

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



## FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

### CARRERA DE TURISMO Y ECOTURISMO

Tema: “Análisis de la demanda turística del Ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante”

Trabajo de titulación previa la obtención del título de Ingeniera en Turismo y Ecoturismo

AUTORA: Yulissa Yusvysleth Saavedra Cueva

TUTOR: Dr. Enríquez Montenegro César Armando, MSc

Tulcán, 2021



## **CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR**

Certificamos que la estudiante Yulissa Yusvysleth Saavedra Cueva con el número de cédula 73888286 ha elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de la demanda turística del Ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva

f.....

Enríquez Montenegro César Armando, MSc

**TUTOR**

f.....

Bolaños Tobar Dennys Andrés, MSc

**LECTOR**

Tulcán, abril de 2021

## **AUTORÍA DE TRABAJO**

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en la Carrera de ingeniería en turismo y ecoturismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Yo, Yulissa Yusvysleth Saavedra Cueva con cédula de identidad número 73888286 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Yulissa Yusvysleth Saavedra Cueva

AUTORA

Tulcán, abril de 2021

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Yulissa Yusvysleth Saavedra Cueva declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Análisis de la demanda turística del Ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

**f.....**

Yulissa Yusvysleth Saavedra Cueva

**AUTORA**

Tulcán, abril de 2021

## **AGRADECIMIENTO**

*En primer lugar, agradezco infinitamente a Dios por guiarme y brindarme la sabiduría necesaria en cada uno de los procesos de vida universitaria. En segundo lugar, expreso mi más profundo agradecimiento a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por ofrecerme la oportunidad de forjarme como profesional.*

*De igual manera quiero agradecer a los diferentes docentes que impartieron sus conocimientos y desempeñaron el rol de formadores tanto en lo personal como profesional, especialmente mi tutor de tesis el Dr. César Enríquez por brindarme su conocimiento científico y la paciencia oportuna para guiarme durante todo el desarrollo de la investigación.*

*Y para finalizar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a las personas que hicieron posible este logro en mi vida, como son: mis padres, el Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo (PRONABEC) de Perú y el Instituto de Fomento al Talento Humano (IFTH) de Ecuador, este logro se lo debo a ustedes.*

## **DEDICATORIA**

*Con el amor más profundo y sublime dedico esta tesis a mis padres por ser mi apoyo incondicional y los pilares fundamentales en mi vida, su enorme esfuerzo y compromiso han permitido que pueda culminar mi formación académica con éxito.*

*A mis hermanos, por ser mi motivo principal de superación, mi anhelo es verlos realizados como profesionales a ellos también en un futuro no muy lejano.*

*A mis amigos y amigas leales, que gracias a esa hermandad que nos unió en el transcurso de los años desde que llegué de Perú, me permitieron crecer como persona.*

*Y a todas las personas que intervinieron de alguna u otra forma en la realización de este trabajo.*

*Yulissa Yusvysleth Saavedra Cueva*

## ÍNDICE

I. PROBLEMA .....	13
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	14
1.3. JUSTIFICACIÓN .....	14
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	15
1.4.1. Objetivo General.....	15
1.4.2. Objetivos Específicos .....	15
1.4.3. Preguntas de Investigación .....	15
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	16
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	16
2.2. MARCO TEÓRICO .....	18
2.2.1. Demanda turística.....	18
2.2.2. Satisfacción del Visitante .....	24
III. METODOLOGÍA.....	29
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....	29
3.1.1. Enfoque Cuantitativo.....	29
3.1.2. Tipo de Investigación correlacional .....	29
3.2. Hipótesis .....	30
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	31
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....	34
3.4.1 Método.....	34
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO .....	34
3.5.1 Muestra .....	35
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	37
4.1. RESULTADOS .....	37
4.1.1. Análisis Univariado de la Demanda de Actividades .....	37

4.1.2. Análisis Univariado de la Satisfacción del Visitante .....	46
4.1.3. Análisis Bivariado entre la Demanda de actividades y Satisfacción del visitante. ....	55
4.1.4. Prueba de hipótesis.....	60
4.2. DISCUSIÓN.....	61
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
5.1. CONCLUSIONES .....	64
5.2. RECOMENDACIONES .....	65
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	66
VII. ANEXOS.....	70

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Variable Independiente .....	18
Figura 2: Variable Dependiente.....	24

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variable Independiente.....	31
Tabla 2: Variable Dependiente .....	33
Tabla 3: Rangos para interpretar Tau b y c de Kendall.....	35
Tabla 4: Valores para la fórmula de la muestra.....	36
Tabla 5: Modo de visita.....	37
Tabla 6: Modo de visita (Acompañamiento).....	37
Tabla 7: Motivación .....	38
Tabla 8: Frecuencia de visita.....	38
Tabla 9: Demanda Camping.....	39
Tabla 10: Demanda Canoping.....	40
Tabla 11: Demanda Ciclismo .....	40
Tabla 12: Demanda Senderismo.....	41
Tabla 13: Demanda Avistamiento de Aves .....	41
Tabla 14: Demanda fotografía.....	42
Tabla 15: Demanda paseo en bote.....	42
Tabla 16: Demanda Salas Multiusos .....	43
Tabla 17: Demanda Pista de atletismo .....	43
Tabla 18: Medios de difusión .....	44
Tabla 19: Disponibilidad Económica .....	45
Tabla 20: Percepción de la creación del Ecoparque.....	45
Tabla 21: Satisfacción Camping.....	46
Tabla 22: Satisfacción Canoping.....	46
Tabla 23: Satisfacción Ciclismo .....	47
Tabla 24: Satisfacción Senderismo.....	47
Tabla 25: Satisfacción Avistamiento de Aves.....	48
Tabla 26: Satisfacción Fotografía.....	49
Tabla 27: Satisfacción Paseo en Bote.....	49

Tabla 28: Satisfacción de Salas Multiusos.....	50
Tabla 29: Satisfacción de Pista de atletismo .....	50
Tabla 30: Recomendación de visita .....	51
Tabla 31: Satisfacción de Señalización de senderos .....	51
Tabla 32: Satisfacción del Área de camping.....	52
Tabla 33: Satisfacción Equipos de Canoping .....	52
Tabla 34: Satisfacción de Rutas ciclisticas .....	53
Tabla 35: Satisfacción de Parqueadero .....	54
Tabla 36: Probabilidad de visita.....	54
Tabla 37: Demanda y Satisfacción de Camping .....	55
Tabla 38: Demanda y Satisfacción de Canoping .....	56
Tabla 39: Demanda y Satisfacción de Ciclismo .....	56
Tabla 40: Demanda y Satisfacción de Senderismo .....	57
Tabla 41: Demanda y Satisfacción de Avistamiento de Aves .....	57
Tabla 42: Demanda y Satisfacción de Fotografía .....	58
Tabla 43: Demanda y Satisfacción de paseo en Bote .....	58
Tabla 44: Demanda y Satisfacción de las Salas Multiusos .....	59
Tabla 45: Demanda y Satisfacción de la pista de atletismo.....	59
Tabla 46: Interpretación de prueba estadística.....	60

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Certificado o Acta del perfil de Investigación .....	70
Anexo 2: Certificado del Abstract por parte de idiomas.....	71
Anexo 3: Encuestas aplicadas a los visitantes del Ecoparque .....	73

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolla con la finalidad de analizar la demanda de las actividades que se realizan en el Ecoparque de la ciudad de Tulcán y su relación con la satisfacción que obtienen los visitantes al practicarlas, pues, es evidente un escaso estudio de la demanda turística en el lugar y por lo tanto las acciones de mejora en las actividades se realizan de manera empírica. El objetivo de la investigación es correlacionar el nivel de la demanda de las actividades del Ecoparque con la satisfacción del visitante, además, se presenta información de algunas propuestas para la implementación de servicios que permitan mejorar la satisfacción del visitante durante su estadía. Para cumplir con el objetivo planteado, se adoptó una metodología con enfoque cuantitativo, prueba no paramétrica correlacional, tipo de estudio transversal. Las variables fueron categóricas ordinales. Se prueba la hipótesis a través del Tau C de Kendall con el que se midió el grado de correlación entre las variables de estudio. Las encuestas estuvieron divididas de la siguiente manera: la primera estaba encaminada en determinar la demanda turística en el Ecoparque y la segunda en medir el nivel de satisfacción de las personas que lo visitan. El estudio concluye al identificar que existe una alta correlación entre la demanda de actividades del Ecoparque y la satisfacción del visitante. Entonces es posible inferir que un adecuado estudio en la demanda turística permite ofrecer al visitante un mayor nivel de satisfacción en las actividades que realiza, impulsando el turismo en el sector.

Palabras Claves: Demanda turística, satisfacción del visitante, correlación.

## **ABSTRACT**

The present research is developed with the purpose of analyzing the demand of activities conducted in Ecopark which is located in Tulcán city, and the reported visitor's satisfaction levels. As it is evident, there is a scarce study of the touristic demand in the place and therefore, the improvement actions of the activities are done empirically. The objective of the research is to correlate the demand of activities in Ecopark with the visitor's satisfaction. Besides, information is presented with some proposals for the implementation of services that allow improving visitor's satisfaction during their stay. To meet the proposed objective, it was applied a methodology with a quantitative approach, a nonparametric correlational test and a type of cross-sectional study. The variables were categorical ordinal. The hypothesis is tested through Kendall's Tau C with which the degree of correlation between the study variables was measured. The surveys were divided as follows: the first to determine tourist demand in the Ecopark, and the second aims to measure visitor's satisfaction levels. The conclusion portrays a high correlation between the demand for Ecopark activities and visitor's satisfaction. As this, it is affirmed that an adequate study of the tourist demand allows to offer the visitor a higher level of satisfaction in the performed activities due to they promote tourism in the area.

Keywords: Tourist demand, visitor's satisfaction, correlation

## **I. PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La importancia de espacios verdes en el sector urbano crece cada día, para poder vivir armoniosamente con la naturaleza. Vivimos en ciudades, pero no entendemos su importancia y su influencia en el entorno, es por ello que se necesita transformar la visión común, por un cambio en favor de nuestros ecosistemas.

La creación de un Ecoparque, en la ciudad de Tulcán, trajo consigo gran expectativa en la población sobre un crecimiento económico y turístico. La economía del cantón Tulcán se encuentra en crisis, esto empezó a finales del 2014 cuando se fortaleció el valor del dólar y se devaluó la moneda colombiana. Personas que provenían de distintas provincias del país decidieron cambiar su curso a la ciudad de Ipiales porque encontraban sus productos a menor precio, desde ese entonces la población de Tulcán busca estrategias para poder subsistir en medio de toda esa crisis.

La creación de un Ecoparque es una alternativa para robustecer la economía del cantón, sin embargo, este proyecto no cuenta con un estudio de demanda turística. Un correcto estudio de mercado es clave tanto antes como después del lanzamiento de un producto o de una idea de negocio.

Según Orjuela y Sandoval (2002)

El análisis de la situación actual, es importante porque es la base de cualquier predicción que se realice del futuro. Además, genera una gran cantidad de información sobre el modo en que están funcionando todas las variables importantes a analizar, como es el caso de la demanda, oferta, competencia, proveedores y consumidores, entre otros (p.24).

Para llevar a cabo la creación del Ecoparque, las personas ejecutoras del proyecto se basaron en una construcción empírica, por tal motivo no se conoció de la existencia de un estudio de mercado. En la actualidad se desconoce con exactitud la demanda potencial del lugar, tampoco se conoce el nivel de satisfacción de las personas que lo visitan

Es por ello que es vital un estudio de la demanda a la hora de llevar a cabo un proyecto. Una correcta planificación trae consigo excelentes resultados y por lo tanto reduce costos de producción, lo que brinda servicios de calidad.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo el estudio de las actividades de la demanda turística del Ecoparque de la ciudad de Tulcán contribuye a la satisfacción del visitante durante el periodo 2019 – 2020?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

Como alternativas de desarrollo sostenible que solucionen la problemática en que vivimos, se busca la implementación de Ecoparques. Yaquino, Correa y Castaño (2017) explican que para mantener un equilibrio entre el hombre y la naturaleza. Por medio de esta alternativa se busca dinamizar el sector económico sin causar daños ecológicos.

La finalidad del trabajo de investigación es contribuir mediante un análisis de datos la demanda turística actual del Ecoparque y conocer el nivel de satisfacción de las personas que lo visitan. Este análisis se efectúa por medio de una recolección de datos, procesada e interpretada, conociendo los procesos de un estudio de mercado para dar paso a la toma de decisiones.

Mediante este análisis se puede determinar los gustos y preferencias del visitante, conocer los factores que influyen al momento de escoger un lugar y sobre todo si lo ofertado en el lugar cumple con sus expectativas.

Una adecuada planificación conlleva a un óptimo desarrollo, utilizando adecuadamente los recursos naturales del lugar y minimizando recursos económicos. Es por ello que si se desconoce la demanda turística no se puede determinar los segmentos de mercados y los visitantes no obtienen una satisfacción adecuada.

Los beneficiarios de esta obra son los habitantes del cantón Tulcán, quienes recibirán a turistas de diferentes partes del Ecuador y del vecino país de Colombia. La correcta ejecución del Ecoparque aporta al desarrollo del turismo local, generando fuentes de empleo y mejorando la calidad de vida de sus habitantes, por lo tanto, el estudio de la demanda contribuye principalmente a visualizar de manera concreta el mercado al cual está dirigido y si cumple con las expectativas de los visitantes.

## **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### 1.4.1. Objetivo General

Correlacionar el nivel de la demanda de las actividades del Ecoparque de la ciudad de Tulcán con la satisfacción del visitante.

### 1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente sobre demanda turística y satisfacción del visitante para el desarrollo de la investigación.
- Identificar la demanda de las actividades del Ecoparque de la ciudad de Tulcán para el fortalecimiento de las mismas.
- Determinar el nivel de satisfacción del visitante en el Ecoparque de la ciudad de Tulcán para el planteamiento de planes de mejora.

### 1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cómo identificar la relación entre la demanda de actividades y la satisfacción del visitante?
- ¿Cuál de las actividades del ecoparque de la ciudad de Tulcán tiene mayor demanda turística?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción del visitante en ecoparque de la ciudad de Tulcán?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En el Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Ingeniería y Arquitectura, Gabriela Arroyo (2014) investigó el tema: “Ecoparque Turístico para la Mariposa Monarca San José del rincón, estado de México” en el dónde detalla que el motivo de su investigación es diseñar un ecoparque turístico, aprovechando los recursos que brinda el estado natural y urbano. En esta investigación utiliza el método cuantitativo porque requiere resultados numéricos y también necesita procedimientos para poder determinar los problemas y sus motivos. Los resultados de la investigación determinan que es factible la implementación del Ecoparque y contribuye al desarrollo social, económico y cultural del sector.

Otra investigación se realizó en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, carrera de Ingeniería en Ecoturismo, por Franklin Londo (2016) con el tema “Estudio de factibilidad para la implementación de un ecoparque de aventura en el sector el batán, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo” en donde uno de sus objetivos es evaluar el potencial que tiene el lugar para poder implementar el ecoparque, para ello utiliza una modalidad de campo y bibliográfico, de tipo descriptiva, porque se requiere información de fuentes bibliográficas para determinar superficies, límites y todo tipo de información cartográfica.

Jaramillo y Silva (2014) de la Universidad Industrial de Santander, de la carrera de Especialización en Evaluación y Gerencia de Proyectos investigan sobre el “Estudio de mercados para la construcción de un parque temático infantil en la ciudad de Barrancabermeja”. Estos autores buscan identificar la demanda actual del sector para la creación de un parque temático. Para ello se basan en el enfoque cuantitativo, porque van a utilizar estadísticas y aplicar instrumentos para conocer el estado actual del sector; y cualitativo porque quieren caracterizar su mercado, conociendo las debilidades y oportunidades para la creación de un parque temático. Los resultados obtenidos en la investigación demuestran que el parque temático es competitivo en el mercado y se puede implementar como una propuesta con componentes educativos.

La investigación realizada en la Universidad Católica de Manizales, Facultad de Ingeniería y Arquitectura, los autores Pablo Marmolejo & Laura Bolaños (2017) expresan el tema “Corredor urbano paisajístico que permite mejorar la conectividad entre: Ecoparque los Yarumos, ladera UCM y micro cuenca San Luis, Colombia” esta investigación tiene como objetivo realizar un

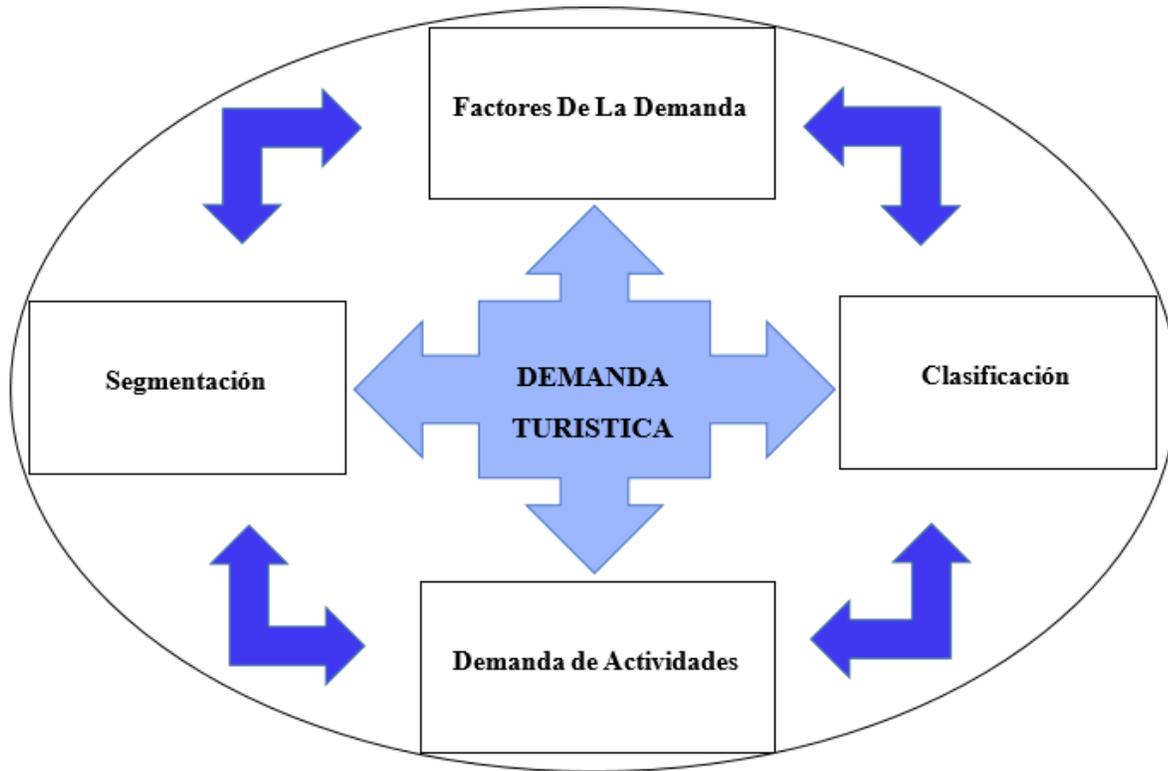
análisis de la situación actual del lugar para ello utilizan un enfoque cualitativo porque se requiere identificar las características físicas de la zona de estudio, por medio de un diagnóstico basado en lineamientos.

La siguiente investigación se desarrolló en la Universidad de El Salvador, escuela de Administración de Empresas y corresponde a los autores Ana Barahona, Karla Campos, Yanis Rojas (2010). Ellos explican el tema “Diseño de un plan de mantenimiento de las instalaciones, que permita potenciar los servicios del Ecoparque El Espino en el Municipio de antiguo Cuscatlán, departamento de La Libertad”. En esta investigación se plantea como objetivo principal determinar cómo contribuye la creación de un plan de mantenimiento para potenciar los servicios que brinda el ecoparque, es por ello que utilizan el enfoque cuantitativo, para probar hipótesis basadas en cálculos y realizar un análisis estadístico estableciendo patrones.

La siguiente investigación realizada en la Universidad Nacional de Colombia, publicada en la revista Cuaderno de Geografía, corresponde a Alejandra Reyes; José Torres; Liz Villarraga; María Meza (2017) con el tema “Valoración del paisaje y evaluación del potencial interpretativo como herramienta para el turismo sostenible en el Ecoparque Las Monjas”. En su investigación destacaron la importancia de los enfoque cualitativo y cuantitativo; cualitativo porque se realiza un análisis visual del paisaje y sus respectivas características, destacando algunos componentes del lugar y cuantitativo porque se necesita medir la capacidad de carga de los visitantes para no generar un impacto ambiental considerable.

## 2.2. MARCO TEÓRICO

### 2.2.1. Demanda turística



*Figura 1:* Variable Independiente

Según Socatelli (2013) explica:

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 o visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar (p.1).

Para Orjuela y Sandoval (2002) “La demanda, es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer la exteriorización de sus necesidades y deseos específicos” (p.51).

Por su parte, Urbina (2013) manifiesta:

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda (p.28).

Para Moreno y Coromoto (2011) la demanda turística comprende una serie de características, como detalla a continuación:

El sistema de demanda turística corresponde a las características propias del individuo que practica el turismo, tales como su situación financiera, posesión o acceso al equipamiento, factores cognitivos, determinantes del comportamiento y otras características personales como compromiso, riesgo percibido o valores (p.154).

Según Narváez & Fernández (2010) “El análisis de los rasgos distintivos de la demanda turística conllevará a diseñar acciones que propendan a mejorar la capacidad del destino para satisfacer las necesidades y deseos de ocio del turista” (p.176)

Por lo tanto, se entiende como demanda turística aquellas personas que buscan consumir un bien o servicio con la finalidad de satisfacer una necesidad, para ello intervienen algunas características propias del individuo que son las principales determinantes para adquirir el producto. Además, realizar un estudio de demanda permite identificar y medir las fuerzas que intervienen en los requerimientos del mercado.

Para profundizar en la demanda, es importante, además, conocer el perfil del turista, pues estos datos ayudan a enriquecer la investigación y complementar el estudio. Obteniendo así una base para futuras predicciones.

#### 2.2.1.1 Factores de la demanda Turística

Según Urbina (2013):

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio

habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos (p.15).

Según Guzmán et al (2011) “La estimación de la demanda que se espera y los factores que la determinan son elementos esenciales en las actividades de planeación y la toma de decisiones de las funciones que se llevan a cabo en una empresa” (p.37).

Mamani (2016) explica que existen 4 Factores para determinar la demanda:

- Factores económicos. - son determinantes al ejercer dominio sobre la demanda, esto se debe porque el grado de desarrollo en una sociedad determina el poder adquisitivo que tiene para poder demandar un bien o servicio.
- Factores relativos a las unidades demandantes. - Se trata de los factores que causan la motivación en el turista o viajero, pueden ser diversos, como: Factores sociológicos, psicológicos, tiempo de ocio, costumbres estacionales, creencias religiosas y factores demográficos.
- Factores aleatorios. - Son aquellas variables causadas de manera imprevista, como terremotos, guerras e inestabilidad política, que afectan al comportamiento de los consumidores y que inciden, por tanto, en la demanda turística.
- Factores relativos a los sistemas de comercialización y a la producción. - En este grupo se determina los factores que afectan positiva o negativamente a la demanda turística y dentro de ellos se encuentran en relación a la producción, a la competencia y aleatorios.

Para poder identificar la demanda y realizar una planeación adecuada en una empresa turística, es importante conocer los factores que influyen en las decisiones de quienes requieren el bien o servicio. Con esta determinación se pretende conocer a fondo las necesidades del visitante y poder brindar así un mejor producto turístico, optimizando recursos y permitiendo a la empresa turística obtener una base de planeación.

#### 2.2.1.2 Clasificación de la Demanda

Según Socatelli (2013) explica 4 tipos de demanda:

- Demanda Actual. - se refiere al número actual de personas que participan en la actividad turística (turistas, viajeros o visitantes).
- Demanda Potencial. - viene dada por el número teórico de personas susceptibles de adquirir el producto considerado.
- Demanda Diferida. - son las personas que no han podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta.
- La No Demanda. - personas que muestran una aversión a viajar o aquellas que simplemente no desean hacerlo.

Para Vigaray (2012) existen 5 tipos de demanda:

- Demanda potencial. - consumidores que podrían llegar a comprar el producto en un momento determinado, dado que muestran algún nivel de interés por el mismo y al que se dirige la oferta comercial.
- Demanda disponible. - consumidores con una necesidad específica y con las características necesarias para adquirir un producto,
- Demanda cualificada o disponible. - consumidores que tienen interés por la oferta, cuentan con los ingresos necesarios tienen acceso a la oferta del mercado y está cualificado para adquirirla.
- Demanda meta u objetiva (target). - consumidores que pertenecen al mercado disponible y a los que la empresa decide dirigir sus esfuerzos de marketing para conseguir que formen parte del mercado real.
- Demanda actual/real/penetrada. - consumidores del mercado objetivo que compran un producto específico en un momento dado.

En conclusión, la clasificación de la demanda permite identificar quienes serán los consumidores directos y potenciales de la oferta. Esto con la finalidad de brindar un mejor servicio de acuerdo a las peticiones del consumidor.

### 2.2.1.3 Demanda de Actividades

Dentro de las actividades que se pueden desarrollar en el Ecoparque de la ciudad de Tulcán se encuentran las actividades recreativas, deportivas y de naturaleza.

- Actividades Recreativas

La práctica de estas actividades en ámbitos naturales tiene un auge creciente, las tendencias a nivel mundial indican que en los últimos años se ha registrado un aumento sostenido de la demanda de visitantes interesados en espacios naturales con fines contemplativos y de actividades en contacto con la naturaleza (Mosti, 2010, p.516).

- Actividades Deportivas

La expansión reciente de las prácticas turístico-deportivas en la naturaleza demanda en sobremanera tal trabajo, estimándose como muy necesarios estudios previos del medio que posibiliten la localización idónea de las actividades en el medio natural, en este sentido los distintos modelos de evaluación del medio, entre los que los de capacidad de acogida adquieren un protagonismo claro, alcanzan gran trascendencia (Gil, 2003, p.132).

- Disfrute de Naturaleza.

El turismo de naturaleza supone una enorme oportunidad de contactar con las raíces naturales y saludables que las personas necesitan en los hábitats en los que conviven, y puede actuar de compensación ante la “comodidad” del hábitat urbano polucionado y su ritmo de vida estresante. (Quintana, 2017, p. 2).

La demanda de las actividades tanto recreativas, deportivas y de naturaleza; contrastan en una característica importante, todas indican un crecimiento considerable en los últimos tiempos. Esto podría ser debido a las tendencias globales de mejorar la calidad de vida.

#### 2.2.1.4 Segmentación de la Demanda

Realizar un estudio antes del lanzamiento de un producto ayudará a determinar si ese bien o servicio ofertado tendrá éxito. Según Urbina (2013) “la investigación de mercado ayuda a cuantificar los individuos que van a generar la demanda y esta debe proporcionar información que sirva de apoyo para poner en marcha la producción del bien o servicio” (p.16).

Para lograr ello el autor mencionado anteriormente explica que hay 4 maneras de realizar el estudio de mercado, que son los siguientes:

- Recopilar la información de manera sistemática.
- El método de recopilación debe ser objetiva.
- Los datos recopilados deben contener información útil.
- El resultado de la investigación servirá como base para tomar las decisiones sobre el producto.

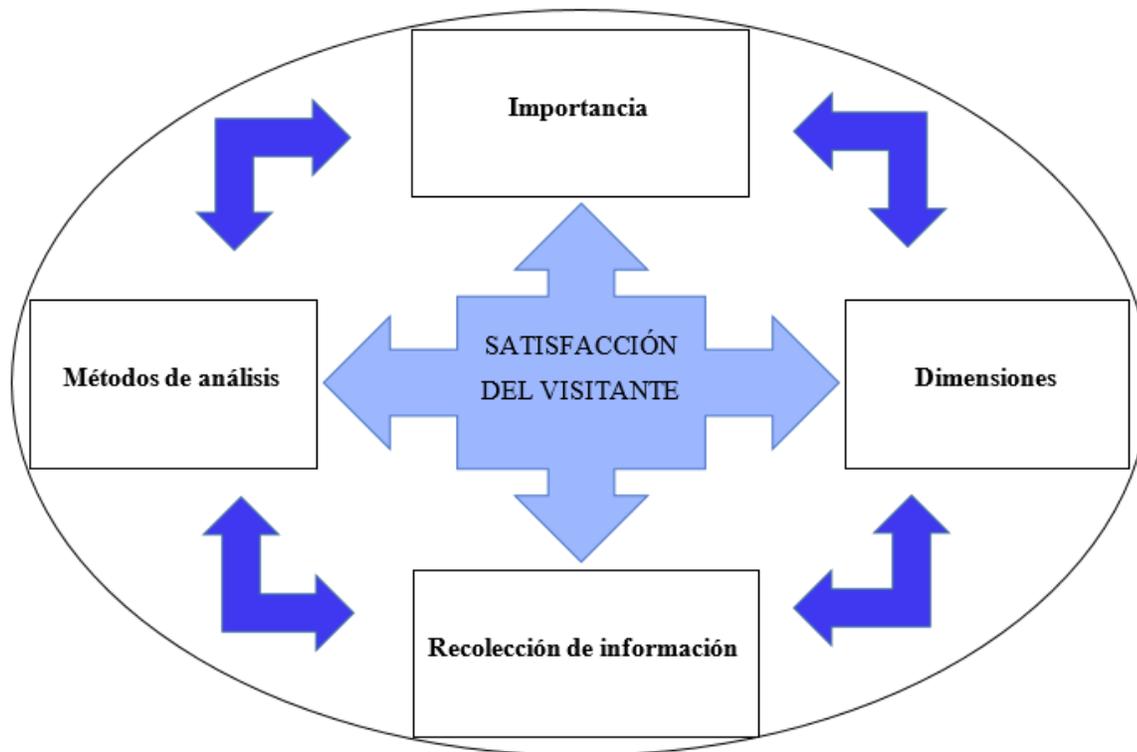
Según Orjuela y Sandoval (2002) “El estudio de la demanda se debe focalizar en los segmentos de interés o en la totalidad del mercado escogido. Esto determinará el tipo de información necesaria para analizar la evolución histórica de la demanda” (p.56)

Según Formichella (citada por Calle, 2015, p.16) menciona que el turismo es un “proceso dinámico e integrador en zonas o localidades, mejorando las condiciones de vida de los habitantes”. De allí la importancia de una adecuada organización turística para que se pueda dar un desarrollo local, dando como resultado final el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

La segmentación de mercado, ofrece la oportunidad de ganar ventaja competitiva, por medio de la diferenciación. Este enfoque implica la identificación de los beneficios que distintos grupos homogéneos buscan, ya que, permite determinar necesidades características relevantes. Y además se usa como una fuente de diferenciación del producto.

La segmentación de mercado ha pasado a ocupar un papel muy importante en el diseño de estrategias y en el desarrollo de productos turísticos.

## 2.2.2. Satisfacción del Visitante



**Figura 2:** Variable Dependiente

Fernández y Palacios (2004) explican: “La satisfacción y la fidelidad de los visitantes tienen consecuencias importantes para las políticas turísticas y las empresas del sector: aumentan la repetición de la visita, crean buenas críticas y generan una imagen positiva del destino elegido” (p.241).

Según Pasquotto et al (2012):

Conocer los elementos que definen la satisfacción de los consumidores es esencial para la supervivencia de las empresas en un ambiente competitivo donde las estrategias de marketing basadas en los atributos valorizados por los consumidores pueden resultar una estrategia básica para la organización (p.1248).

Según Olague de la Cruz y Treviño (2013) manifiestan:

La satisfacción con los atributos es directamente influida por la imagen del destino y que la lealtad al destino es a su vez influenciada por la satisfacción total. Asimismo, se identifica a la

satisfacción de los atributos como determinante de la lealtad al destino. Este estudio viene a confirmar que la lealtad es resultado de una imagen positiva y una alta satisfacción (p.128).

En resumen, identificar el nivel de satisfacción del consumidor es clave para poder obtener la fidelidad de los clientes generando una ventaja competitiva en el mercado y su vez crear una imagen positiva del destino.

#### 2.2.2.1. Importancia

Para Moreno et al (2002):

La satisfacción es un proceso dinámico, activo y dependiente del entorno. En este sentido, alcanzar la satisfacción del cliente se convierte en una cuestión de gran importancia para el destino y las empresas que allí operan, dado que de ello dependerá que el cliente repita su visita, y que realice una comunicación positiva del destino a otros clientes (p.71).

Según Fernández y Palacios (2004) mencionan:

El sentimiento de satisfacción y la fidelidad de los visitantes tienen también consecuencias positivas para las empresas del sector o los organismos encargados de la política turística de la zona, ya que crean una imagen positiva del lugar, permiten reducir los costes de promoción y disminuyen la elasticidad precio de la demanda (p.243).

Según Arimond y Elfessi (citados por Moreno et al, 2002, p.71) indican que “La satisfacción mostrada por el turista respecto a las experiencias en el destino es un mejor predictor de su futuro comportamiento, de lo que serían las respuestas dadas por clientes potenciales del destino”.

Según Oliveira (2011) explica:

Aunque muchos factores puedan influir sobre el éxito turístico de un destino, el foco de las estrategias y las acciones debe ser aquel que más se relaciona con la satisfacción del turista ya que priorizarlos puede optimizar los recursos empleados y consecuentemente generar nuevos recursos para emplear tanto en la oferta turística como en las demandas sociales existentes (p.230).

Es importante realizar un estudio sobre la satisfacción, pues mediante este se puede determinar los clientes potenciales, reduciendo costes de publicidad, aumentando la demanda y se puede utilizar como un predictor de comportamiento del visitante o turista.

#### 2.2.2.2. Dimensiones

Luna (2019) toma en cuenta 5 dimensiones para determinar el nivel de satisfacción:

- Información personal. - Hace referencia a datos personales del visitante, información que es clave para la construcción del perfil del turista.
- Información del viaje. - Se refiere a la información que se oferta o está disponible al visitante y considera el tipo, los formatos que estructuran dicha información, los canales de comunicación y las diversas opciones que se presentan desde el sector público y privado.
- Satisfacción. - Que hace referencia a la valoración personal o subjetiva de la experiencia que tuvo el turista y que generalmente es valorada a través de escalas de medición.
- Lealtad. - Se refiere a la satisfacción del turista que se refleja en recomendaciones y retorno a los destinos turísticos visitados como premio a la calidad del servicio.
- Propuesta. - Hace referencia a si el turista recomendaría el destino turístico a otras personas y cuáles fueron las actividades que más le gustaron.

Según Vela (2019) existen 7 dimensiones que permiten estudiar la satisfacción:

- La imagen. - Hace referencia a la percepción del lugar.
- Acceso al destino e infraestructura. - Como la atención del personal del servicio, el señalamiento, y la calidad de infraestructura del acceso.
- Servicios. - Hace alusión a aquellos servicios de hospedaje, de excursión, establecimiento de comidas, disponibilidad de estacionamiento.
- Atractivos turísticos. - Incluidos la variedad, calidad de atractivos, culturales y naturales.
- Experiencia. - Donde se incluye la experiencia de viaje, hospitalidad, emociones, experiencia diferente, disponibilidad de información turística.
- Satisfacción y recomendación. - Se hace referencia a las expectativas de satisfacción, disposición de visitar nuevamente y a la recomendación a amigos y familiares.
- Costo. - Como la relación de calidad-precio.

Las dimensiones permiten identificar por etapas todo lo que el turista desempeña dentro de un área determinada, involucrando imagen, accesibilidad, infraestructura, realización de actividades, entre otros. Permitiendo con ello conocer a detalle todos los elementos que influyen la satisfacción de su visita.

### 2.2.2.3. Recolección de información

Según Pulido y Navarro (2014):

Es posible medir las experiencias de los viajeros a través de un conjunto de ítems que abarquen los diferentes aspectos sociales, emocionales, sensoriales, creativos, relacionales, cognitivos y personales que conforman una experiencia turística. Estos ítems, a su vez, pueden cuantificarse a través de un conjunto de indicadores medibles y verificables (p.6).

Según Perez (2010):

Medir la satisfacción de los turistas, por tanto, resulta un eslabón primordial en cualquier misión que pretenda cumplir con requisitos mínimos de una gestión de calidad, no sólo considerada desde los procesos internos sino del principal beneficiario/destinatario de las políticas turísticas (p.46).

Este autor menciona también que existe una serie de beneficios al aplicar esta medición como:

- Disponer de elementos estadísticos que ayuden a la toma de decisiones.
- Conocer el desempeño de las áreas en relación con el visitante.
- Saber cuán satisfechos están los turistas durante su recorrido y cómo es su relación con el entorno.
- Contar con una herramienta para mejorar la publicidad, la gestión de relación con el turista.
- Obtener un apoyo para la mejora constante de estrategias.

En conclusión, la manera más eficaz para identificar la satisfacción de un bien o servicio es mediante una escala de Likert, pues esta permite medir la opinión de un individuo determinando el grado de acuerdo o desacuerdo en cada pregunta.

#### 2.2.2.4. Métodos de análisis

Según Pérez (2010) manifiesta:

Medir la satisfacción de los turistas, por tanto, resulta un eslabón primordial en cualquier misión que pretenda cumplir con requisitos mínimos de una gestión de calidad, no sólo considerada desde los procesos internos sino del principal beneficiario/destinatario de las políticas turísticas (p.46).

Para Luna (2019) existen 2 maneras de medir la satisfacción:

- Mediciones Indirectas: Incluyen el seguimiento y monitoreo de los registros de ventas, utilidades y quejas de los clientes...Es un método pasivo para determinar si las percepciones de los clientes cumplen o superan sus expectativas.
- Mediciones Directas: Se obtienen por medio de encuestas de satisfacción al cliente. Sin embargo, no están estandarizadas entre las empresas...Las preguntas que se formulan también varían, así como también los métodos para la recolección de datos (Entrevistas personales o cuestionarios).

Según Pérez (2010)

Esta fase resulta clave y decisiva antes de pasar a nuevas planificaciones o futuras etapas. Sin saber cómo resulta el despliegue de las diferentes estrategias relacionadas con la actividad turística, no se puede entender qué cambiar para mejorar y en cuáles profundizar en el mismo sentido (p.45).

El método de análisis para la satisfacción del visitante constituye por lo tanto un papel fundamental a la hora de brindar un servicio de calidad. Pues estas mediciones permiten mantener un seguimiento de los turistas y determinar si se cumplen o no sus expectativas.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO**

##### **3.1.1. Enfoque Cuantitativo**

La presente investigación utiliza un enfoque cuantitativo para poder comprobar hipótesis, determinar el nivel de correlación que existe entre las variables de estudio y poder cuantificar los datos obtenidos por medio de programas estadísticos.

Según Ugalde y Balbastre (2013) manifiesta:

La investigación cuantitativa se utiliza cuando se pretende explicar fenómenos de causa y efecto. Este modelo requiere el empleo de un lenguaje unificado y la posibilidad de cuantificación de los fenómenos estudiados, o se expliquen, son principios similares, validados por un método científico o por otros medios (p.186).

Según Fernández y Díaz (2002) explica:

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada (p.1).

Así como lo explican los autores, el enfoque cuantitativo permite realizar una inferencia causal cuantificando los fenómenos estudiados, por lo tanto, en la investigación se pretende medir la fuerza de correlación entre las variables de estudio, para ello se realiza una prueba de hipótesis de correlación.

##### **3.1.2. Tipo de Investigación correlacional**

Según Valle (2009) la investigación correlacional:

Tiene como finalidad establecer el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracterizan porque primero se miden las variables y luego, mediante

pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación (p.4).

Así mismo el autor mencionado anteriormente afirma que la investigación correlacional consiste en buscar variables que interactúen entre sí, de esta manera cuando se observa un cambio en una de ellas, se puede asumir cómo será el cambio en la otra.

Esta correlación puede ser positiva o negativa.

Según Hernández (2004) explica:

Si es positiva quiere decir que sujetos con altos valores en una variable tienden a mostrar altos valores en la otra variable. Si es negativa, significa que sujetos con altos valores en una variable tenderán a mostrar bajos valores en la otra variable (párr.2).

### 3.2. Hipótesis

H<sup>o</sup>: No existe correlación entre la demanda de las actividades del ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante

H1: Existe correlación entre la demanda de las actividades del ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Tabla 1:** Variable Independiente

Variable Independiente	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos	Informantes
<b>DEMANDA TURISTICA</b>	Es el conjunto de turistas que viajan motivados por diversos factores con el objetivo de cubrir sus necesidades respetando el medio ambiente	Ocio	Modo de visita del Turista	¿Cómo acostumbra visitar el Ecoparque? ¿Con cuántas personas visita el Ecoparque?	Encuesta	Visitantes o Turistas
			Motivación	¿Cuál considera que es el motivo principal de visitar el Ecoparque?		
			Estacionalidad	¿Con qué frecuencia visita el Ecoparque?		
			Recreación	Preferencia para realizar actividades turísticas		
			Tecnológico	¿Por qué medio se enteró del Ecoparque?		
			Servicio	Si ud solicitaría un servicio de alimentación ¿Que consideraría más importante?		

---

Económico	Disponibilidad económica	¿Cuánto dinero designa para visitar el Ecoparque?
Geográfico	Ambiental	¿Qué tan adecuado considera la creación de espacios naturales como el Ecoparque?

---

**Tabla 2:** Variable Dependiente

<b>Variable Dependiente</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Informantes</b>
<b>SATISFACCIÓN DEL VISITANTE</b>	Es el nivel de agrado que experimenta el visitante en relación a un producto o servicio adquirido valorando la calidad en su oferta turística.	Agrado	Actividades	¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a las actividades?	Encuesta	Visitantes o Turistas
			Servicio	¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a servicios?		
			Infraestructura	¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a la infraestructura turística		
		Fidelidad del visitante	Probabilidad de visita	¿El nivel de satisfacción de su visita con respecto a las actividades del Ecoparque influye al momento de volver a visitarlo? ¿Recomendaría a sus amigos y familiares el Ecoparque como un lugar de esparcimiento para visitar?		
		Propuestas	Mejoramiento de servicios	¿Qué considera que debería implementarse?		

### **3.4. MÉTODOS UTILIZADOS**

#### **3.4.1 Método**

Para poder recolectar la información que permita realizar el análisis de las variables de estudio, se desarrolló un cuestionario con preguntas estructuradas y semiestructuradas, tanto para la variable Demanda y para la variable de Satisfacción de las actividades en el Ecoparque de la ciudad de Tulcán. Ambos cuestionarios se desarrollaron en la plataforma de Microsoft Forms para poder aplicar las encuestas evitando cualquier tipo de contacto por tema de pandemia. Con la finalidad de complementar el estudio se incluyeron datos personales como edad, género, ingreso mensual y lugar de procedencia.

Los resultados de las encuestas efectuadas en el Ecoparque de la Ciudad de Tulcán permiten determinar la demanda de las actividades de dicho lugar, como también permiten conocer el nivel de satisfacción de los turistas que lo visitan. La encuesta formulada se aplicó a personas mayores de 18 años, esto con la intención de contar con criterios responsables que ayuden a determinar el objetivo de la investigación.

### **3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

Los datos obtenidos fueron procesados mediante el programa SPSS versión 19 y Excel, estos datos están organizados y resumidos, haciendo uso de tablas y gráficos estadísticos.

Como primer punto, se realizó un análisis estadístico descriptivo, en el que se detalla las medidas de cada una de las variables de estudio por medio de diferentes análisis (análisis univariado y bivariado). Esto con la finalidad de describir las características esenciales de las variables para una mejor comprensión. Este análisis se encuentra en el capítulo de resultados.

También se realizó un análisis estadístico inferencial. Este se relaciona directamente con la prueba de hipótesis. En este análisis se realiza la comprobación de la hipótesis de la investigación mediante una prueba de correlación, como se trabajó con variables ordinales se utilizó el estadístico de prueba Tau c de Kendall. Esta prueba de hipótesis también permite identificar la fuerza de correlación que existe entre las variables de estudio.

Tau c de Kendall es una medida no paramétrica que permite asociar variables ordinales y se encuentra basado en rangos para medir la fuerza de correlación entre las variables de estudio. En base a la tabla número 03 son interpretados los resultados de la prueba determinando el valor de “Tau c de Kendall”.

**Tabla 3:** Rangos para interpretar Tau b y c de Kendall

DE 0.00 A 0.19	MUY BAJA CORRELACIÓN
De 0.20 a 0.39	Baja correlación
De 0.40 a 0.59	Moderada correlación
De 0.60 a 0.89	Alta correlación
De 0.90 a 1.00	Muy alta correlación

**Fuente:** Elaboración propia

### 3.5.1 Muestra

Según Carrillo (2013) “La muestra es cualquier subconjunto del universo. Desde la estadística pueden ser probabilísticas o no probabilísticas” (p.7).

La muestra es parte de los elementos de una población que se selecciona para el estudio de una característica o condición. Existen diferentes fórmulas para identificar la muestra de una población, esto según el tamaño, todo depende si la población es finita o infinita. Para el estudio de la muestra de la presente investigación se utiliza la fórmula para una población infinita porque se desconoce el tamaño de la población que visita el Ecoparque, pues no solo acuden locales. La fórmula para identificar la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2PQ}{e^2}$$

El error muestral nos permite medir el grado de exactitud con el que se infiere la muestra de una población. En el presente estudio se utiliza un error de muestreo del 7% porque intervienen factores que dificultan el levantamiento de información como es el tema de cuarentena por Covid-19 que se presenta a nivel mundial. Por este factor determinante se incrementó el margen de error para reducir la cantidad de encuestas al no encontrar afluencia de visitantes en el Ecoparque.

**Tabla 4:** Valores para la fórmula de la muestra

<b>N =</b>	TAMAÑO DE LA MUESTRA	=	?
<b>Z =</b>	Nivel de confiabilidad: 95%	=	1,96
<b>P =</b>	Probabilidad de ocurrencia	=	0,50
<b>Q =</b>	Probabilidad de no ocurrencia	=	0,50
<b>e =</b>	Error de muestreo	=	0,07

**Fuente:** Elaboración propia

$$n = \frac{3,8416 * 0,50 * 0,50}{0,0049}$$

$$n = \frac{0,96}{0,0049}$$

$$n = 196,00 \longleftrightarrow 196$$

Tamaño de muestra que fue utilizado para levantar información en el Ecoparque de la ciudad de Tulcán, tanto para la variable demanda como la variable satisfacción.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. RESULTADOS

#### 4.1.1. Análisis Univariado de la Demanda de Actividades

A continuación, se muestra el análisis e interpretación univariado de las preguntas de la encuesta a la demanda.

#### ¿Cómo acostumbra visitar el Ecoparque?

**Tabla 5:** Modo de visita

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Con amigos	68	34,7
Con pareja	13	6,6
En Familia	113	57,7
Solo (a)	2	1,0
Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Las personas que visitan el Ecoparque, más de la mitad prefieren hacerlo en compañía de sus familias, en segundo lugar, prefieren hacerlo en compañía de amigos, por lo tanto, se debe considerar esto al momento de implementar nuevas actividades. Esta pregunta se planteó con la finalidad de identificar el segmento de mercado que mayor demanda tiene en el lugar debido que es un elemento clave para determinar la demanda real.

#### Si viaja acompañado (a) ¿Con cuántas personas visita el Ecoparque?

**Tabla 6:** Modo de visita (Acompañamiento)

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
1 a 2 personas	45	23,0
3 a 5 personas	141	71,9
Más de 6 personas	10	5,1
Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Los encuestados prefieren mayormente visitar el Ecoparque en grupo de 3 a 5 personas, esto se debe porque lo visitan en compañía de familiares y amigos. En segundo lugar, prefieren visitarlo en compañía de 1 a 2 personas, esto porque como indica la tabla anterior, prefieren viajar con sus parejas. Al determinar la cantidad de personas que acompañan a los encuestados se pretende desarrollar un mejor análisis en relación a la demanda del Ecoparque.

### ¿Cuál considera que es el motivo principal de visitar el Ecoparque?

**Tabla 7:** Motivación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Actividades Deportivas	26	13,3
	Actividades Recreativas	112	57,1
	Disfrute de naturaleza	58	29,6
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La motivación principal de visitar el Ecoparque según las personas encuestadas son las actividades recreativas. Esto se debe porque en su mayoría las personas que visitan el lugar van en familia, acompañados de menores de edad, por ello optan por este tipo de actividades que son de mucha atracción para los menores. En segundo lugar, se encuentra el disfrute de naturaleza y en tercer lugar las actividades deportivas. Es importante determinar la motivación de las personas que visitan el Ecoparque porque es uno de los factores que intervienen en la demanda.

### ¿Con qué frecuencia visita el Ecoparque?

**Tabla 8:** Frecuencia de visita

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Una vez a la semana	50	25,5
	Una vez al año	35	17,9
	Una vez al día	2	1,0
	Una vez al mes	109	55,6
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Las personas encuestadas respondieron que prefieren visitar el Ecoparque mayormente una vez al mes, esto se debe porque planifican las salidas en familia y no mantienen una considerable disponibilidad de tiempo, en segundo lugar, se encuentran aquellos que lo visitan una vez a la semana, aquí lo realizan mayormente los grupos de amigos y en tercer lugar los que visitan una vez al año. Esta pregunta es importante para identificar otro de los factores que intervienen en la demanda y poder plantear así estrategias para captar mejor la atención del visitante.

**¿Cuál es el nivel de importancia que tiene para Ud demandar la actividad de camping?**

**Tabla 9:** Demanda Camping

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	42	21,4
	Baja	8	4,1
	Muy alta	24	12,2
	Muy baja	16	8,2
	Neutro	106	54,1
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

En la actividad de camping se obtuvo como primer lugar una demanda neutra, esto se debe porque los grupos de las familias que visitan el Ecoparque prefieren realizar actividades durante el día, pero con muy poca disponibilidad por la noche, por diferentes motivos. En segundo lugar, existe una demanda alta y en tercer lugar una demanda muy alta, esto porque la actividad es demandada mayormente por grupos de amigos o parejas. Identificar el porcentaje de la demanda de camping permite realizar un análisis más profundo en cuanto a la mencionada actividad que se realiza en el Ecoparque.

**¿Cuál es el nivel de importancia que tiene para Ud demandar la actividad de canoping?**

**Tabla 10:** Demanda Canoping

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	110	56,1
	Baja	30	15,3
	Muy alta	3	1,5
	Muy baja	10	5,1
	Neutro	43	21,9
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Esta actividad como se puede observar la tabla N° 10 tiene una demanda alta, esto se debe en gran parte porque las personas que visitan el Ecoparque disponen de canoping para adultos y niños, esto permite motivar a las personas para que lo realicen debido que acuden acompañados con menores de edad. En segundo lugar, hay una demanda neutra y en tercer lugar una demanda baja. Con estos resultados se puede identificar el nivel de demanda de la actividad y es importante para realizar predicciones en base a los resultados obtenidos.

### ¿Cuál es el nivel de importancia que tiene para Ud demandar la actividad de ciclismo?

**Tabla 11:** Demanda Ciclismo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	118	60,2
	Baja	7	3,6
	Muy alta	27	13,8
	Muy baja	10	5,1
	Neutro	34	17,3
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La actividad de ciclismo es altamente demanda en el Ecoparque, en segundo lugar, está una demanda neutra y en tercer lugar una demanda muy alta. Esto indica que la actividad de ciclismo tiene gran potencial en el lugar por ser una actividad recreativa de disfrute familiar, con amigos o

con pareja. El nivel de demanda de la actividad en el Ecoparque es significativo y con estos resultados se puede realizar el análisis sobre las actividades con mayor demanda en el lugar.

**¿Cuál es el nivel de importancia que tiene para Ud demandar la actividad de Senderismo?**

**Tabla 12:** Demanda Senderismo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	51	26,0
	Baja	4	2,0
	Muy alta	106	54,1
	Muy baja	5	2,6
	Neutro	30	15,3
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La demanda de senderismo en el Ecoparque es muy alta, lo cual indica que la actividad es muy demandada y tiene gran nivel de aceptación por parte de la población. En segundo lugar, se encuentra una demanda alta y en tercer lugar se encuentra una demanda neutra. Esta actividad al presentar una demanda muy significativa se encuentra en una de las primeras actividades en ser más demandadas en el Ecoparque.

**¿Cuál es el nivel de importancia que tiene para Ud demandar la actividad de avistamiento de aves?**

**Tabla 13:** Demanda Avistamiento de Aves

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	30	15,3
	Baja	36	18,4
	Muy alta	13	6,6
	Muy baja	99	50,5
	Neutro	18	9,2
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La actividad de avistamiento de aves tiene como primer lugar una demanda muy baja, en segundo lugar, se encuentra una demanda baja y en tercer lugar una demanda alta. Esto indica que la actividad no es potencialmente demandada, pero sí tiene una gran aceptación por parte de la población.

**¿Cuál es el nivel de importancia que tiene para Ud demandar la actividad de fotografía?**

**Tabla 14:** Demanda fotografía

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	55	28,0
	Baja	1	,5
	Muy alta	102	52,0
	Muy baja	8	4,0
	Neutro	30	15,3
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Esta actividad tiene una demanda muy alta como primer lugar. En segundo lugar, se encuentra una demanda alta y en tercer lugar una demanda neutra. Con estos resultados se asume que la actividad de fotografía es altamente demandada en el lugar, esto por ser una actividad de recreación y realizarse en un espacio natural.

**¿Cuál es el nivel de importancia que tiene para Ud demandar la actividad de paseo en bote?**

**Tabla 15:** Demanda paseo en bote

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	120	61,2
	Baja	5	2,6
	Muy alta	26	13,3
	Muy baja	4	2,0
	Neutro	41	20,9
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La demanda de paseo en bote tiene un porcentaje alto. Esto indica que la actividad es altamente demandada en el Ecoparque, por lo que una constante mejora en sus instalaciones permite una mayor atracción turística, en segundo lugar, se encuentra una demanda neutra y en tercer lugar una demanda muy alta.

**¿Cuál es el nivel de importancia que tiene para Ud demandar la actividad de las Salas Multiusos (Gimnasio, zona recreativa)?**

**Tabla 16:** Demanda Salas Multiusos

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	46	23,5
	Baja	7	3,6
	Muy alta	7	3,6
	Muy baja	23	11,7
	Neutro	113	57,7
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Las salas multiuso en el Ecoparque tienen como primer lugar una demanda neutra, en segundo lugar, se encuentra una demanda alta y en tercer lugar una demanda muy baja. Con estos resultados se asume que la demanda de esta actividad es ligeramente potencial, pero no constituye un nivel alto para realizarla.

**¿Cuál es el nivel de importancia que tiene para Ud demandar la actividad de la pista de atletismo?**

**Tabla 17:** Demanda Pista de atletismo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	41	20,9
	Baja	4	2,0
	Muy alta	29	14,8
	Muy baja	6	3,1
	Neutro	116	59,2
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Esta actividad tiene como primer lugar una demanda neutra, de esta manera se asume que las personas que visitan este lugar no están muy motivadas por realizar esta actividad porque mayormente los que visitan el Ecoparque son las personas que van acompañados de sus familias y prefieren realizar otras actividades. En segundo lugar, se encuentra una demanda alta y en tercer lugar una demanda muy alta, esto por ser una actividad que mayormente prefieren realizarla en compañía de amigos o en parejas.

### ¿Por qué medio se enteró del Ecoparque?

**Tabla 18:** Medios de difusión

	Frecuencia	Porcentaje
Amigos o Familiares	61	31,1
Radio	11	5,6
Válidos Redes sociales	115	58,7
TV	9	4,6
Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Las personas que visitan el Ecoparque afirman que se enteraron del lugar mayormente por redes sociales, en segundo lugar, se enteraron por medio de amigos o familiares y en tercer lugar afirman que se enteraron por medio de radio. Siendo así las redes sociales las más utilizadas para difundir información sobre el lugar. El medio de difusión principal es otro de los factores que intervienen en la demanda, por ello es muy importante analizar este factor para realizar estrategias de mejora en la difusión.

### ¿Cuánto dinero designa para visitar el Ecoparque y realizar las actividades?

**Tabla 19:** Disponibilidad Económica

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	\$11 a \$15	13	6,6
	\$16 a \$20	21	10,7
	\$6 a \$10	106	54,1
	5 Dólares	49	25,0
	Más de \$20	7	3,6
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La disponibilidad económica que tienen las personas para visitar el Ecoparque se encuentra mayormente en los rangos de 6 a 10 dólares, en segundo lugar, se encuentra el rango de 5 dólares y en tercer lugar con un porcentaje mínimo el rango de 16 a 20 dólares. Con estos resultados se asume que las personas que visitan este lugar gastan un monto promedio de 10 dólares. Por lo tanto, el planeamiento de la pregunta tiene como finalidad aportar con información necesaria para realizar el análisis de los factores económicos que intervienen en la demanda del Ecoparque.

### ¿Qué tan adecuado considera la creación de espacios naturales como el Ecoparque?

**Tabla 20:** Percepción de la creación del Ecoparque

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Adecuado	35	17,9
	Muy Adecuado	141	71,9
	Neutro	20	10,2
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La creación de espacios naturales como el Ecoparque, según los encuestados la consideran muy adecuada, en segundo lugar, se encuentra una percepción adecuada y en tercer lugar con un porcentaje mínimo se encuentra una percepción neutra. Esto confirma que la población de estudio se encuentra muy de acuerdo con la creación de este lugar. Esta información obtenida contribuye a profundizar el análisis de los factores que intervienen en la demanda.

#### 4.1.2. Análisis Univariado de la Satisfacción del Visitante

A continuación, se muestra la interpretación de las preguntas realizadas en la encuesta de la satisfacción

#### ¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a la actividad de Camping?

**Tabla 21:** Satisfacción Camping

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy Satisfecho	10	5,1
	Neutro	17	8,7
	No realicé	131	66,8
	Satisfecho	38	19,4
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Como se observa en la tabla, la satisfacción del visitante con respecto la actividad de camping, existe un porcentaje considerable que no realizaron la actividad y una cuarta parte que están satisfechos. Con estos resultados se asume que la mayoría de los encuestados no realizaron la actividad, sin embargo, del total que si realizaron existe gran satisfacción. Esta información obtenida permite realizar una comparación en relación a otras actividades que se realizan en el Ecoparque, para posteriormente identificar la actividad con mayor porcentaje de satisfacción.

#### ¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a la actividad de Canoping?

**Tabla 22:** Satisfacción Canoping

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Insatisfecho	2	1,0
	Muy insatisfecho	3	1,5
	Muy Satisfecho	9	4,6
	Neutro	21	10,7
	No realicé	116	59,2
	Satisfecho	45	23,0
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La actividad de canoping obtuvo los siguientes resultados. Más de la mitad de encuestados no realizaron la actividad. Aproximadamente un cuarto de la población se encuentra satisfechos y un porcentaje mínimo se encuentra en un nivel neutro, asumiendo así que gran parte de los visitantes del Ecoparque no realizan la actividad por diferentes motivos, pero los que sí han realizado se encuentran satisfechos como tal.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a la actividad de Ciclismo?**

**Tabla 23:** Satisfacción Ciclismo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Insatisfecho	1	,5
	Muy insatisfecho	1	,5
	Muy Satisfecho	43	21,9
	Neutro	7	3,6
	No realicé	11	5,6
	Satisfecho	133	67,9
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La población de estudio afirma que se encuentran satisfechos con la actividad de ciclismo como primer lugar y en segundo lugar se encuentra una población muy satisfecha. De esta manera se asume que la actividad tiene una creciente demanda, esto se debe principalmente porque las personas practican mucho este deporte en la zona.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a la actividad de senderismo?**

**Tabla 24:** Satisfacción Senderismo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy Satisfecho	52	26,5
	Neutro	8	4,1
	No realicé	10	5,1
	Satisfecho	126	64,3
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Según las personas encuestadas en el Ecoparque, la actividad de senderismo obtuvo los siguientes resultados. Con un porcentaje mayoritario se encuentra el grupo satisfecho, esto porque la actividad es recreativa y permite un disfrute para los diferentes grupos que visitan este lugar. En segundo lugar, se encuentra una población muy satisfecha y en tercer lugar con un porcentaje mínimo se encuentran aquellos que no realizaron la actividad.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a la actividad de avistamiento de aves?**

**Tabla 25:** Satisfacción Avistamiento de Aves

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Insatisfecho	5	2,6
	Muy insatisfecho	2	1,0
	Muy Satisfecho	8	4,1
	Neutro	45	23,0
	No realicé	107	54,6
	Satisfecho	29	14,8
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

El nivel de satisfacción de la actividad de avistamiento de aves corresponde de la siguiente manera. En primer lugar, se encuentran aquellos que no realizaron la actividad, un cuarto del total se encuentra en un nivel neutro y una pequeña parte se encuentran satisfecha, asumiendo así que los visitantes del Ecoparque no realizan en su mayoría la actividad, esto porque el lugar no cuenta aún con gran variedad de especies que llamen la atención de los visitantes y encontrarse todavía en un proceso de reforestación.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a la actividad de Fotografía?**

**Tabla 26:** Satisfacción Fotografía

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy Satisfecho	43	21,9
	Neutro	13	6,6
	No realicé	4	2,0
	Satisfecho	136	69,4
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Las personas encuestadas respondieron en su mayoría que se encuentran satisfechas con la actividad de fotografía, en segundo lugar, se encuentra el nivel muy satisfecho y en tercer lugar un porcentaje mínimo del nivel neutro. Con estos resultados se asume que el Ecoparque cuenta con espacios atractivos donde los visitantes plasman momentos agradables a través de la fotografía, por lo tanto, el nivel de satisfacción al realizar esta actividad es muy grande.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a la actividad de paseo en bote?**

**Tabla 27:** Satisfacción Paseo en Bote

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Insatisfecho	2	1,0
	Muy insatisfecho	1	,5
	Muy Satisfecho	17	8,7
	Neutro	18	9,2
	No realicé	108	55,1
	Satisfecho	50	25,5
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La actividad de paseo en bote obtuvo un alto porcentaje en el grupo de personas que no realizaron la actividad, en segundo lugar, se encuentra un grupo satisfecho con la cuarta parte del total y en tercer lugar se encuentra un grupo mínimo de personas que mantiene un nivel neutro. Con estos resultados se afirma que la actividad no fue tan realizada por las personas encuestadas, esto por ser

una actividad que requiere de una supervisión y las personas que más visitan el lugar van acompañados de niños. Pero aquellos que si la realizaron se encuentran satisfechos.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a la actividad de Salas Multiusos (Gimnasio, zona recreativa)?**

**Tabla 28:** Satisfacción de Salas Multiusos

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Insatisfecho	2	1,0
	Muy insatisfecho	2	1,0
	Muy Satisfecho	22	11,2
	Neutro	9	4,6
	No realicé	105	53,6
	Satisfecho	56	28,6
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Según las personas encuestadas, el nivel de satisfacción de las salas multiuso, el mayor porcentaje lo ocupa el grupo que no realizó la actividad, en segundo lugar, se encuentra el grupo satisfecho y en tercer lugar el grupo muy satisfecho. Con estos resultados se afirma que las personas que visitan en el Ecoparque mayormente no realizan la actividad, pero aquellos que si han realizado se encuentran muy satisfechos con la implementación de esta área.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a la actividad de pista de atletismo?**

**Tabla 29:** Satisfacción de Pista de atletismo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy insatisfecho	1	,5
	Muy Satisfecho	28	14,3
	Neutro	8	4,1
	No realicé	105	53,6
	Satisfecho	54	27,6
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La pista de atletismo obtuvo como resultado que más de la mitad de encuestados no realizaron la actividad, esto por ser una actividad deportiva y al ser los grupos familiares los que mayormente visitan el Ecoparque y estos van acompañados de menores de edad, prefieren no realizar esta actividad con frecuencia, sin embargo, aquellos que si realizaron afirman que se encuentran satisfechos, con un porcentaje de satisfacción correspondiente a la cuarta parte del total y en tercer lugar el grupo que se encuentra muy satisfecho con un valor mínimo. Asumiendo así que la población que practica esta actividad se encuentra muy satisfecha con su implementación.

**¿Recomendaría a sus amigos y familiares el Ecoparque como un lugar de esparcimiento para visitar?**

**Tabla 30:** Recomendación de visita

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	10	5,1
	Si	186	94,9
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La respuesta de las personas encuestadas con respecto a la recomendación de visita al Ecoparque fue la siguiente: con un porcentaje mayoritario afirman que están de acuerdo en recomendar el lugar a familiares y amigos y con un porcentaje mínimo no están de acuerdo.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque con respecto a la señalización de senderos?**

**Tabla 31:** Satisfacción de Señalización de senderos

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Insatisfecho	1	,5
	Muy insatisfecho	2	1,0
	Muy satisfecho	47	24,0
	Neutro	10	5,1
	Satisfecho	136	69,4
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

La señalización de senderos obtuvo un porcentaje alto de satisfacción por parte de las personas que visitaron el lugar, obteniendo así un porcentaje muy alto que se encuentran satisfechos con esta infraestructura turística implementada, un cuarto del total se encuentra muy satisfechos y un mínimo se encuentran en un nivel neutro, es decir, ni satisfechos ni insatisfechos.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque con respecto al área de camping?**

**Tabla 32:** Satisfacción del Área de camping

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy insatisfecho	3	1,5
	Muy satisfecho	15	7,7
	Neutro	59	30,1
	Satisfecho	119	60,7
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

El área de camping al ser una zona bien delimitada en el Ecoparque, los resultados que se obtuvieron fue que un alto porcentaje de las personas encuestadas afirman que se encuentran satisfechas, un poco más del cuarto se encuentra en un nivel neutro, es decir, ni satisfechos ni insatisfechos, se asume que este resultado es porque las personas no realizaron la actividad ni tampoco muestran mucho interés en realizarla.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque con respecto a los equipos de canoping?**

**Tabla 33:** Satisfacción Equipos de Canoping

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Insatisfecho	1	,5
	Muy insatisfecho	2	1,0
	Muy satisfecho	17	8,7
	Neutro	125	63,8
	Satisfecho	51	26,0
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

El canoping al ser una actividad bajo supervisión de una persona capacitada, se obtuvo un alto porcentaje que se encuentran en un nivel neutro, esto significa que este grupo de personas no realizaron la actividad por lo que no tienen un criterio de satisfacción definido. En segundo lugar, se encuentra el grupo satisfecho con aproximadamente un cuarto del total y en tercer lugar el grupo muy satisfecho con un con un porcentaje mínimo. Con estos resultados se asume que las personas que si realizaron la actividad se encuentran considerablemente satisfechas con la implementación de esta actividad.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque con respecto a las rutas ciclísticas?**

**Tabla 34:** Satisfacción de Rutas ciclísticas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Insatisfecho	1	,5
	Muy insatisfecho	3	1,5
	Muy satisfecho	34	17,3
	Neutro	26	13,3
	Satisfecho	132	67,3
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Las personas encuestadas en el Ecoparque respondieron que se encuentran satisfechas con la implementación de rutas ciclísticas, ocupando así un nivel alto de satisfacción, en segundo lugar, se encuentra el grupo muy satisfecho con un poco menos del cuarto del total y en tercer lugar el grupo neutro con un porcentaje mínimo. Con estos resultados se asume que las personas que visitan el lugar acostumbran a realizar mayormente la actividad de ciclismo, por lo tanto, las rutas ciclísticas implementadas son de gran atracción y disfrute para los visitantes.

**¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque con respecto a la zona de Parque?**

**Tabla 35:** Satisfacción de Parqueadero

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy insatisfecho	3	1,5
	Muy satisfecho	28	14,3
	Neutro	32	16,3
	Satisfecho	133	67,9
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Según las personas que fueron encuestadas en el Ecoparque afirman que se encuentran satisfechos con la implementación de un parqueadero en el lugar, esto porque les facilita el acceso y sobre todo brinda la seguridad necesaria para transportarse en sus vehículos. Esta es una pregunta complementaria que se consideró para explicar el nivel de satisfacción del visitante en cuanto al servicio, por considerarse una de las dimensiones para estudiar la satisfacción.

**¿El nivel de satisfacción de su visita con respecto a las actividades del Ecoparque Influye al momento de volver a visitarlo?**

**Tabla 36:** Probabilidad de visita

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	De acuerdo	126	64,3
	Neutro	21	10,7
	Totalmente de acuerdo	48	24,5
	Totalmente en desacuerdo	1	,5
	Total	196	100,0

**Fuente:** Elaboración propia

Para determinar si el nivel de satisfacción del visitante respecto a las actividades del Ecoparque influye al momento de volver a visitarlo, se comprueba que un alto porcentaje está de acuerdo con esa afirmación, un cuarto se encuentra totalmente de acuerdo y un mínimo se encuentra en un nivel neutro, es decir, ni en acuerdo, ni en desacuerdo. Afirmando de esta manera que para que los visitantes regresen al Ecoparque deben estar muy satisfechos en la realización de todas las actividades. La finalidad del planteamiento de la pregunta fue identificar una de las dimensiones que influyen en la satisfacción del visitante.

#### 4.1.3. Análisis Bivariado entre la Demanda de actividades y Satisfacción del visitante

En el presente análisis se interpretan en conjunto las 2 variables de estudio en la investigación, como son: la demanda de las actividades del Ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante.

#### **Demanda y Satisfacción de Camping**

**Tabla 37:** Demanda y Satisfacción de Camping

		Demanda Camping					Total
		Alta	Baja	Muy alta	Muy baja	Neutro	
Satisfacción Camping	Muy Satisfecho	3	1	1	3	2	10
	Neutro	6	0	6	0	5	17
	No realicé	24	3	8	8	88	131
	Satisfecho	9	4	9	5	11	38
Total		42	8	24	16	106	196

**Fuente:** Elaboración propia

En relación a la unión de las variables de investigación se puede determinar que existe un grupo mayoritario de las personas que tienen una concentración neutra en relación a la demanda y no realizaron dicha actividad contando con un total de 88 casos, que constituyen el 44,9%. Sin embargo, existe un porcentaje pequeño que se encuentran satisfechos con la actividad y que mantenían una alta demanda con un total de 9 casos que corresponde al 4,6%.

#### **Demanda y Satisfacción de Canoping**

**Tabla 38:** Demanda y Satisfacción de Canoping

		Demanda Canoping					
		Alta	Baja	Muy alta	Muy baja	Neutro	Total
Satisfacción Canoping	Insatisfecho	1	1	0	0	0	2
	Muy insatisfecho	3	0	0	0	0	3
	Muy Satisfecho	1	6	0	1	1	9
	Neutro	11	7	0	0	3	21
	No realicé	78	5	3	7	23	116
	Satisfecho	16	11	0	2	16	45
Total		110	30	3	10	43	196

**Fuente:** Elaboración propia

En la actividad de Canoping se puede apreciar que la demanda que tiene la actividad es alta, pero en cuanto al nivel de satisfacción el mayor porcentaje se encuentra en el grupo de personas que no realizaron dicha actividad con un total de 78 casos que constituye el 39,8%, sin embargo, aquellos que, si realizaron la actividad, un grupo pequeño afirman que se encuentran satisfechos y mantenían una alta demanda con un total de 16 casos que equivale al 8,2%.

### Demanda y Satisfacción de Ciclismo

**Tabla 39:** Demanda y Satisfacción de Ciclismo

		Demanda Ciclismo					
		Alta	Baja	Muy alta	Muy baja	Neutro	Total
Satisfacción Ciclismo	Insatisfecho	0	0	0	0	1	1
	Muy insatisfecho	0	0	0	1	0	1
	Muy Satisfecho	19	3	10	3	8	43
	Neutro	2	0	1	1	3	7
	No realicé	4	2	1	1	3	11
	Satisfecho	93	2	15	4	19	133
Total		118	7	27	10	34	196

**Fuente:** Elaboración propia

En cuanto a la actividad de ciclismo, el porcentaje de la demanda es alta y en relación al nivel de satisfacción el grupo que mayor número de casos posee es el grupo que se encuentra satisfecho con un total de 93 casos que constituye el 49%. Esto por ser una actividad recreativa muy practicada en el sector.

## Demanda y Satisfacción de Senderismo

**Tabla 40:** Demanda y Satisfacción de Senderismo

		Demanda Senderismo					
		Alta	Baja	Muy alta	Muy baja	Neutro	Total
Satisfacción Senderismo	Muy Satisfecho	18	0	17	1	16	52
	Neutro	2	0	2	1	3	8
	No realicé	2	2	2	0	4	10
	Satisfecho	29	2	85	3	7	126
Total		51	4	106	5	30	196

**Fuente:** Elaboración propia

En la actividad de Senderismo se puede apreciar que el nivel de la demanda es muy alto y el nivel de satisfacción de las personas que recorren el Ecoparque a través de sus senderos afirma que se encuentra satisfechos ocupando un porcentaje considerable del 43,37% con 85 casos.

## Demanda y Satisfacción de Avistamiento de Aves

**Tabla 41:** Demanda y Satisfacción de Avistamiento de Aves

		Demanda Avistamiento de Aves					
		Alta	Baja	Muy alta	Muy baja	Neutro	Total
Satisfacción Avistamiento de Aves	Insatisfecho	0	1	0	3	1	5
	Muy insatisfecho	1	0	0	1	0	2
	Muy Satisfecho	4	0	1	2	1	8
	Neutro	9	11	3	16	6	45
	No realicé	6	19	8	68	6	107
	Satisfecho	10	5	1	9	4	29
Total		30	36	13	99	18	196

**Fuente:** Elaboración propia

En cuanto a la actividad de avistamiento de aves en relación a la demanda, existe una demanda muy baja y por parte de la satisfacción este total de casos constituye al grupo de personas que no realizaron la actividad con un total de 68 casos ocupando un porcentaje del 34,7%. Asumiendo con esto que la actividad no se encuentra potencialmente demandada y por encontrarse en proceso de reforestación el lugar, aun no existe gran variedad de especies para observar por lo que el visitante no se muestra interesado en realizar la actividad como tal.

## Demanda y Satisfacción de Fotografía

**Tabla 42:** Demanda y Satisfacción de Fotografía

		Demanda Fotografía					
		Alta	Baja	Muy alta	Muy baja	Neutro	Total
	Muy Satisfecho	17	0	9	1	14	41
Satisfacción	Neutro	7	1	4	0	1	13
Fotografía	No realicé	1	0	1	0	2	4
	Satisfecho	27	3	91	4	13	138
Total		52	4	105	5	30	196

**Fuente:** Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla, existe una demanda muy alta de la actividad y en cuanto al nivel de satisfacción, este número de casos constituyen una población satisfecha ocupando un porcentaje del 46,4% con 91 casos, asumiendo con estos resultados que la actividad es muy practicada y esto se debe en gran medida porque el lugar resulta muy atractivo e innovador para realizarla.

## Demanda y Satisfacción de paseo en Bote

**Tabla 43:** Demanda y Satisfacción de paseo en Bote

		Demanda Paseo en bote					
		Alta	Baja	Muy alta	Muy baja	Neutro	Total
	Insatisfecho	1	0	0	1	0	2
	Muy insatisfecho	1	0	0	0	0	1
Satisfacción Paseo	Muy Satisfecho	6	0	6	0	5	17
en Bote	Neutro	9	2	2	1	4	18
	No realicé	78	3	8	1	18	108
	Satisfecho	25	0	10	1	14	50
Total		120	5	26	4	41	196

**Fuente:** Elaboración propia

La actividad de paseo en bote obtuvo un gran porcentaje en relación a la demanda, representando de esta manera una demanda alta y en relación a la satisfacción, este número representa el grupo de personas que no realizaron la actividad con un total de 78 casos que equivale al 39,8%, por lo

tanto, se asume que la actividad es potencialmente demandada, pero existen varios factores que impiden que sea practicada por los visitantes.

### **Demanda y Satisfacción de las Salas Multiusos**

**Tabla 44:** Demanda y Satisfacción de las Salas Multiusos

		<b>Demanda Salas Multiusos</b>					
		Alta	Baja	Muy alta	Muy baja	Neutro	Total
Salas Multiusos	Insatisfecho	0	0	0	0	2	2
	Satisfacción Muy insatisfecho	1	0	1	0	0	2
	Muy Satisfecho	4	1	2	7	8	22
	Neutro	5	0	0	0	4	9
	No realicé	19	6	3	7	70	105
	Satisfecho	17	0	1	9	29	56
<b>Total</b>		<b>46</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>23</b>	<b>113</b>	<b>196</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En cuanto a la actividad de las salas multiuso, según las personas encuestadas, un porcentaje considerable afirma que se encuentran en un nivel de demanda neutra, es decir, no mantienen un nivel de demanda ni baja, ni alta; mientras que en relación al nivel de satisfacción este total de casos se encuentra en el grupo de personas que no realizaron la actividad, obteniendo un total de 70 casos que constituye el 35,7% del total.

### **Demanda y Satisfacción de la pista de atletismo**

**Tabla 45:** Demanda y Satisfacción de la pista de atletismo

		<b>Demanda Pista de atletismo</b>					
		Alta	Baja	Muy alta	Muy baja	Neutro	Total
Pista de atletismo	Muy insatisfecho	1	0	0	0	0	1
	Satisfacción Muy Satisfecho	9	0	8	0	11	28
	Neutro	3	0	0	1	4	8
	No realicé	16	2	8	3	76	105
	Satisfecho	12	2	13	2	25	54
<b>Total</b>		<b>41</b>	<b>4</b>	<b>29</b>	<b>6</b>	<b>116</b>	<b>196</b>

**Fuente:** Elaboración propia

La actividad pista de atletismo mantiene con mayor puntuación un nivel de demanda neutra. En cuanto al nivel de satisfacción esta misma cantidad se ubica en el grupo que no realizó la actividad, con un total de 76 casos que corresponde al 38,8%. Esto se debe porque las personas que visitan el lugar prefieren realizar mayormente otras actividades, aquellas de disfrute familiar.

#### 4.1.4. Prueba de hipótesis

Ho: No existe correlación entre la demanda de las actividades del ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante.

H1: Existe correlación entre la demanda de las actividades del ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante.

Para poder probar la hipótesis de la investigación, se realizó la prueba estadística de correlación Tau c de Kendall que se observa en la tabla N° 46.

**Tabla 46:** Interpretación de prueba estadística

		Probabilidad de		
			Motivación	Visita
Tau_c de Kendall	Demanda de Actividades	Coefficiente de correlación	1,000	,679
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	196	196
	Satisfacción del visitante	Coefficiente de correlación	,679	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	196	196

**Fuente:** Elaboración propia

Como la significancia bilateral es del 0,001 y al comparar con el P valor  $\leq 0,05$ . Rechazo la hipótesis nula y acepto la hipótesis alternativa que dice “Existe correlación entre la demanda de las actividades del ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante.”

Una vez identificado el nivel de significancia y comprobar que se cumple la hipótesis alternativa, se procede analizar el nivel de correlación que existe entre ambas variables. El coeficiente de correlación que se observa en el cuadro describe una correlación de **0,679** y de acuerdo a los rangos para interpretar el valor de “Tau c de Kendall”, este se ubica en el rango: de 0.60 a 0.89, el cual afirma que existe una alta correlación entre las variables de estudio.

Para el análisis de las variables implicadas en el estudio correlacional se determinó, además, algunas variables intervinientes, estas ayudan a consolidar y enriquecer la investigación.

Por el lado de la demanda de actividades, las variables intervinientes que se consideraron para analizar el estudio fueron: el modo de visita, personas que acompañan al visitante, motivación y frecuencia de visita. De esta manera se afirma que las personas que más visitan el Ecoparque prefieren ir en compañía de sus familiares, normalmente de 3 a 5 personas. La motivación principal son las actividades recreativas y la frecuencia con que visitan este lugar es mayormente una vez al mes.

En cuanto a la satisfacción del visitante, las variables intervinientes que se consideraron fueron: recomendación del lugar y probabilidad de visita. Obteniendo así un porcentaje del 94,9% de encuestados que recomendarían el Ecoparque a sus amigos o familiares, mientras que en la probabilidad de visita, el 64,3% está de acuerdo en que el nivel de satisfacción de su visita con respecto a las actividades del Ecoparque influye a momento de volver a visitarlo.

## **4.2. DISCUSIÓN**

Luego de analizar y describir los diferentes resultados obtenidos del programa SPSS y Excel, se procede a realizar las discusiones y conclusiones que sirvan a consolidar lo obtenido y contribuir, así como una línea para futuras investigaciones.

En el objetivo general de la investigación se planteó realizar una correlación entre la demanda de las actividades turísticas del Ecoparque y la satisfacción del visitante. Para ello se procede a detallar los resultados obtenidos en cada una de las variables de estudio.

Los resultados obtenidos dentro de la demanda de las actividades en el Ecoparque, indican que la actividad que mayor demanda obtuvo fue la actividad de senderismo con un nivel de 54% muy alto, esto por ser una actividad de recreación familiar, en segundo lugar, se encuentra la actividad de fotografía con un nivel de 52% muy alto y en tercer lugar la actividad de paseo en bote con un nivel de 61% alto.

Mientras que, por parte de la satisfacción del visitante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes: en primer lugar, se encuentra la actividad de fotografía con un grupo de 69,4%, en

segundo lugar, la actividad de ciclismo con 67,9% y en tercer lugar la actividad de senderismo con un 64,3%, todas con el nivel satisfecho.

El resultado de la prueba de hipótesis nos indica que la demanda de actividades en el Ecoparque se encuentra correlacionada con el nivel de satisfacción del visitante. Estos resultados han permitido que la investigación identifique las actividades más demandadas en el lugar y con ello conocer con base lo que requiere el visitante y no solo por medio de manera empírica.

Conocer estos puntos es tan importante para impulsar el crecimiento turístico en el sector, puesto que, si la visitante demanda altamente una actividad y al realizarla su nivel de satisfacción es muy grande, su probabilidad de visita va aumentar.

Las evidencias estadísticas nos permitieron interpretar que no todas las actividades que se realizan en el Ecoparque son muy demandadas, sin embargo, un adecuado estudio permite brindar un nivel de satisfacción mayor al visitante, por tal motivo, conocer las necesidades que este requiere es de vital importancia.

En el escrito presentado Gabriela Arroyo (2014) con el Tema: “Ecoparque Turístico para la mariposa Monarca San José del rincón, estado de México”, comparto algunas de las necesidades que tomó en cuenta para identificar la demanda, como: tipos de visitantes, disponibilidad económica, oferta de actividades, tiempo disponible, ubicación geográfica, asimismo, este autor menciona también que se debe determinar el grado de satisfacción de la población a servir para marcar indicadores de diferenciación en el mercado.

Por otro lado, Franklin Londo en su investigación “Estudio de factibilidad para la implementación de un ecoparque de aventura en el sector el batán, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo” llegó a la conclusión que el nivel de aceptación del producto es alto. Considerando que existe similitud con los resultados de nuestra investigación. Además, este autor utilizó como herramienta para mejorar el nivel de satisfacción distribuir información sobre el Ecoparque a través de medios digitales (Redes sociales) en lugar de hacerlo del modo tradicional (radio, TV), esto con la finalidad de brindar al visitante información detallada de los servicios y actividades. Por ese motivo se planteó investigar en el Ecoparque de la ciudad de Tulcán el medio por el cual los visitantes se

enteraron del lugar, comprobando así, que las redes sociales son las predominantes a la hora de adquirir un producto o servicio.

De igual manera consideramos que existe similitud entre los resultados de nuestra investigación y los de Jaramillo y Silva, quienes en su investigación concluyen que un parque temático es competitivo en el mercado de entretenimiento y es un espacio de diversión familiar. Mientras que los resultados de nuestra investigación concluyen que los grupos que más visitan el Ecoparque son los grupos familiares.

Así como se pudo analizar y comparar los resultados de nuestra investigación y teniendo en cuenta las similitudes en los resultados de otras investigaciones, podemos mencionar que la demanda de las actividades en el Ecoparque es muy alta en relación algunas actividades y la satisfacción del visitante está estrechamente relacionada al mejoramiento continuo de las mismas.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

- La ciudad de Tulcán cuenta con pocas alternativas de espacios naturales para la recreación familiar y público en general, por lo tanto, la creación del Ecoparque representa gran potencial turístico en el sector, pues no se encuentra otro lugar con las mismas características en la zona. Es por este motivo que estudiar la demanda de las actividades que se ofrecen es de vital importancia para poder brindarle al visitante una gran satisfacción al momento de realizarlas y así motivarlo para volver a visitar el lugar.
- El resultado de la investigación en el Ecoparque de la ciudad de Tulcán evidencia que existe gran correlación entre la demanda de actividades y la satisfacción del visitante, sin embargo, existe deficiencia en la realización de algunas actividades, pues un porcentaje considerable en la satisfacción indicó que la mayoría de las personas no realizaron las actividades que consideraron con una alta demanda.
- Con los resultados obtenidos se afirma que se cumplió con el objetivo principal de la investigación, el cual consistía en correlacionar las variables de estudio y como complemento se analizó cada una de las actividades para una mejor comprensión de la situación actual del Ecoparque.
- Los resultados estadísticos arrojaron que mayormente son los grupos familiares los que visitan el Ecoparque, con un promedio de 3 a 5 personas, destacando con ello la importancia de crear espacios para este segmento de mercado.
- Con los datos obtenidos se afirma que las actividades con mayor demanda son senderismo, fotografía, paseo en bote, ciclismo y canoping, mientras que las actividades como pista de atletismo, salas multiuso, camping y avistamiento de aves se obtuvo un nivel de demanda bajo.
- En cuanto al nivel de satisfacción las actividades de mayor disfrute fueron: fotografía, ciclismo y senderismo, mientras que las actividades de salas multiuso, pista de atletismo, paseo en bote, canoping, camping y avistamiento de aves, el mayor porcentaje de los encuestados no las realizaron.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- La entidad encargada del Ecoparque debe tomar en cuenta el nivel de demanda y satisfacción de las actividades para el mejoramiento continuo en las instalaciones y poder brindar así un servicio de calidad a los visitantes, acorde a sus necesidades.
- Para las actividades poco demandadas como pista de atletismo, salas multiuso y avistamiento de aves se debe crear concursos y/o competencias que involucren los diferentes segmentos principalmente los grupos familiares, mientras que para la actividad de camping se debe difundir información mediante redes sociales sobre las facilidades y seguridad que brinda el Ecoparque para realizarla la actividad, esto como estrategias para captar la atención y motivar a las personas en realizar todas las actividades que se ofrecen en el lugar.
- Se debe mejorar las instalaciones donde se practican las actividades o brindar asesoría sobre el funcionamiento y ubicación de cada una de ellas al ingresar al lugar para que los visitantes puedan realizarlas sin ningún inconveniente.
- Brindar al visitante información detallada de los servicios y actividades del Ecoparque mediante redes sociales, esto con la finalidad de promocionar el lugar y llegar al público nacional e incluso e internacional.
- Realizar un seguimiento y monitoreo continuo de la satisfacción de las actividades para determinar si las percepciones de los visitantes del Ecoparque cumplen o superan sus expectativas.
- Como complementación del estudio, planteamos algunas propuestas que contribuyen a mejorar la estadía del visitante en el Ecoparque, una de ellas es la implementación del servicio de restauración, identificando diversos aspectos a tomar en cuenta para brindar el servicio, como: la importancia del sabor, precio, cantidad, calidad y variedad gastronómica, obteniendo un alto porcentaje de aceptación por parte de la población.
- Otros servicios complementarios que se tomaron en cuenta para ejecutarlos en el Ecoparque fueron: un servicio de guianza y la implementación de Zonas WiFi, donde más del 50% de los encuestados estaban altamente de acuerdo con estas propuestas. Por lo que se recomienda tomar en cuenta el estudio de estas propuestas para su implementación en el lugar.

#### IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- al, P. K. (2004). *Marketing Turístico 5ta ed.* Madrid: Prentice Hall.
- Ana Marcela Barahona, K. T. (Noviembre de 2010). *Repositorio Institucional de la Universidad de El Salvador*. Obtenido de Diseño de un plan de mantenimiento de las instalaciones, que permita potenciar los servicios del Ecoparque El Espino en el Municipio de Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad: <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/9102/>
- Arroyo, G. (Mayo de 2014). *Instituto Politécnico Nacional*. Obtenido de Ecoparque turistico para la mariposa Monarca: EcoParque Turistico para la mariposa Monarca\_Final.pdf
- Augusto Pasquotto, M. M. (2012). Elementos determinantes de la satisfacción del consumidor de servicios turísticos. En *Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 21* (págs. 1244 - 1261). Campo Grande Brasil.
- Binda, N. U.-B. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Ciencias económicas*, 31(2), 179-187.
- Bolaños, J. P. (2017). *Universidad Católica de Manizales*. Obtenido de Corredor urbano paisajístico que permita mejorar la conectividad entre : Ecoparque los Yarumos, ladera UCM y microcuenca San Luis: <http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/handle/10839/1779>
- Eugenio Guzmán Soria, S. R. (2011). *REVISTA Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*. Obtenido de Factores Determinantes De La Demanda Internacional Del Turismo En México: <https://gcg.universia.net/article/view/410/factores-determinantes-la-demanda-internacional-turismo-mexico->
- Fernández, M. P. (2004). Predicciones en el nivel de satisfacción percibida por los turistas a partir de variables motivacionales y de valoración de la visita. *ICE*, 241.
- FLORES, A. L. (2013). *Población y muestra*.

- Gil, A. M. (2003). La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza. *Cuadernos de turismo*, (12), 131-150.
- Guapi, F. O. (2016). *Estudio de factibilidad para la implementación de un ecoparque de aventura en el sector El Batán, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Hernández, R. (2004). *Metodología de la Investigación*. La Habana: Editorial Felix Varela.
- Ignacio Pulido, Ú. N. (2014). Identificación de ítems para medir las experiencias del turista en destino. *CULTUR Revista de Cultura e Turismo*, 5 - 34.
- Iñiguez, M. C. (2015). *Desarrollo Local Turístico*. Machala: UTMACH.
- Jaramillo, T. &. (2014). *Estudio de mercados para la construcción de un parque temático infantil en la ciudad de Barrancabermeja*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2014/151738.pdf>
- Josefa Eugenia Blasco Mira, J. A. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes*. obtenido de Naturaleza y Enfoques de la investigación cualitativa : <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12270/1/blasco.pdf>
- Luna, A. (2019). *Repositorio UCV*. Obtenido de Satisfacción del turista y su relación con las buenas prácticas en turismo en clientes de IKARO EIRL, Tarapoto, 2018: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29612/Luna\\_RA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29612/Luna_RA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Mercy Narváez, G. F. (2010). El turismo desde la perspectiva de la demanda. Lugar de estudio: península de Paraguaná Venezuela. *U.D.C.A ACTUALIDAD & DIVULGACIÓN CIENTIFICA*, 176.
- Moreno Gil, S. &. (2002). *Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: el caso de República Dominicana*. Obtenido de Cuadernos de Turismo, (9),67-84: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=398/39800906>

- Morillo Moreno, M. C. (Junio de 2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Obtenido de *Visión Gerencial*, (1),135-158: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Mosti, P. A. (2010). Alcance de las actividades turísticas y recreativas en los espacios naturales del Hinterland de Ushuaia Tierra del Fuego-Argentina. . *Estudios y perspectivas en Turismo*, 19(4), 516-533.
- Olague de la Cruz, J. T. (2013). *La satisfacción del turista y los aspectos a considerar en la propuesta de un modelo para su medición en destinos de turismo urbano*. Monterrey - México.
- Oliveira, B. (2011). Determinantes de la satisfacción del turista: Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(1), 229-242.
- Orjuela Córdova, S. &. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*.
- P., M. a. (Noviembre de 2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo*. Obtenido de *La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*: <https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Pérez Aramburú, E. (2010). Estudio de satisfacción de turistas nacionales y extranjeros. *Notas en Turismo y Economía*.
- Pérez, E. (2010). *Notas en Turismo y Economía*. Obtenido de Estudio de satisfaccion de turistaS: <https://core.ac.uk/download/pdf/296340194.pdf>
- Pita Fernández, S. &. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cad Aten Primaria*, 9, 76-78.
- Quintana, V. M. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785), 396.
- Reyes Palacios, A. C. (2017). *Valoración del paisaje y evaluación del potencial interpretativo como herramienta para el turismo sostenible en el Ecoparque Las Monjas (La Mesa*,

*Cundinamarca*). Obtenido de Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, 26(2),177-194.[fecha de Consulta 5 de Febrero de 2021]. ISSN: 0121-215X: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2818/281852304010>

Salazar Yaquino, A. F. (2017). *Parques Turístico - Ecológicos como alternativa para el desarrollo sostenible en la ciudad de Neiva– Huila*. Obtenido de Revista Facultad De Ciencias Contables Económicas Y Administrativas -FACCEA , 7(2), 131-137: <https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/faccea/article/view/214>

Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de Proyectos, Séptima Edición*. México, D. F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. .

Valle, E. G. (2009). *Metodología de la investigación*.

VELA, R. (2019). *Repositorio UNAS*. Obtenido de El social media y la satisfacción de los turistas en la ciudad de Tingo María, 2017: [http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1694/TS\\_VRRR\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1694/TS_VRRR_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vigaray, M. d. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Obtenido de El mercado, la demanda y el comportamiento del consumidor: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20711/1/Tema3\\_mdo\\_dem\\_consum\\_STUD.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20711/1/Tema3_mdo_dem_consum_STUD.pdf)

## VII. ANEXOS

### Anexo 1: Certificado o Acta del perfil de Investigación



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN TURISMO Y ECOTURISMO

### ACTA

#### DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

**NOMBRE:** Saavedra Cueva Yulissa Yusysleth **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 73888286  
**NIVEL/PARALELO:** Egresada **PERIODO ACADÉMICO:** nov 2020 - mar 2021

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** Análisis de la demanda turística del Ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

**PRESIDENTE:** MSC. Caicedo Rosero Diego Marcelo  
**LECTOR:** MSC. Bolaños Tobar Dennys Andrés  
**ASESOR:** MSC. Enríquez Montenegro César Armando

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

**EDIFICIO DE AULAS:** 0 **AULA:** 0

**FECHA:** viernes, 9 de abril de 2021

**HORA:** 15H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	6,30
2) Trabajo escrito	2,90
<b>Nota final de PRE DEFENSA</b>	<b>9,20</b>

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 9 de abril de 2021

**DIEGO MARCELO  
CAICEDO ROSERO**  
Firmado digitalmente por  
DIEGO MARCELO CAICEDO  
ROSERO  
MSC. Caicedo Rosero Diego Marcelo

**PRESIDENTE**



Firmado digitalmente por:  
CESAR ARMANDO  
ENRIQUEZ  
MONTENEGRO

MSC. Enríquez Montenegro César Armando

**TUTOR**



Firmado digitalmente por:  
DENNIS ANDRES  
BOLAÑOS TOBAR

MSC. Bolaños Tobar Dennys Andrés

**LECTOR**

Adj.: Observaciones y recomendaciones

**Anexo 2:** Certificado del Abstract por parte de idiomas



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL  
DEL CARCHI**

<b>ABSTRACT- EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> Yulissa Yusvysleth Saavedra Cueva		<b>DATE:</b> 12 de abril de 2021		
<b>TOPIC:</b> "Análisis de la demanda turística del Ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante."				
<b>REMARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs. <input checked="" type="checkbox"/>	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Some progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Inadequate ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text <input checked="" type="checkbox"/>	The message has been communicated appropriately and identify the type of text <input type="checkbox"/>	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing <input type="checkbox"/>	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Good flow of ideas and events <input checked="" type="checkbox"/>	Average flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Poor flow of ideas and events <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement <input type="checkbox"/>	Minor errors when supporting the thesis statement <input checked="" type="checkbox"/>	Some errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>	Lots of errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED			
	<b>TOTAL 9</b>			



## UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

### Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

**Autor:** Yulissa Yusvysleth Saavedra Cueva

**Fecha de recepción del abstract:** 12 de abril de 2021

**Fecha de entrega del informe:** 12 de abril de 2021

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

#### **Observaciones:**

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:  
EDISON BOANERGES  
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN

**Anexo 3:** Encuestas aplicadas a los visitantes del Ecoparque



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y**  
**CIENCIAS AMBIENTALES**  
**Escuela de Turismo y Ecoturismo**



**Objetivo:** Determinar los factores que influyen en las decisiones de las personas que visitan el Ecoparque

Edad:

Lugar de procedencia: Ciudad \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_

Género: M  F  LGTBI

Ingreso Mensual:

1. ¿Cómo acostumbra visitar el Ecoparque?  
En Familia   
Con amigos   
Con pareja   
Solo (a)
  
2. Si viaja acompañado (a) ¿Con cuántas personas visita el Ecoparque?  
1 a 2 personas   
3 a 5 personas   
Más de 6 personas
  
3. ¿Cuál considera que es el motivo principal de visitar el Ecoparque?  
Actividades Recreativas   
Actividades Deportivas   
Disfrute de naturaleza
  
4. ¿Con qué frecuencia visita el Ecoparque?  
Una vez al día   
Una vez a la semana   
Una vez al mes   
Una vez al año

5. De las siguientes actividades que se realizan en el Ecoparque, Califique del **1** al **5** el nivel de importancia que tiene para ud realizarlas. Considerando **1** muy bajo y **5** muy alto.

Actividades	1	2	3	4	5
Camping					
Canoping					
Ciclismo					
Senderismo					
Avistamiento de Aves					
Fotografía					
Paseo en bote					
Salas Multiusos (Gimnasio, zona recreativa)					
Pista de atletismo					

6. ¿Por qué medio se enteró del Ecoparque?

Redes sociales

TV

Radio

Amigos o Familiares

7. Si Ud. solicitaría el servicio de alimentación en el Ecoparque ¿Que consideraría más importante en cada uno de los siguientes elementos? Califique del 1 al 5.

Elementos	1	2	3	4	5
Sabor					
Precio					
Cantidad					
Calidad en el servicio					
Variedad gastronómica					

8. ¿Cuánto dinero designa para visitar el Ecoparque y realizar las actividades?

5 Dólares  \$6 a \$10  \$11 a \$15  \$16 a \$20  Más de \$20

9. ¿Qué tan adecuado considera la creación de espacios naturales como el Ecoparque?

Nada adecuado	Un poco adecuado	Neutro	Adecuado	Muy adecuado
<input type="radio"/>				

**¡Gracias por su colaboración!**



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales**  
**Escuela de Turismo y Ecoturismo**



**Objetivo:** Determinar el nivel de satisfacción de los visitantes con respecto a los servicios y actividades brindados en el Ecoparque.

Edad: \_\_\_\_\_

Lugar de procedencia: Ciudad \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_

Género:        M         F         LGTBI

Ingreso Mensual:

SATISFACCIÓN					
1. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a las siguientes actividades?	<b>Insatisfecho</b>	<b>Un poco satisfecho</b>	<b>Neutro</b>	<b>Un poco satisfecho</b>	<b>Satisfecho</b>
Camping					
Canoping					
Ciclismo					
Senderismo					
Avistamiento de Aves					
Fotografía					
Paseo en Bote					
Salas Multiusos (Gimnasio, zona recreativa)					
Pista de atletismo					
2. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque en relación a los siguientes servicios?	<b>Insatisfecho</b>	<b>Un poco satisfecho</b>	<b>Neutro</b>	<b>Un poco satisfecho</b>	<b>Satisfecho</b>
Hospedaje (camping)					
Servicio de información turística (ubicada en el área administrativa)					
Transporte (omitir en caso de viajar en vehículo propio)					

3. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de su visita en el Ecoparque con respecto a la infraestructura turística?	Insatisfecho	Un poco satisfecho	Neutro	Un poco satisfecho	Satisfecho
Señalización de senderos					
Área de camping					
Equipos de Canoping					
Rutas ciclísticas					
Parqueadero					

### FIDEILIDAD

ASPECTOS GENERALES	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
4. ¿Influye el nivel de satisfacción de las actividades realizadas en el Ecoparque para seguir demandándolas?					
5. ¿Recomendaría a sus amigos y familiares el Ecoparque como un lugar de esparcimiento para visitar?					

### PROPUESTAS

6. ¿Qué considera que debería implementarse?	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Zonas WiFi					
Servicio de Guianza en todo momento					
Servicio de transporte directo					
Servicio de alimentación					

Otro? Especifique: \_\_\_\_\_