de los turistas que deciden incluirse en su fiesta popular. También tienen otra fiesta que conmemoran a San Francisco, pero lo realizan en su comunidad.

Ambiental. Al realizar la entrevista al guarda páramo del Rucu Pichincha el cual realiza un mapeo diario según las rutas establecidas para tener un control y vigilancia de los senderos y prevenir incendios, asevera que el visitante muchas veces no respeta los senderos principales y alguna de las veces no tiene una responsabilidad social con el ambiente al tirar algún tipo de basura, a pesar de las señaléticas ubicadas en los distintos puntos del área natural. Su principal preocupación es el impacto por los desechos y la erosión del suelo en áreas no permitidas por parte del turista, al ser una reserva hídrica.

Existe una planificación ambiental a cabalidad y dado que la planta turística nace de la comunidad existe una buena gestión de los mismos. Por tanto, en cuanto al uso de recursos naturales hay un porcentaje destinado para actividades agropecuarias y aunque en menor medida para el turismo ambas se encuentran en constante observación.

La comunidad menciona que en un inicio no tenía idea de los impactos ambientales que ocasionaban sus actividades, en un principio el uso de los caballos provocó una destrucción en el suelo al no saber por cuales senderos se les podía llevar; gracias a las capacitaciones por las autoridades como el FONAG, Ministerio del Ambiente entre otros organismos e instituciones han logrado cuidar de los senderos, evitar la contaminación del agua y la importancia de la recolección de basura. Además, la construcción de infraestructura y zonas de recreación turística son recursos correctamente utilizados; se ha utilizado la paja del área natural para los techos como las construcciones de antaño.

La comunidad cree que el entorno natural y paisaje; la flora y fauna, son recursos naturales fundamentales para el desarrollo de las actividades turísticas, por lo que tiene una

concientización en el cuidado del área natural; mencionan que una de las acciones que ejecutan es el manejo de desechos al reciclar botellas, sin embargo, utilizan plástico desechable como cubiertos, platos para servir los alimentos.

Estrategias para un desarrollo económico:

- Análisis de mercado objetivo; segmentación, target y posicionamiento.

Estrategias para un desarrollo socio- económico:

- Diversificación de actividades turísticas
- Campañas de promoción y publicidad turística
- Planificación de oferta para la estandarización en los servicios de alimentación.

Estrategias para un desarrollo socio- ambiental:

- Guía de buenas prácticas ambientales e implementación de un centro de interpretación ambiental.
- Inversión en herramientas de control y monitoreo que cubran el área natural.

Discusión de la Investigación Reserva Geobotánica Pululahua

Económico. El Presidente de la Comunidad Pululahua considera que el turismo no aporta suficientes ingresos económicos, pues su principal fuente de ingresos proviene de la agricultura y ganadería, además de actividades económicas que realizan en su vivienda habitual en San Antonio de Pichincha. La comunidad no es consciente del aporte que brinda la FAO en las capacitaciones de cultivo y manejo de desechos, sin embargo, para el MAATE estos temas consideran fundamentales para el desarrollo de un turismo vivencial y alternativo.

El turismo ha traído nuevas oportunidades en la oferta de alimentación, alojamiento y recreación de acuerdo a las posibilidades económicas de cada comunero. Debido a la división de generaciones en el sitio y de acuerdo a la situación económica del país, es reciente la generación de empleos a partir de observar la realidad de visitas del área protegida. El MAATE,

toma en cuenta a la comunidad cuando se realizan capacitaciones, cursos o eventos, para adquirir los servicios de alimentación o alojamiento.

La participación en proyectos turísticos aún es escasa, se puede decir que a partir del confinamiento han incrementado las oportunidades gracias a la FAO y Quito Turismo. Existe un Fondo de Inversión Ambiental Sostenible que es dado para el área protegida, del cual se destina un monto para el desarrollo del turismo. Respecto a la promoción turística, Pablo Paredes el guardaparque del Pululahua establece bajo el marketing y publicidad, que se da únicamente a través de las redes sociales. A pesar de que los establecimientos son conscientes que cada negocio se encarga del manejo de sus redes sociales, considera que son muy restrictivos y hay una falta de información. Por su parte en el mirador de Ventanillas para dar a conocer los emprendimientos que existen en el cráter y deberían apoyarlos de alguna forma en la promoción de los mismos.

En relación a la prestación de servicios de alojamiento, alimentación y recreación, se toma en cuenta a dos prestadores de servicios que desearon participar en la investigación. Ambos emprendimientos nacen hace poco menos de tres años, quienes trabajan con su familia los fines de semana. Su oferta va dirigida a todos los niveles socio- económicos, dirigidos a adolescentes, adultos y familias, en la parte de alojamiento y A&B tienen accesibilidad para personas con discapacidad. El entorno natural y paisaje junto con el patrimonio cultural y la gastronomía son los recursos turísticos más importantes en el desarrollo de su negocio. El microclima puede afectar en el desarrollo normal de sus actividades.

Social. La comunicación entre autoridades MAATE y comunidad aún tiene fallas entre sus necesidades y las reglamentaciones, sin embargo, a partir de la pandemia recibieron capacitaciones en varias áreas. Dicha preparación a la comunidad ha sido dada por parte de Quito Turismo, el Ministerio y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO por sus siglas en inglés). Es así que tienen conocimiento sobre manejo de

residuos para empezar una economía circular, el manejo de huertos y la constitución formal de sus emprendimientos.

Respecto a la perspectivas sobre la actividad turística, el MAATE como área protegida tienen ciertos lineamientos que deben respetar, sin embargo, al interior de la reserva los predios son particulares y en ciertas ocasiones esto se dificulta. La realidad del país y los parámetros que respetan por regirse a la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) contrastan mucho. Es por ello que espera se pueda solucionar esta desigualdad para poder cubrir las necesidades del área.

Se menciona que los planes de manejo para el área protegida se cumplen en un porcentaje, pues la actualización del mismo es tomada en cuenta a pesar de no estar aprobada aún. En cuanto a los planes operativos, afirma que estos sí se llevan a cabo de acuerdo a lo planificado. Por último, en estos programas aún es limitado el accionar hacia la investigación, por otro lado, se puede invertir más en educación e interpretación ambiental en beneficio de la comunidad.

Después del confinamiento existieron iniciativas de emprendimientos al ver el valor natural y la necesidad de campo que tenían las personas, los cuales se dieron de manera informal y sin estándares mínimos de calidad. A pesar de no tener injerencia sobre estos terrenos como Ministerio, se dieron capacitaciones para que se puedan establecer por lo legal. Se realizó un control con las autoridades competentes para la revisión de dichos papeles, lamentablemente se tuvo que amonestar a algunos emprendimientos puesto que no siguieron lo acordado.

La administración del área es dada por el Sistema Nacional de Áreas Protegidas que a su vez rige el PANE, tienen el Director de Áreas Protegidas, la Subsecretaría de Patrimonio y el MAATE. Dentro del área se maneja un administrador quien tiene la potestad sobre temas operativos, de recursos humanos y financieros, seguidos de un técnico o especialista y

finalmente el guardaparque. El técnico y el guardaparque son quienes se encuentran en el área y cumplen con la parte operativa.

Como guardaparques ha recibido capacitaciones en la prevención y control de incendios, proyectos de los huertos familiares, turismo, administrativos, entre otros. De forma semanal, el MINTUR ofrece vía correo electrónico opciones para capacitarse en diversas áreas. Por otra parte, le gustaría que se retomen los cursos que se daban en otras áreas protegidas, ya que su control y manejo debido a su ubicación es distinto.

Respecto al turismo de montaña y su accionar, se otorgan permisos para que se realicen los eventos deportivos. Además de los lineamientos impuestos por el MAATE, los organizadores de las carreras, deben acordar con la comunidad algún beneficio ya sea monetario o de mano de obra. Adicionalmente, hay eventos ministeriales que permiten un desarrollo de otros tipos de turismo.

El turista es considerado falto de educación, pues se encuentra basura en los senderos, además hay una falta de conciencia y socialización de su huella en el área. En cuanto a la seguridad, a pesar de haber ocurrido una vez, opina que a través del turismo pudo darse un robo con alguien que pasó infiltrado como turista. De manera general, se puede decir que el visitante que no visita los predios (puesto que en los emprendimientos cada dueño controla la basura) y solo realiza turismo de montaña, genera basura de forma desorganizada.

La comunidad planifica mingas de rameo y de basura cada cierto tiempo y mantienen las vías en el mejor estado posible. Además hay una petición hacia el Consejo Provincial para que les ayuden con la recolección de basura.

Ambiental. Dentro de la parte ambiental, se desconoce si el turismo de montaña incentiva de alguna forma en la conservación del área. Lo que se puede decir es que en la realización de eventos de trail running, parte de la comunidad considera que no se ve beneficiada económica ni socialmente, puesto que el uso de los caminos se ve afectado, sin embargo al hablar con el guardaparque Pablo, no se emiten permisos para los eventos a

menos de que la comunidad acepte y tenga un acuerdo previo con los organizadores. Se concluye que hay una brecha de comunicación y a su vez, no toda la comunidad se ve beneficiada de estos convenios.

De la infraestructura, Pablo opina que el equipo y herramientas que poseen no se encuentran en óptimas condiciones debido a que el presupuesto para esto no siempre está disponible. A pesar de que menciona que ellos son los encargados en el mantenimiento de los senderos, la comunidad reitera que dentro de sus mingas tienen que intervenir en la mejora de estas áreas que muchas veces están descuidadas.

Para la seguridad de las instalaciones, al ser un guardaparque el que se queda en vigilia para el cuidado del área considera que es baja. De igual manera, en el buen estado de los accesos es difícil su control total, puesto que en época de lluvias aún con mantenimiento las carreteras se ven afectadas.

En cuanto a la parte ambiental, no existe una correcta aplicación de la planificación ambiental pues se concentran mayormente en otros temas. En la misma línea, al no tener jurisdicción sobre los terrenos privados el control que se ejerce sobre la planta turística es limitado, pues se tienen que apoyar de otras autoridades. Por último, el uso de los recursos para beneficio humano es el suelo para la agricultura y ganadería, y también para el turismo.

En el manejo de desechos lo que realizan los emprendimientos es el reciclaje únicamente de botellas plásticas y de vidrio, y al ser de alimentación ocupan estos desechos para abono de su tierra. Aún no se observa que la población tenga bien presente la importancia de las capacitaciones por parte de la FAO. Finalmente, como establecimiento respetan la flora y fauna del área protegida, lo que va acorde con lo que comenta el guardaparque en el control de recursos naturales.

Estrategias para un desarrollo socio- económico:

- Análisis de mercado objetivo; segmentación, target y posicionamiento.
- Plan de marketing turístico integral de los prestadores de servicio de la comunidad.

- Comunicación como estrategia para orientar a la comunidad frente al desarrollo turístico en el margen de la Reserva Geobotánica.

Conclusiones

- En el Cerro Ilaló, el turismo de montaña desde la perspectiva del turista es influyente de forma significativa en la sostenibilidad del área. Según la necesidad de recreación del turista, el turismo de montaña influye en un 100% en la economía y la comunidad; y en un 76% en el medio ambiente. Por otro lado, aquellos que cubren su necesidad de realizar deporte consideran que hay una influencia del 84% y 89% en lo económico y social, respectivamente; y un 56% en el medio ambiente.
- En el Rucu Pichincha, para el turista de montaña que tiene como motivación la recreación hay una influencia del 78% en la dimensión económica; un 81% para la comunidad; y 76% en lo ambiental. Para el turista que realiza este deporte como estilo de vida; en un 88% en la dimensión económica; en un 76% en lo social y un 81% en la parte ambiental.
- En la Reserva Geobotánica Pululahua únicamente los turistas con motivación de recreación ven una influencia significativa en la economía y la parte social de la reserva, con un promedio de influencia del 51% para ambas dimensiones.
- El Ilaló carece de un sistema turístico y a partir de la pandemia por COVID-19, el GAD de la Parroquia Rural La Merced ha establecido alianzas estratégicas para ejecutar un proyecto en fase de planificación, el cual permitirá el desarrollo del sistema en el hito del atractivo. La comunidad San Francisco de Baños, accede en la participación del proyecto, por la necesidad de mejorar el servicio actual de alimentación.
- El sistema turístico del Rucu Pichincha se complementa gracias a la oferta turística de la empresa privada Teleférico Quito y de la comunidad San Francisco de Cruz Loma con apoyo del FONAG. La empresa privada cuenta con teleférico, alimentación y venta de artesanías; la comunidad presta servicios turísticos de alimentación y recreación. El área natural es clave para el turismo de montaña, sin embargo, no hay una participación activa entre este tipo de turista y la planta turística de la comunidad.

- El MAATE a cargo de la Reserva Geobotánica Pululahua concluye que a partir del término del confinamiento obligatorio, la comunidad Pululahua notaron una oportunidad de desarrollo en el área natural al observar un incremento de turistas; es por ello que el sistema turístico tiene mayor oferta de alimentación, alojamiento y recreación. El turismo de montaña genera ingresos hacia los prestadores de servicio únicamente cuando realizan reservas de alimentación de grupos grandes. Además el MAATE tiene un proyecto enfocado a este tipo de turista, para ofertar la modalidad de escalada al interior de la reserva.
- El perfil del turista de montaña en el Ilaló en su mayoría realiza la actividad como deporte/estilo de vida, independientemente de su edad, sexo u ocupación, además la mayoría de turistas son personas solteras. Los turistas consideran que no necesitan de un guía para realizar el turismo de montaña en esta área ya que conocen la ruta o no es tan complejo la visita, es así, que sus principales acompañantes son familia o amigos. Por su paisajismo, clima y actividades cotidianas el turista prefiere visitar el área los fines de semana y en la mañana preferentemente de 7h00 a 9h00.
- El perfil del turista de montaña en el Rucu Pichincha en su mayoría tiene una edad entre 19 a 40 años y gran parte es soltero, sus ingresos son provenientes de empresas privadas o trabajo independiente; su principal motivo de visita al área natural es el deporte y estilo de vida; en el cual, 5 de cada 10 turistas vienen acompañados por amigos. El turista de montaña en su mayoría prefiere realizar ascensos sin utilizar los servicios complementarios, como cabalgata, cafetería, entre otros.; prefieren realizar esta actividad semanalmente y de preferencia en las mañanas.
- El turista en la Reserva Geobotánica Pululahua, tiene como principal motivación la recreación y el deporte-estilo de vida, el cual en su mayoría es soltero o casado; además, los que más realizan la actividad de montañismo en gran parte son turistas con una edad entre 19 a 30 años y 51 a 60 años. Por la ubicación y accesibilidad, la comunidad y varios

emprendedores han aprovechado para ofertar servicios turísticos, sin embargo, la mayoría de turistas aún no los conocen, por lo que se necesita promoción y gestión de publicidad de los establecimientos.

- La sostenibilidad del Ilaló se ve influenciada a partir de la crisis económica por COVID-19, donde se aprecia el potencial turístico del Ilaló. Por lo tanto, la comunidad San Francisco de Baños y el GAD de la Parroquia Rural de la Merced se encuentran organizados para la participación de determinados proyectos y planes que permitirán el desarrollo socio-económico, y a su vez el cuidado ambiental a través de programas de participación.
- El Rucu Pichincha es un área que posee una oferta completa para realizar ecoturismo, sin embargo, el turismo de montaña no es la principal fuente de ingresos de la comunidad a diferencia de la empresa Teleférico Quito que se ve beneficiada por el mismo. Además, el apoyo por parte del FONAG es esencial para el desarrollo de un turismo alternativo que vaya en armonía con el medio ambiente y la participación de la comunidad con la generación de más empleos.
 - El turismo de montaña en la Reserva Geobotánica Pululahua no es una fuente principal de ingresos, por ello el MAATE busca la posibilidad de crear un producto hacia este tipo de turismo en la modalidad de escalada. A través de marketing y promoción, los establecimientos pueden incrementar sus reservas. En cuanto al cuidado ambiental, la comunidad cumple con normas para la conservación del área natural, por otro lado, considera que el turista requiere de educación ambiental.
- Ninguna de las tres áreas considera que tiene un aporte suficiente por el turismo de montaña, aunque realizan actividades turísticas necesitan de otra fuente principal de ingresos, como lo es la actividad ganadera y agrícola.
- Con los resultados de las discusiones del manejo del turismo de montaña en cada área y la participación de los autores turísticos se pudo identificar falencias y virtudes en su gestión, por lo que se elaboró estrategias que permitan mejorar las dimensiones del desarrollo

turístico sostenible. Por medio de un cuadro de discusión se puede observar las estrategias que cada elemento del sistema turístico puede implementar en su respectiva área natural.

Recomendaciones

- Se recomienda tomar en cuenta el perfil del turista de montaña que tiene como motivación principal el deporte, para el diseño de productos turísticos, ya que tiene una influencia significativa en las dimensiones de sostenibilidad.
- Se recomienda que la comunidad tome en cuenta el patrimonio cultural; fiestas, tradiciones y costumbres para la diversificación de sus productos, para evitar la pérdida de cultura.
- Es recomendable que las autoridades a cargo de cada área, impartan en las capacitaciones temas relacionados a la promoción y publicidad turística.
- Utilizar canales de comunicación físicos y digitales, que establezcan un vínculo entre la comunidad y las autoridades para evitar la desinformación y así cumplir con los objetivos de desarrollo turístico.
- Es necesario un espacio de interpretación e información turística para que el turista conozca el comportamiento al interior del área natural en cuanto al cuidado y respeto por senderos y señalética turística.
- Las autoridades deben recibir capacitaciones periódicas sobre turismo, que enfocadas en los objetivos de desarrollo sostenible, apoyan el desarrollo económico de la comunidad a la par de un desarrollo ambiental.
- Se recomienda realizar una investigación enfocada a cubrir las necesidades de los distintos tipos de turistas que visitan las áreas, ya sea para realizar ecoturismo o turismo de montaña, ya que en cada área la demanda ha incrementado a raíz de la pandemia por COVID-19.

Bibliografía

- Alazraki, R. (2007). *El taller del escritor universitario*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros.
- Alemán, Á., Paz y Miño, G., Bermeo, J., & Paz, M. (02 de diciembre de 2011). *Memorias del Deporte*. OCHOYMEDIO. Obtenido de EL ESPÍRITU SE ALIMENTA DE LA ALTURA DE LA MONTAÑA – I: <https://amaruec.org/2020/12/02/example-post-3/>
- Apatita, & Patterns, H. (2014). *APATITA*. Obtenido de <http://www.apatita.com/rutas.php?id=pichincha>
- Arévalo, P., Guevara, C., & Palacio, A. (2021). Actualización en Metodología de Investigación Científica. *ReserchGate*, 157. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/349038465_Actualizacion_en_metodologia_de_la_investigacion_cientifica
- Arnold Cathalifaud, M., & Osorio, F. (1998). Introducción a los Conceptos Básicos de la Teoría General. *Redalyc*. Obtenido de redalyc.org/pdf/101/10100306.pdf
- Asamblea General de las Naciones Unidas. (1991). *Programa 21*. Obtenido de https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1718a21_summary_spanish.pdf
- Asamblea Nacional. (2012). Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas. Obtenido de https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_PLANIFICACION_FINAZAS.pdf
- ATDI. (2018). *Adventure Tourism Development Index*. George Washington University. Washington: International Institute of Tourism Studies.
- Baray, H. L. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Obtenido de www.eumed.net/libros/2006c/203/
- Biblioteca Nacional de Chile. (s.f.). *Memoria Chilena*. Obtenido de La expedición franco española (1735-1744): <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-687.html>

- Boullón, R. (2006). *Sistema turístico*. Obtenido de Site123: <https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-roberto-bullon#:~:text=El%20sistema%20tur%C3%ADstico%20es%20concebido,de%20uso%20del%20tiempo%20libre%E2%80%9D>.
- Chin, W. (1998). Issues and opinion on Structural Equation Modeling. *MIS Quarterly*, 22(1):7-16.
- Congreso Nacional. (2014). Ley de Turismo. Ecuador.
- Constitución de la República del Ecuador. (2021). Artículos varios. Ecuador.
- Debarbieux, B., Oiry Varacca, M., Rudaz, G., Maselli, D., Kohler, T., & Jurek, M. (2014). El Turismo en las Regiones de Montaña: Esperanzas, Temores y Realidades. Serie sobre el desarrollo sostenible de las montañas. *UNIGE, CDE, SDC*, 108 pp.
- Decol, F. (2016). *TURISMO DE AVENTURA EM TRÊS COROAS: ANÁLISE A PARTIR DOS CRITÉRIOS DO ADVENTURE TOURISM DEVELOPMENT INDEX*. Caixas do Sul: UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL.
- Desarrollo, C. M. (1984). Nuestro Futuro Común., (pág. 59).
- E., V. C. (2018). *Introducción al turismo: Análisis y estructura*. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Eichler, A. (1982). *Ecuador: A land, a people, a culture*. WILTS, Reino Unido: Libri Mundi.
- El Comercio. (20 de Enero de 2022). *El comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/comunidades-tumbaco-chillos-proteccion-ilalo.html#:~:text=11%20comunas%20reconocidas%20por%20la,Grande%2C%20Comuna%20Central%20y%20Lumbis%C3%AD>.
- Engel, C. E. (2008). *A History of Mountaineering in the Alps*. Read Books.
- Escobedo Portillo, M., Hernández Gómez, J., Estebané Ortega, V., & Martínez Moreno, G. (2016). Modelos de ecuaciones estructurales: Características, fases, construcción,

aplicación y resultados. *Ciencia y trabajo*.

Espinoza Salvadó, I. (2016). *BVS*. Obtenido de Muestreo. Curso de Metodología de la investigación:

<http://www.bvs.hn/Honduras/Embarazo/Criterios.de.Muestreo.Marzo.2016.pdf>

Flores- Flores, O., Lajo- Aurazo, Y., Zavallos- Morales, A., Rondán, P., Lizaraso- Soto, F., & Jorquiera, T. (2017). *Análisis psicométrico de un cuestionario para medir el ambiente educativo en una muestra de estudiantes de medicina en Perú*. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*. Obtenido de

<https://rpmesp.ins.gob.pe/index.php/rpmesp/article/view/2642>

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

Gallardo Ramírez, D. (2016). *Prácticas de enseñanza de iniciación a la lecto-escritura en el nivel inicial II de una institución educativa ubicada en el centro de la ciudad de Quito*.

Obtenido de UPS: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12173/1/UPS-QT09917.pdf>

Hansen, P. H. (2013). *The Summits of Modern Man*. Cambridge, Massachusetts, and London: Harvard University Press.

Huber, C. (2014). *Introduction to Structural Equation Modeling Using Stata*. StataCorp.

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_e

volution

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.

López- Roldán, P. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. (C. Commons., Ed.) Barcelona, España: Universitat Autònoma de Barcelona. . Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf

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>

Marín de Terán, & Martínez. (2005). *Algunas reflexions sobre el Ecuador prehispánico y la Ciudad Inca de Quito*. Quito: Junta de Andalucía.

Mayans, C. (2018). *National Geographic*. Obtenido de https://historia.nationalgeographic.com.es/a/otzi-hombre-hielo-rescatado-cumbres-alpinas_8853

Mejía Alcaldía. (2020). *Actualización del PDOT 2019-2023*. Obtenido de <https://municipiodemejia.gob.ec/assets/PDOT.pdf>

Mendoza, L., & Loaiza, J. (2021). ANÁLISIS DEL COMPROMISO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO DE LA UCB TARIJA MEDIANTE EL MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES (SEM). *Investigación y Negocios*, 14(23).

Ministerio de Turismo. (2014). *Reglamento de Operación de Turismo de Aventura*.

Ministerio de Turismo. (2018). *Manual de Atractivos Turísticos*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

Ministerio de Turismo. (2019). *Rucu Pichincha, un destino para descubrir en la Temporada de Montañas*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/rucu-pichincha-un-destino-para->

descubrir-en-la-temporada-de-montanas/

Ministerio del Ambiente. (2014). *Guía informativa de las Áreas Naturales Protegidas del Ecuador*. Quito. ISBN. Obtenido de

https://issuu.com/davsuad/docs/guia_areasnaturalesprotegidas_2014

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-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>

Modica, G. (2016). *1865: the Golden Age of Mountaineering*. Vertebrate Publishing and Éditions Paulsen.

Moral, M., & Alles, M. (1996). Teoría de Desarrollo Sostenible. *Revista de Estudios Regionales*, 8-9. Obtenido de <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf-articulo-2561.pdf>

Moral-Moral, M., & Fernández-Alles, M. (2019). Percepciones del residente local sobre el turismo industrial como una modalidad de desarrollo sostenible. *Revista de Estudios Regionales*, 51-52.

Organización Mundial de Turismo. (s.f.). *UNWTO*. Obtenido de Turismo de montaña:

<https://www.unwto.org/es/turismo-montana>

Orozco Alvarado, J., & Núñez Martínez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 144-167.

Ortiz Chavez, M. B. (2019). *DspaceUCE*. Obtenido de Turismo de montaña como alternativa de desarrollo local: estudio de caso parroquia La Candelaria, provincia de Chimborazo.:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18770/1/T-UCE-0009-CSO-163.pdf>

Parroquia La Merced. (2018). Ilaló Cerro Sagrado. En P. L. Merced, *La Merced: Identidad e historia*. (pág. 13). Quito: Gobierno de Pichincha.

Plan Nacional de Desarrollo. (2017- 2021). Ecuador.

- Ruíz Mencías, J. A. (2022). *Creación de un instrumento para medir la incidencia de los anuncios de Facebook Ads en la intención de compra de servicios aplicación salud privada en odontología en DMQ*. Quito.
- Sacramento, A. (s.f.). *NaturaScape*. Obtenido de Aclimatación en el Pasochoa y Rucu Pichincha: <https://www.naturascape.es/aclimatacion-en-el-pasochoa-y-rucu-pichincha/>
- Salas, R. (30 de diciembre de 2020). *UTPL*. Obtenido de Turismo rural y de montaña, un impacto en las comunidades: <https://noticias.utpl.edu.ec/turismo-rural-y-de-montana-un-impacto-en-las-comunidades>
- Seifert, L., Wolf, P., & Schweizer, A. (2016). *The Science of Climbing and Mountaineering*. Routledge.
- SIB. (2021). *Registro en áreas naturales protegidas*. Recuperado el 13 de 07 de 2021, 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, C. (2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE EL CHAUPI 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
- Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador- Ministerio del Ambiente. (2015). *Áreas Protegidas*. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/reserva-geobot%C3%A1nica-pululahua>
- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios -*

- Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Soler Cárdenas, S., & Soler Pons, L. (2012). *Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos*. SciELO.
- 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.
- TelefériQo. (2022). *Actividades*. Obtenido de <https://teleferico.com.ec/>
- Tesis de investigación. (12 de abril de 2014). *Población y Muestra. Ejemplo*. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/04/poblacion-y-muestra-ejemplo.html#:~:text=El%20universo%20est%C3%A1%20conformado%20por,65>).
- Turismo, M. d. (2020). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Rendición: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Presentacio%CC%81n-Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-MINTUR-2020-compressed.pdf>
- Vallejo Taipe, E. J. (2018). *DsapceUCE*. Obtenido de PLAN DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y MEDIO AMBIENTE : <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2591/1/T-UIDE-1855.pdf>
- Vargas Hernández, J. G. (2008). *Análisis crítico de las teorías del desarrollo*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/6662342.pdf>
- 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>

Vogeler, C., & Hernández, E. (2018). *Introducción al turismo: Análisis y estructura*. Universitaria Ramón Areces.

Zapata, S. (2021). *Inventario Turismo Local el Chaupi*. Comisión de turismo, ambiente y productividad. El Chaupi: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural El Chaupi.

Apéndices