



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

**Investigación de la imagen percibida de los atractivos turísticos de la ciudad
de Quito en niños y adolescentes de clase media, año 2015**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: Comina Lidioma, Edison Paul

DIRECTORA: Ochoa Ochoa, Tania Jackeline, Mgtr.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2016

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister.

Tania Jackeline Ochoa Ochoa.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: **Investigación de la imagen percibida de los atractivos turísticos de la ciudad de Quito en niños y adolescentes de clase media, año 2015** realizado por **Comina Lidioma Edison Paul**, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, abril de 2016

f).....

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo **Comina Lidioma Edison Paul** declaro ser autor del presente trabajo de titulación: Investigación de la imagen percibida de los atractivos turísticos de la ciudad de Quito en niños y adolescentes de clase media año 2015, del Título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, siendo Tania Jackeline Ochoa Ochoa directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

.....

Comina Lidioma Edison Paul

C.I. 1720103728

DEDICATORIA

A Dios y a mi familia, por ser la fuerza fundamental para el inicio y culminación de las metas propuestas.

A mi madre y hermana, que han sabido apoyarme en todos los aspectos de mi vida y sobre todo han sido mi fortaleza para seguir adelante en los retos que me he planteado, por su afecto y amor incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme aquella fuerza mental, espiritual y física que han sido fundamentales para cumplir mis metas.

A mi familia que me ha influido para ser mejor persona y seguir adelante en mis estudios.

A mi tutora Magister Tania Jackeline Ochoa Ochoa por sus recomendaciones y hacer posible que mi trabajo de investigación se haga realidad.

A los docentes, que me han compartido sus conocimientos, orientándome en mi formación académica y al personal administrativo que con buena voluntad me han apoyado en trámites estudiantiles.

A la niñez y adolescencia que me colaboraron en las encuestas.

A todas las personas que de una u otra forma aportaron para el desarrollo del presente

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I. MARCO TEÓRICO	5
1.1. Imagen de los destinos turísticos	6
1.2. Percepción	7
1.3. Satisfacción, expectativas.	7
1.3.1. Necesidades fisiológicas.	8
1.3.2. Necesidades de seguridad.....	8
1.3.3. Necesidades sociales.....	8
1.3.4. Necesidades de estima.	9
1.3.5. Necesidades de autorrealización.	9
1.4. Comportamiento del consumidor turístico.....	9
1.5. Etapas del consumismo de niños y adolescentes	10
CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE QUITO	12
2.1. Información sobre la ciudad de Quito.....	13
2.2. Factores de la ciudad de Quito que pueden contribuir a formar una imagen negativa de los atractivos turísticos.	14

2.2.1	Mapa conceptual de factores que afectan a la imagen de los atractivos turísticos	17
2.3.	Exposición de los atractivos turísticos que son más frecuentados por la niñez y adolescencia.	18
2.3.1.	Atractivos turísticos más conocidos	18
2.3.2	Características del Teleférico y Vulcano Park de Quito.	21
2.3.3.	Museo del Agua Yaku.	23
2.3.4.	El Panecillo	25
2.3.5.	Parque Itchimbía.	26
2.3.6.	La Ronda	27
2.3.7	Parque Metropolitano Guanguiltagua	28
2.3.8.	Parque Metropolitano La Carolina.	29
2.3.9	Ciudad Mitad del Mundo	31
2.3.10	Parque Arqueológico Rumicucho.....	32
2.3.11.	Parque Urbano Cumandá	33
2.3.12.	Noroccidente de Quito.....	35
2.3.13.	Lloa	36
2.3.14.	Cerro Ungui	37
2.3.15	CQB Paintball Field, Quito	38
2.3.16.	Centros Comerciales	39
2.3.17.	Granja del Tío Mario.....	40
2.3.18.	Zoológico de Guayllabamba	41
CAPITULO III. COMPOSICIÓN DEL ESTRATO SOCIAL MEDIO DE NIÑOS Y ADOLESCENTES EN LA CIUDAD DE QUITO		43
3.1.	Estratificación social	44
3.1.1.	Concepto.....	44
3.1.2.	Tipos de estratificación social.....	44
3.2.	Estratificación social media de Quito.	45
3.3.	Estratificación social según la última encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos.	46

3.3.1. El estrato B (Medio alto) representa el 11,2% de la población.....	47
3.3.2. El estrato C+ (Medio típico) representa el 22,8% de la población.....	48
3.3.3. El estrato C- (Medio bajo) representa el 49,3% de la población.	49
3.4. Nivel socioeconómico en la ciudad de Quito	51
3.4.1. Ingreso mensual aproximado	51
3.4.2. Gastos en turismo	52
CAPITULO IV. IMAGEN PERCIBIDA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE QUITO	55
4.1. Importancia de la imagen que proyecta un destino turístico	56
4.2. Imagen percibida de la visita a atractivos turísticos en niños y adolescentes: Análisis de aplicación de las encuestas.....	57
4.3 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	59
CONCLUSIONES.....	74
RECOMENDACIONES	76
BIBLIOGRAFÍA.....	78
ANEXOS.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fotografía de usuarios para transporte público Metrobus, Ecovía, Bus.....	15
Figura 2. Elementos Negativos del Sistema Turístico.....	17
Figura 3. Atractivos Turísticos visitados por la niñez y adolescencia de la ciudad de Quito.	19
Figura 4. Vista del teleférico.....	21
Figura 5. Vista Parte del Vulcano Park.....	22
Figura 6. Vista Museo del Agua.....	23
Figura 7. Monumento Virgen del Panecillo.....	25
Figura 8. Parque educativo y Centro Cultural Itchimbía.....	26
Figura 9. Barrio La Ronda.....	27
Figura 10. Parque Guanguiltagua.....	28
Figura 11. Parque Metropolitano La Carolina.....	29
Figura 12. Vista de La Mitad del Mundo.....	31
Figura 13. Vista del Rumicucho.....	32
Figura 14. Parque Urbano Cumandá.....	33
Figura 15. Parroquia de Nono.....	35
Figura 16. Lloa.....	36
Figura 17. Cerro Ungui.....	37
Figura 18. Escenario de Paintball.....	38
Figura 19. Centro Comercial Quicentro.....	39
Figura 20. Granja del Tío Mario.....	40
Figura 21. Exposiciones de los escenarios del Zoológico.....	41
Figura 22. Gráfico Nivel Socioeconómico.....	51
Figura 23. Gráfico Ingreso Mensual Aproximado.....	52
Figura 24. Gráfico Gasto Familiar Anual Aproximado en Turismo.....	53
Figura 25. Visita a los Atractivos turísticos.....	60
Figura 26. Expectativas de Diversión y Recreación.....	62
Figura 27. Atención Recibida.....	63
Figura 28. Infraestructura de los Atractivos.....	64
Figura 29. Información de atractivos turísticos en centros educativos.....	65
Figura 30. Influencia de la Publicidad.....	66
Figura 31. Factor económico.....	67
Figura 32. Cuidado de los Atractivos.....	68
Figura 33. Imagen de los Atractivos Turísticos.....	69
Figura 34. Identidad y Autoestima.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población de Quito de 7 a 17 años de edad.	58
Tabla 2. Visita a los Atractivos turísticos.	60
Tabla 3. Expectativas de Diversión y Recreación.	61
Tabla 4. Atención Recibida.	63
Tabla 5. Infraestructura de los Atractivos.	64
Tabla 6. Información de atractivos turísticos en centros educativos.....	65
Tabla 7. Influencia de la Publicidad.	66
Tabla 8. Factor económico.....	67
Tabla 9. Cuidado de los Atractivos.	68
Tabla 10. Imagen de los Atractivos Turísticos.....	69
Tabla 11. Aspectos positivos y negativos hacia los atractivos turísticos.	70
Tabla 12. Identidad y Autoestima.....	72

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis tiene la finalidad de conocer la imagen percibida por parte de la niñez y adolescencia con respecto a los atractivos turísticos de la ciudad de Quito. El análisis parte del desarrollo de un marco teórico para comprender los conceptos relacionados al tema de estudio; así también se exponen los atractivos turísticos más frecuentados por estos grupos. En la investigación también se da a conocer el estrato social medio de la población de la ciudad de Quito tomando como referencia al INEC según última encuesta del 2010. Mediante una encuesta aplicada a los niños y adolescentes de la clase media de la ciudad de Quito se determina la imagen que tienen estos grupos sobre los atractivos turísticos de la ciudad. Con el análisis anterior, se establecen las conclusiones y recomendaciones con el fin de aportar al desarrollo de un turismo sostenible y responsable de Quito.

PALABRAS CLAVES: Imagen, percepción, atractivos turísticos, niñez, adolescencia, estrato social.

ABSTRACT

The following thesis aims to know the image perceived by children and teenagers with respect to the tourist attractions the city of Quito. The analysis is based on the development of a theoretical framework for understanding the concepts related to the theme of study; so also are exposed tourist attractions most frequented by these groups. The research also disclosed the middle social status of the population of the city of Quito, taking as reference to INEC as last survey in 2010. Through a survey of the children and teenagers of the middle class of the city Quito determines the image that these groups have on the tourist attractions of the city. With the previous analysis, the conclusions and recommendations are presented in order to contribute the development sustainable tourism and responsible of Quito.

KEYWORDS: Image, perception, attractions, childhood, teenagers, social strata.

INTRODUCCIÓN

El presente tema es el resultado de una investigación que determina la imagen percibida que tienen los niños y adolescentes en edades de 7 a 17 años sobre los atractivos turísticos de la ciudad de Quito, considerando que es una ciudad ideal para el desarrollo de actividades turísticas ya que posee varios lugares naturales, históricos y culturales que han sido reconocidos y galardonados por diferentes organismos. La investigación está compuesta por cuatro capítulos los cuales van a sustentar y aclarar el panorama del tema planteado.

En el capítulo uno se presenta temas que permiten conocer los intereses, las necesidades y expectativas que tienen la niñez y adolescencia. En una segunda etapa del trabajo se toman en cuenta tópicos que describen a los atractivos turísticos que son interesantes para estos grupos de estudio, dado las condiciones y servicios que estos lugares ofrecen.

En el capítulo tres, Composición del estrato social medio de niños, niñas y adolescentes en la ciudad de Quito, se toma en cuenta la última encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), para conocer el nivel de estrato social medio que comprende la ciudad de Quito; así mismo se hace una descripción de las características socioeconómicas del estrato social medio de las familias.

En el capítulo cuatro se conoce la imagen percibida de los atractivos turísticos en niños, niñas y adolescentes de clase media, así como ciertos factores que van a influir en la imagen que proyectan estos atractivos, como lo es la infraestructura, el servicio, la incidencia de la publicidad y el factor económico; todo esto reflejado en los resultados de la aplicación de un cuestionario de preguntas.

La investigación efectuada sirve para conocer falencias de elementos del sistema turístico que afectan en la imagen de los destinos y como una propuesta de concientización para los diferentes actores que participan en el desarrollo de la actividad turística, sobre la importancia que representan estas actividades en las etapas del desarrollo humano de la niñez y adolescencia, contribuyendo así con una sociedad más solidaria, responsable, equitativa y justa.

La recopilación de datos mediante encuestas aplicadas a la niñez y adolescencia aportan con directrices para efectuar los objetivos; de esta manera se conoce el tipo de imagen que poseen estos grupos sobre los atractivos de la ciudad.

En el desarrollo del trabajo fue factible conseguir los objetivos planteados, puesto que al concluir la misma:

- Se expuso los atractivos turísticos que son más frecuentados por la niñez y adolescencia, identificando las condiciones que ofrecen para formar una imagen en la percepción de estos grupos
- Se describió el estrato social medio de niños y adolescentes en la ciudad de Quito.
- Se pudo determinar la imagen percibida de los atractivos turísticos de la ciudad de Quito en niños y adolescentes de clase media.

Con el logro de estos objetivos específicos, consecuentemente ayudaron a determinar las conclusiones y con estas las respectivas recomendaciones.

La colaboración prestada por los actores involucrados en este proceso facilitaron el desarrollo de la investigación, sin embargo, durante el transcurso de esta etapa se presentaron dificultades en cuanto a información relevante sobre la clase media de Quito.

En cuanto al método que se aplicó en el capítulo uno y dos es el deductivo, donde se obtuvo información más relevante de datos secundarios como: datos estadísticos del INEC, base de datos, trabajos consultados, páginas web, libros y periódicos. Finalmente se aplicó el método cualicuantitativo para la tabulación de datos numéricos estadísticos obtenidos en la investigación de campo.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Imagen de los destinos turísticos

Para comprender la definición de la imagen de los destinos turísticos se mencionan ciertos conceptos por parte de autores que realizaron estudios sobre este tema. (Baud-Bovy & Lawson, 1977) Definen la imagen de un destino como: la expresión de todo el conocimiento, impresiones, prejuicios y pensamientos emocionales que un individuo o grupo tienen sobre un objeto o lugar en particular.

(Gartner, 1993) Concibe “la imagen se basa en las percepciones más que en la realidad objetiva del propio destino”. Al tener un alto nivel de subjetividad, las percepciones sobre un lugar van a diferir de cada sujeto, la imagen se va a construir en base a las percepciones de cada sujeto.

Según (Kotler, Philip, Haider, Donald, Rein & Irving, 1994) la imagen de una localidad puede definirse como “la suma de creencias, ideas e impresiones que una persona tiene de ella. Las imágenes representan la simplificación de un gran número de asociaciones y trozos de información conectados con la localidad. Son un producto de la mente que trata de procesar y esencializar enormes cantidades de información sobre un lugar”.

De acuerdo a esta definición la imagen de un destino turístico abarca el conjunto de conceptualizaciones, creencias, ideas y percepciones que una persona tiene sobre un destino turístico el cual abarca el servicio, producto que ofrece; estos son factores determinantes en la formación de la percepción del individuo y según sea la percepción sobre el lugar del destino, el individuo tomará la decisión de visitar o no el destino turístico.

Para que una localidad turística proyecte una imagen excelente en la psiquis de la niñez y adolescencia, es necesario que se desarrollen un conjunto de actividades basados en la interacción, la participación y el juego, sobre todo que resulten atractivas y despierten el interés de estos grupos, pero también hay que satisfacer otras necesidades como son las fisiológicas, de seguridad, sociales ya que de acuerdo a (Maslow, 1985) cuando estas necesidades no son satisfechas por un periodo de tiempo, la satisfacción de otras necesidades pierden su importancia, por lo que éstas dejan de existir. Por ejemplo, un atractivo turístico de tipo natural que no cuente con servicios básicos, la persona no va a poder realizar sus necesidades biológicas, por lo cual primero dará prioridad en cumplir esta necesidad antes que otra cosa. De ahí la importancia de tener en cuenta todos los elementos que conlleva un sistema turístico para poder planificar eficientemente un atractivo.

1.2. Percepción

La percepción es el elemento psicológico que influye en la elaboración de la imagen que el turista posee de un destino, por lo cual va a ser un factor en la decisión del individuo; en otras palabras son las experiencias e información que el individuo tiene y procesa en su cerebro acerca del sitio o lugar turístico, por eso es fundamental ofrecer un servicio de calidad para formar representaciones mentales favorables de la experiencia vivida.

La Organización Mundial del Turismo (1998) destaca que “la experiencia turística es intangible y además, implica una distancia física y temporal entre la decisión y el consumo, el nivel de calidad dependerá de las expectativas que el turista se forme. En estas expectativas influyen, tanto la promoción y la publicidad turística como las necesidades personales, las experiencias pasadas o la información que se transmite boca-oreja. Si las expectativas creadas son excesivamente altas, el turista sufrirá una decepción y considerará que el nivel de calidad es bajo. Por ello es imprescindible no crear falsas expectativas”.

De acuerdo a esta definición es importante en el momento de promocionar destinos turísticos dar a conocer información verídica acorde a la realidad, lo que en verdad se ofrece y no exagerar en la oferta de productos y servicios que puedan brindar estos destinos y así no crear en los niños y adolescentes expectativas que en la realidad no se cumplan, también es importante que la opinión de los padres acerca de estos lugares sea lo más objetiva posible, no sea exagerada ya que va a influenciar en la percepción del niño y adolescente sobre el lugar.

1.3. Satisfacción, expectativas.

En cuanto a la satisfacción de estos grupos va estar condicionada al grado en el cual se han cumplido las expectativas, de ahí radica la importancia de que las expectativas de los niños y adolescentes sean lo más cercanas a la realidad ya que si se han formado una expectativa que no está acorde a lo que ofrece el destino obviamente abarcará una insatisfacción lo cual va a generar en ellos una perspectiva negativa hacia el lugar visitado; de ahí la importancia de la comunicación sea efectiva, verídica y eficaz ya sea por los diferentes medios de comunicación o al momento de promocionar el destino, es decir mostrar los servicios que en realidad se ofertan sin exagerar o mentir sino resaltando los puntos más importantes y sobre todo que el mensaje sea influenciado, atractivo y de fácil entendimiento para estos grupos, otro punto relevante para lograr que el turista se sienta satisfecho es el hecho de brindarle una excelente atención, paciencia y comprensión en especial hacia los más pequeños ya que por lo general suelen ser bien activos e inquietos y si se presenta algún percance de cualquier índole se debe resolver en el menor tiempo posible; de ahí la importancia de la

capacidad de solución de problemas del personal encargado de la administración y funcionamiento del destino turístico.

Otro elemento psicológico a tomar en cuenta es el hecho de conocer las motivaciones que impulsan a realizar la visita del destino turístico, en este caso en la mayoría de los niños y adolescentes lo que les motiva a realizar la visita de un destino es sobre todo el hecho de obtener diversión, experimentar otras actividades, interactuar con otras personas, conocer información sobre el lugar, descubrir nuevas cosas y aprender la cultura e historia de los antepasados de forma dinámica.

Cabe mencionar que el comportamiento humano es motivado para lograr objetivos; la pirámide de necesidades de (Maslow, 1985), describe estas motivaciones en cinco niveles de importancia, las cuales son:

1.3.1. Necesidades fisiológicas.

Comprende lo referente a satisfacer las necesidades básicas para la sobrevivencia del ser humano como: alimentarse, respirar, beber agua, dormir. Ciertas necesidades van a diferir conforme a cada ciclo de vida como el comportamiento maternal.

1.3.2. Necesidades de seguridad.

Surgen una vez satisfechas las necesidades fisiológicas, la persona tiene el afán de sentirse segura y protegida; comprende lo que es la tranquilidad, el orden, la estabilidad, el disponer de una educación, salud, trabajo estable, un transporte, un lugar para sobrevivir con dignidad.

1.3.3. Necesidades sociales.

Comprende lo relacionado al afecto, amor y pertenencia que logran a la interacción con los diferentes grupos sociales; en el caso de los niños y adolescentes aparte de interactuar con la familia también requieren hacerlo con grupos secundarios, como es grupos de amigos en la escuela, colegio, del barrio, espacios turísticos etc. Hay que tomar en consideración que los adolescentes en este caso tienden a salir con grupo de amigos hacia los atractivos en mucho de los casos sin la presencia de adultos esto se debe a la necesidad de independencia de los padres que se manifiesta con intensidad en esta etapa de la vida.

1.3.4. Necesidades de estima.

Hace referencia al prestigio y reconocimiento por otras personas, si las necesidades son satisfechas el individuo se siente seguro de sí (con autoestima) de lo contrario si no las cumple experimenta sentimientos de inferioridad.

1.3.5. Necesidades de autorrealización.

Es el nivel más alto y la persona necesita cumplir con un objetivo para satisfacer su propio potencial.

Por eso al ofrecer un servicio turístico es tan importante satisfacer las diferentes necesidades de los potenciales clientes, ya que el cliente al experimentar un grado de satisfacción obviamente va a percibir y tener una imagen positiva del servicio experimentado, conociendo que en cada etapa se presentan necesidades que difieren en cierto grado.

1.4. Comportamiento del consumidor turístico

En la actualidad debido al alto grado competitivo del mercado es necesario formular una estrategia orientada a conocer y satisfacer las necesidades, deseos y motivaciones del individuo por lo cual es conveniente conocer los diversos factores que intervienen en la conducta del consumidor.

El comportamiento en estas etapas va a estar determinado por varios factores internos desde la forma de ser como es la personalidad, hasta los factores externos como es el medio en el que se desenvuelve condicionado por los estímulos externos, sociales, ambientales y culturales.

Todos estos factores contribuyen al comportamiento del consumidor turístico, en este caso los niños y adolescentes van a estar más determinados en su conducta por la influencia de sus padres ya que todavía forman parte del grupo familiar y económicamente dependen de ellos, sobre todo en el caso de los niños la decisión de visitar un atractivo turístico va estar en función de la aceptación y aprobación de los padres.

En el caso de los adolescentes al tener características psicológicas e intereses un poco diferentes a su etapa de desarrollo anterior; ellos van a preferir salir con grupos de amigos y frecuentar lugares en donde puedan gastar sus energías realizando actividades de aventura, visitas a centros de diversión, centros comerciales, realizar excursiones; lugares en donde se pueda socializar con otros grupos sociales porque lo que buscan es cierta independencia

y sentirse identificados con un grupo; en este caso la decisión de visitar un atractivo va a depender de un consenso de decisiones entre los padres y el adolescente.

La niñez y adolescencia son dos etapas con cierto grado de diferencia en lo referente a la satisfacción de necesidades y deseos que tienen los individuos en estas etapas de desarrollo, además en muchos de los casos los niños para visitar un lugar turístico van a depender de la decisión de los padres que el adolescente, así mismo los adolescentes van a preferir realizar actividades un poco diferentes a la de los niños por su condición de desarrollo.

1.5. Etapas del consumismo de niños y adolescentes

Ante un mundo globalizado y el avance tecnológico, la comunicación a través del internet conlleva cambios en diversos aspectos desde una temprana maduración cognitiva y social, lo que da lugar a la aparición de nuevos consumidores a los que hay que tomar en cuenta como son en la adolescencia y la niñez; (Roedder, 1999) describe la socialización en el consumo a través de tres etapas: perceptual, analítico y reflexivo.

La primera etapa perceptual va desde los 3 a 7 años de edad en donde el individuo se caracteriza por tener un pensamiento simbólico lo cual va a dar lugar a que tome sus decisiones de consumo de acuerdo al tamaño, forma o color; algunas de las características de este tipo de consumidores son: conocen conceptos comerciales como marcas pero superficialmente, el conocimiento se apoya en aspectos perceptivos basados en un único atributo como es la elección de visitar un parque de diversiones basándose en la finalidad del juego, orientación general hacia lo inmediato o sea los elementos que son directamente observables, se centran sobre las dimensiones más simples de los eventos.

En esta etapa el niño lo que le va a interesar es divertirse a través del juego y lo ideal es llevarlos a atractivos que cuenten con estos recursos estructurales y de servicio como es el Vulcano Parck donde se pueden desarrollar actividades como fiestas y juegos infantiles, Yacu el museo del agua donde pueden aprender cosas interesantes sobre el agua mediante el juego, el Refugio Ecológico Molinuco que es un lugar para disfrutar de la naturaleza junto con la familia.

La segunda etapa es el analítico que va desde 7 a 11 años, se caracterizan porque poseen una comprensión más compleja de temas relacionados al mercado como es la marca, precio, publicidad; hay un incremento en la capacidad de procesar la información, los estímulos percibidos se analizan en base a múltiples dimensiones, son capaces de

comprender el punto de vista de la publicidad y del comercio, incorporan estrategias de negociación con sus padres para conseguir el producto o servicio deseado.

En esta etapa a los niños les gusta el juego y compartir con otros niños, pero también en aprender de forma dinámica; en el caso del turismo histórico-cultural en las visitas a los museos y obras coloniales, los guías deben ofrecerles una atención dinámica con explicaciones de fácil asimilación, así como tener un cronograma de actividades diferente de los niños y adolescentes que al del adulto ya que a este último si le va a interesar una información más compleja y profunda.

En la mayoría de museos se deberían adecuar áreas para estos grupos, ya que por lo general las exposiciones e instalaciones son más dirigidas a individuos de mayor edad, y un niño al visitar estos lugares lo va a encontrar aburrido y su atención será dispersa. En la actualidad hay pocos sitios que cuentan con una infraestructura y una metodología atractiva e interesante, como lo es aprender a través del juego y la participación, un ejemplo de ello es el museo del agua, y museo del Inti ñan.

La etapa reflexiva va desde los 11 a 16 años; el individuo es capaz de comprender conceptos relacionados con el consumo y contextos sociales más complejos, se empeñan en desarrollar las habilidades que han adquirido en la etapa anterior, son hábiles para incorporar percepciones ajenas a la suya para la toma de decisión de compra, también surge la necesidad de construir su propia identidad reflejado en el consumo y en la necesidad de independencia de los padres, socializando en las salidas y visitas turísticas acompañado por grupos secundarios.

Esta etapa lo componen los púberes y adolescentes donde buscan su identidad e independencia de los padres y lo hacen en grupos de amigos con los cuales se va a identificar y diferenciar de los adultos por eso van a preferir visitar atractivos de tipo aventura, realización de rutas turísticas, de naturaleza, visitas a centros comerciales y fiestas, en fin lugares en los cuales compartan tiempo con sus iguales.

Entre los atractivos y actividades turísticas a desarrollar por esta etapa, hay varias opciones tales como: recorrido en ciclo paseos (las Rutas Cinto-Torouco-Cruz Loma/ Ruta de los Libertadores; Lloa-Palmira; Nono-Alaspungo; Ruta Pacto-Santa Rosa y la Ruta Pacto-Guayabillas) entre otras; caminatas guiadas, excursiones, cascadas de Mindo; turismo histórico-cultural como teatros, salas de música, la ciudad Mitad del Mundo donde hay museos, música folklórica, centro histórico de Quito donde se desarrollan city tours, shopping tour y visitas a centros comerciales.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE QUITO

2.1. Información sobre la ciudad de Quito

El Distrito Metropolitano de Quito, capital de la República del Ecuador, está localizado en la provincia de Pichincha. La provincia tiene un área de 1.358.100 hectáreas, de las cuales el Distrito Metropolitano comprende 422802 hectáreas, constituida por 33 parroquias rurales y 32 parroquias urbanas (Quito, 2014).

Esta ciudad se encuentra ubicada a 2800 msnm, al lado occidental de la cordillera de los Andes en la mitad del mundo, debido a la disponibilidad del suelo ha ido creciendo y expandiéndose en forma horizontal tanto en el norte como en el sur, limitando su expansión a lo ancho por las barreras montañosas occidentales y al este por las quebradas que la separan de sus valles, pero con la construcción del nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre situado en Tababela, se abre posibilidades para en el futuro continuar su expansión hacia el noreste; con una temperatura que oscila entre los 25°C durante el día y los -4°C durante la noche, teniendo en promedio una temperatura templada de 17°C. Al poseer diferentes tipos de clima y por su posición geográfica cuenta con una cobertura vegetal donde están los bosques húmedos y tres áreas protegidas: Reserva Ecológica Cayambe-Coca, Reserva Geobotánica del Pululahua y las micro cuencas de los ríos Mashpi, Guaycuyacu y Sahuangal, con estas condiciones se genera un espacio diverso en el ámbito natural “teniendo 44 ecosistemas, 1899 especies de plantas, 1384 especies de fauna, y 142 especies endémicas locales, 542 especies de aves, 94 especies de mamíferos, 77 anfibios y 43 reptiles” (DMQ, 2014).

Quito tiene una población de 2239191 habitantes según el (INEC, 2010) en donde el 72% representa la población urbana y el 28% las áreas rurales; en cuanto a la identidad de sus pobladores el 35 % provienen de otras provincias del Ecuador como Chimborazo, Manabí, Imbabura, Cotopaxi y Loja producto de la inmigración que se da hacia la ciudad; el 82% de la población se define como mestizo, mientras que el 18 % restante se identifica como blanco, indígena, afro descendiente, mulato, lo cual evidencia una diversificación cultural de sus pobladores.

Quito posee barrios con una amplia gama de elementos arquitectónicos y coloniales situados en la zona céntrica, se la podría definir en 4 partes debido a sus características demográficas, climáticas, poblacional y arquitectónicas; en la parte del centro histórico que es reconocido por la UNESCO en 1978 como Patrimonio Cultural de la Humanidad al poseer edificaciones, monumentos, iglesias, plazas, calles bien conservadas y menos alteradas hasta la actualidad; en la parte norte de la ciudad se encuentra el Quito moderno caracterizado por sus construcciones más nuevas y por su área comercial, de negocios,

infraestructura hotelera, restaurantes, embajadas, centros comerciales, vivienda en apartamentos etc.; en la parte sur de la ciudad se ubica una expresión juvenil en donde la mayoría de la población inmigrante nacional se ha asentado, con características arquitectónicas de vivienda intermedias entre el Quito antiguo y el moderno, con cierto grado de diferencias en lo cultural, social, económico, formas de producción ya que en esta zona se asientan fábricas y terrenos para el cultivo, pequeños comercios, ferias; en la parte oriental se localizan los valles de Cumbayá, San Rafael, Tumbaco, Conocoto y Sangolquí que es un área administrativa separada pero unida y dependiente de Quito; estas áreas se han caracterizado por ser zonas residenciales de las personas que trabajan en otras partes de Quito especialmente en el centro, en cuanto a los atractivos se componen de centros comerciales, centros recreacionales, centros culturales y sobre todo se puede apreciar un ambiente natural con un clima templado.

Actualmente la ciudad se está extendiendo por la parte sur en los barrios de Guajaló, Guamaní, Quitumbe, nueva ciudad del sur; en la parte norte y noreste debido a la localización del nuevo Aeropuerto del Distrito.

2.2. Factores de la ciudad de Quito que pueden contribuir a formar una imagen negativa de los atractivos turísticos.

Algunos de los inconvenientes que presenta esta ciudad y que influyen en la visita e imagen de los destinos turísticos son: el congestionamiento vehicular que actualmente ya no solo se evidencia en las horas pico sino también durante todo el día, esto genera molestias a los usuarios de la vía y el tiempo de llegadas a los distintos atractivos, cuando los niños o adolescentes viajan en grupo ya sea en medio de transporte particular o público al estar sumergidos en el tráfico vehicular se generan ciertas emociones de angustia, desesperación y frustración al no poder llegar en un tiempo establecido o se demora demasiado hacia el lugar deseado, lo cual ya es un factor para que la visita al sitio no sea del todo placentera, este problema se debe a la poca planificación por parte de las autoridades y no dan soluciones a corto plazo; si bien es cierto la construcción del metro será una mega obra que beneficiará y mejorará la vialidad en la ciudad, pero no lo solucionará en su totalidad, hay que implementar proyectos de construcción de vías alternativas, pasos deprimidos, puentes con el fin de descongestionar y mejorar la viabilidad de la ciudad.



Figura 1. Fotografía de usuarios para transporte público Metrobus, Ecovía, Bus.

Fuente: Observación Directa, 2015.

Elaborado por: Edison Comina.

Otro problema que influye negativamente en la imagen de los atractivos turísticos de Quito son las diferentes situaciones a las que están propensos a pasar los niños y adolescentes durante el transcurso de su desplazamiento de un lugar a otro, en los diferentes medios de transporte masivo de pasajeros (Metro bus, Ecovía, Trolebús). Dentro de las principales situaciones se puede destacar: la incomodidad del viaje por la gran afluencia de personas tanto en paradas como en el interior del medio de transporte, la incertidumbre y precaución que deben mantener ya que los delincuentes aprovechan estos lugares para cometer sus

actos ilícitos, el acoso hacia las mujeres, paradas destruidas y sin mantenimiento, etc. Sin embargo a pesar de las nuevas unidades adquiridas del trolebús no se han solucionado estos inconvenientes que generan además un gran malestar a los turistas manteniendo esa percepción negativa para utilizar estos medios de transporte.

De ahí que el problema no es la falta de medios de transporte como se podría creer pues existen unidades nuevas del trolebús sino la ineficiente administración de las empresas encargadas que son incapaces de dar soluciones integrales y por otro lado la falta de control por parte de las autoridades del Municipio que no generan cambios adecuados y perdurables; por ello sigue la aglomeración de pasajeros, durante las horas pico hay aproximadamente entre 20 a 40 articulados que están estacionados y sin funcionamiento en los patios de la central de pasajeros y los usuarios haciendo grandes filas para tratar de embarcarse en una unidad y el argumento que plantean los administradores para justificarse son: que las unidades se encuentran dañadas, no hay repuestos para arreglarlas, etc. Son excusas tan inaceptables que da indignación al ver como no solucionan un problema ya sea por corrupción, ineficiencia o desconocimiento y los únicos afectados son los usuarios.

Otro de los factores son los problemas de tipo social como la inseguridad, que está latente en algunos barrios tradicionales que cuentan con atractivos turísticos como: San Blas, San Marcos, La Marín, 24 de Mayo, La Loma, El Panecillo, Plaza Grande, San Roque, El Placer y San Juan que se encuentran ubicado en la parte céntrica de la ciudad. En la parte Sur están: Ferroviaria, Turubamba, San Luis La Forestal, El Tablón, El Camal. En la parte norte se encuentran: Cotocollao, San Fernando, La Ofelia, Atucucho Alto, Comité del Pueblo, La Bota, Pusilí entre otros.

La delincuencia es un problema que no es erradicado o disminuido sino por el contrario va en aumento, causando problemas a la comunidad y a los turistas que visitan los atractivos que se encuentran localizados cerca de estos barrios. Otros problemas que causan malestar y dan una mala imagen de la ciudad son: la drogadicción, alcoholismo, mendicidad y vandalismo, todos estos permanecen latentes y lamentablemente seguirán ya que la actual administración de Quito poco ha hecho para solucionar estos problemas de fondo y lo mismo se evidencia en la ausencia de obras que tanto necesita esta ciudad, lamentablemente hasta el momento lo único notable por parte de la administración actual es la disminución de multas y ciertos impuestos, en cuanto a obras trascendentales nada en comparación con la administración anterior que sí hacía cambios para la mejora de la calidad de vida de los Quiteños.

2.2.1 Mapa conceptual de factores que afectan a la imagen de los atractivos turísticos

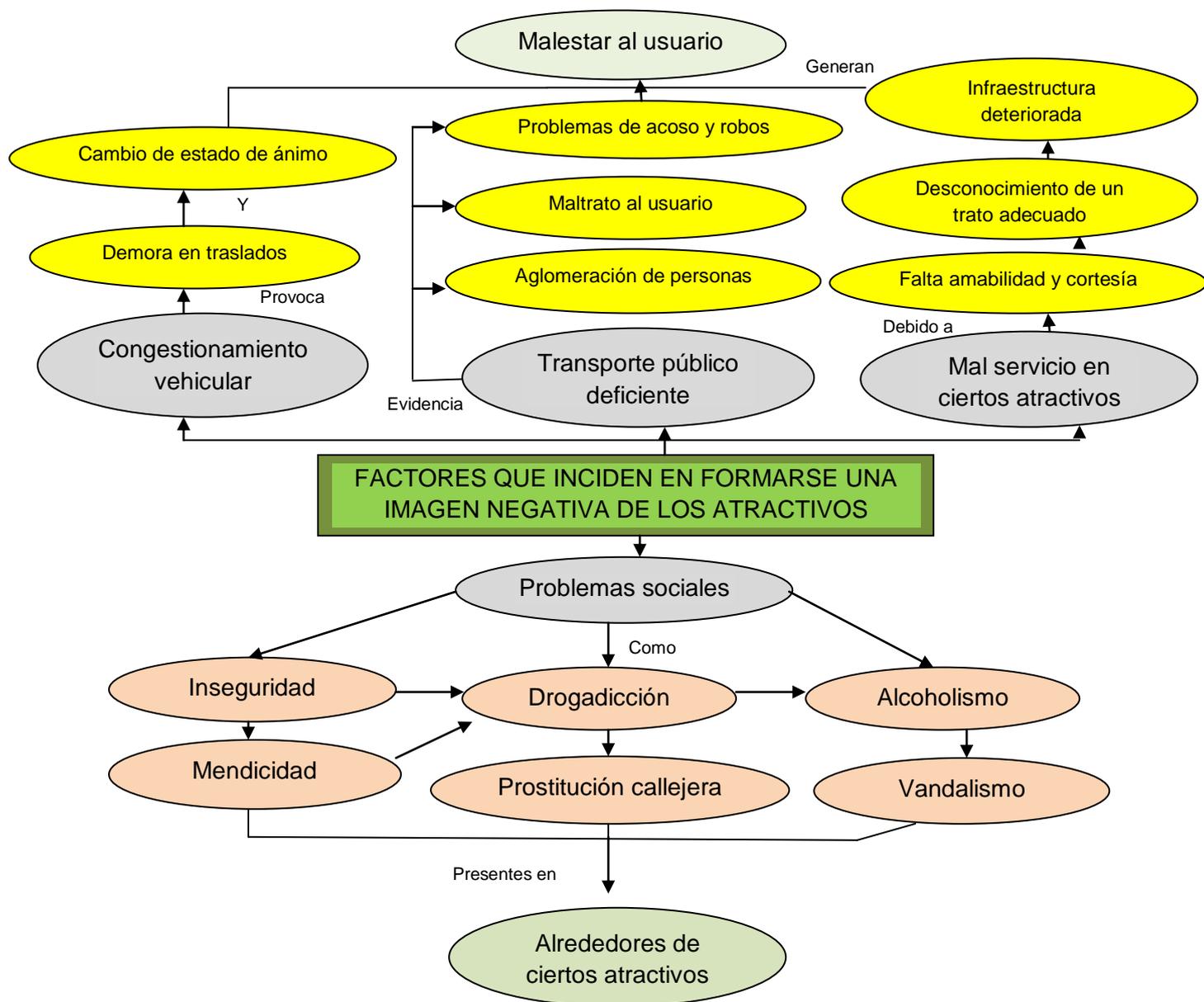


Figura 2. Elementos Negativos del Sistema Turístico.
 Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
 Elaborado por: Edison Comina.

2.3. Exposición de los atractivos turísticos que son más frecuentados por la niñez y adolescencia.

En este apartado se analizarán algunos atractivos históricos y culturales, que son de agrado y frecuentados por varios visitantes entre ellos niños y adolescentes. Por tal razón se hará una descripción de los atractivos y se dará a conocer las condiciones que ofrecen para formar una imagen en la percepción de los niños y adolescentes de la clase media.

2.3.1. Atractivos turísticos más conocidos

Definitivamente hay varios motivos por los cuales los visitantes desconocen de todos los atractivos que posee esta maravillosa ciudad entre los cuales están: la falta de publicidad, promoción y señalización. En el caso de los atractivos que se encuentran en áreas rurales de la ciudad no cuentan con una adecuada infraestructura y algunos servicios turísticos son exclusivos para extranjeros o para una clase económica media alta debido a los altos costos que representan.

A continuación se presentan los tipos de atractivos turísticos de la ciudad de Quito que son visitados por los niños y adolescentes de la clase media.



Figura 3. Atractivos Turísticos visitados por la niñez y adolescencia de la ciudad de Quito.
 Fuente: Observación y Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
 Elaborado por: Edison Comina.

En cuanto a los atractivos que son direccionados a otras etapas del desarrollo humano y aquellos que no son tan frecuentados, conocidos y sobresalientes de la ciudad ya sea a su falta de promoción, planificación, planes de mejoramiento, administración ineficiente etc., se los enumeraran y no se harán una mayor descripción debido a que estos grupos investigados no van a tener el interés en visitar, son poco llamativos, o tienen desconocimiento; como se describió en el tema de las etapas del consumismo en la niñez y adolescencia, estos grupos tienen intereses y expectativas un poco diferentes a otras etapas, ejemplo tenemos el barrio de la Mariscal que es un atractivo que no se lo considerara en este estudio ya que ofrece servicios de entretenimiento orientados para personas mayores de edad, pero hay que tomar en cuenta que es uno de los atractivos más frecuentados por la gente joven y adulta que acuden por el tipo de turismo y servicios de city by night que ofrece; así mismo existen ciertos museos que son buenos por la riqueza cultural, su historia que exponen pero que para estos grupos no les son de su agrado y tiene una imagen no muy buena entre algunos de los argumentos que manifestaron son que la atención es aburrida, no hay espacios para la interacción y el juego, en algunos los costos son exagerados, las personas que atienden son muy serias.

Hay ciertos lugares en especial los de tipo históricos que por sus características no van a ser llamativos para estos grupos, pero ahí la importancia de implementar planes de repotenciación y mejoramiento tanto de la estructura como de los servicios para que muestren interés y sean focos potenciales del turismo para todas las edades y esto sí es posible lograrlo, uno de los ejemplos a seguir es el museo Yaku que plantea una metodología interactiva, participativa, aprendizaje por medio del juego; otro ejemplo es el barrio La Ronda que no solamente es para gente adulta sino también un espacio para los más jóvenes y pequeños por sus exposiciones culturales, artísticas y humorísticas que se realizan por lo general en la mañana.

La importancia que se ha dado en esta investigación acerca de la imagen de los atractivos que tienen en estas etapas tempranas de desarrollo del ser humano es fundamental conocerlas, debido a que estos grupos son los futuros gestores en todos los aspectos productivos de la sociedad y uno de ellos el turismo, por lo cual es necesario que conozcan cada rincón en su totalidad de esta ciudad y maravilloso país, para así construir un sentimiento de identidad con su patria y fomentar una cultura turística y de cuidado de nuestros recursos tanto naturales e históricos.

2.3.2 Características del Teleférico y Vulcano Park de Quito.

Uno de los atractivos turísticos que se destaca al norte de la ciudad Quito exactamente en las faldas del Guagua Pichincha y donde especialmente niños y adolescentes asisten a visitarlo ya sea para disfrutar de juegos de diversión, admirar los hermosos contrastes de la naturaleza y la hermosa ciudad de Quito o simplemente visualizar uno de los ecosistemas del Paramo Andino es el Teleférico y Vulcano Park, los mismos que ofrecen una diversión que confluye con lo moderno y lo tradicional de la naturaleza.



Figura 4. Vista del teleférico.
Fuente: Observación Directa, 2015.
Elaboración: Edison Comina.

El Teleférico se construyó en las faldas del Rucu Pichincha y es considerado uno de los más altos del mundo con 4050 msnm, al subir al teleférico se podrá disfrutar de una vista panorámica de la ciudad con una duración de unos 10 minutos aproximadamente hasta subir a la cima, en donde encontraremos alternativas para la distracción como caminatas (Trekking), observación de algunas cadenas montañosas como es el Cotopaxi, Antisana, Rumiñahui y Cayambe, paseos a caballo, recorridos guiados, senderos ecológicos, sitios comerciales pequeños de artesanía, restaurantes, cafeterías; otro principal sitio de interés para estas etapas de desarrollo es el parque de diversiones Vulcano Park, Mondo Kart los

cuales se encuentra en la parte baja. Hay que tomar en consideración que los precios de los juegos del Vulcano Park varían en función de la temporada y promociones.



Figura 5. Vista Parte del Vulcano Park.

Fuente: Observación Directa, 2015.

Elaborado por: Edison Comina.

El Vulcano Park actualmente es un atractivo que posee una estructura para albergar 30000 visitantes por día, una de las razones por las cuales los adolescentes no concurren con una visita frecuente es por el alto costo de la utilización tanto de los juegos, go carts, teleférico y comida, lo cual conlleva a disminuir el grado de apreciación de este sitio y genera un poco de frustración al no poder utilizar todos los servicios debido al alto costo, pero tienen una buena imagen de este destino ya que obtienen diversión y sería excelente su apreciación si bajarán los costos, ya que el factor económico si influye para una visita constante y concurrida hacia este sitio. En cuanto a la etapa de la niñez por lo general van acompañados de sus padres o gente mayor y los primeros no perciben malestar por los costos de los servicios porque al final ellos no son los que pagan sino mas bien hay malestar por no hacerse todos los juegos, en cuanto a la inconformidad que manifiestan es que deberían aumentar los juegos y el tiempo de utilización sea mayor, pero para ellos este es un excelente sitio y cumple con sus expectativas de diversión y recreación.

Los precios para el uso del teleférico son: 4,99 adultos, 3,00 para niños, 2,25 tercera edad, fila express y turistas extranjeros 7,50; Parquadero 2,50 (Quitoadventure, 2015).

2.3.3. Museo del Agua Yaku.

Otro atractivo turístico que no solo enmarca diversión para los niños y adolescentes sino está enfocado al desarrollo de conocimientos y concientización mediante exposiciones lúdicas e interactivas sobre uno de los elementos vitales para el ser humano (agua) es el Museo del Agua Yaku.



Figura 6. Vista Museo del Agua.
Fuente: Observación Directa, 2015.
Elaboración: Edison Comina.

Es uno de los mejores y bien administrado atractivo de la ciudad y un ejemplo para que otros museos cambien su forma de exponer y presentar las exhibiciones, ya que por lo general estos atractivos se los utiliza para aprender y que mejor manera a través del juego, la interacción y participación especialmente para la niñez, adolescencia y adultos.

En este sitio se expone y se crea conciencia sobre el uso, manejo y valoración del agua, promueve la participación de las personas desde los más pequeños en el cuidado así como la interacción que tienen los seres humanos con el medio ambiente, por medio de formas interactivas que permiten el aprendizaje, concienciación y recreación.

De las opiniones, comentarios y observación experimental tanto de la adolescencia como de la niñez tienen una imagen buena y excelente después de la visita del atractivo, y esto se evidencia en la forma en cómo ponen atención, la diversión y sus sonrisas que manifiestan al hacer uso de este atractivo histórico.

En cuanto a los costos son admisibles \$ 3,00 Adultos, \$2,00 estudiantes desde los doce años, \$1,00 niños de 3 a 11 años y tercera edad (Quitoadventure, 2015).

Otros museos de importancia turística histórica para las edades adultas y turistas extranjeros, pero que tienen un menor grado de aceptación y poseen una imagen entre buena y mala para la adolescencia y niñez debido a la forma en cómo se presenta y expone la información y a la falta de espacios interactivos son: Alberto Mena Caamaño donde se exponen colección de figuras hechas en cera de los personajes más destacados de la revolución de 1809; de la ciudad donde se muestra la vida cotidiana de Quito desde sus inicios hasta la actualidad; Casa de Sucre donde se exhibe pinturas, armas, muebles, objetos relacionados con la vida de este personaje; Miguel de Santiago ubicado al interior del convento de San Agustín, se exhibe una amplia colección de arte colonial; de Arquitectura donde se muestran arquitectura de la ciudad de Quito; Manuela Sáenz donde se muestra documentos, objetos de la época colonial y bienes pertenecientes a esta valiente mujer; Arte Colonial en donde se exhibe artesanías, objetos coloniales, planos de la ciudad, colección de pinturas y esculturas; San Diego que exhibe lienzos y cuadros religiosos; Casa de la Cultura Ecuatoriana donde muestra una colección de arte ecuatoriano de la época republicana y contemporánea, obras de arte, trajes tradicionales, instrumentos musicales; Jacinto Jijón y Caamaño donde se encuentra arqueología Ecuatoriana, pinturas, objetos encontrados en Lima-Perú; De las Artes donde se puede observar arqueología de las etapas de la historia del país como vajillas, muebles, lámparas, miniaturas; Ciencias Naturales donde hay muestras completas sobre la flora y fauna del Ecuador; Fundación de Guayasamín donde hay representaciones de arte colonial, cuadros importantes de este personaje; Aeronáutico donde se exhiben aviones antiguos, maquetas, modelos de aviones de la fuerza aérea Ecuatoriana; Mitad del Mundo en el cual se exhibe etnografía del Ecuador, Quito en miniatura que es una maqueta con sus edificaciones; Intiñan en donde se expone la cosmovisión de las culturas ancestrales, calendario agrícola, reloj solar en un ambiente natural al aire libre.

2.3.4. El Panecillo

Uno de los miradores más destacados que brinda una hermosa vista de la estructura colonial de la Ciudad de Quito y ubicado en el centro de la ciudad permitiendo admirar las plazas, iglesias, y demás infraestructuras es el Panecillo.

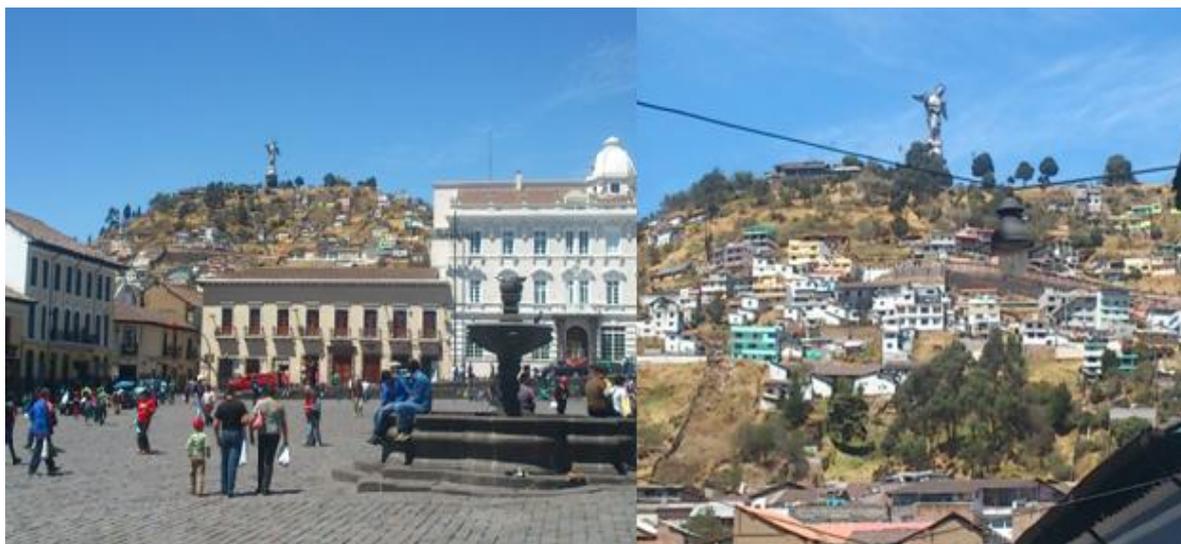


Figura 7. Monumento Virgen del Panecillo.

Fuente: Observación Directa, 2015.

Elaborado por: Edison Comina.

Es una loma de 3000 msnm situada entre el norte y sur de la ciudad, sobre la cual se encuentra una escultura de la virgen de Quito de 45m de alto (Zambrano, 2006); es un mirador natural donde se puede observar toda la ciudad de Quito, al interior de la escultura se encuentra un museo donde hay información que describe como se construyó esta escultura, además se encuentra comida tradicional, artesanías, pocas áreas de juegos para los niños; la imagen que la niñez y adolescencia manifiesta sobre este ícono turístico es buena, pero hay ciertos factores que deterioran la imagen de este destino como es el estado de las áreas de juegos y falta de los mismos, escalinatas que no se encuentra en muy buenas condiciones y otro factor para que no tengan una imagen excelente por parte de los adolescentes y en sí de la comunidad es la inseguridad que presenta, de allí la importancia de implementar planes de repotenciación del destino mejorando la infraestructura de escalinatas y calles, mantenimiento y aumento de espacios para la recreación de la niñez, realización de actividades ya sean deportivas, culturales, etc.

2.3.5. Parque Itchimbía.

En el lado Oriental del Centro Histórico de la Ciudad de Quito, se encuentra ubicado un espacio natural donde se realizan actividades recreativas y deportivas, y que en su interior cuenta con una infraestructura donde se hacen presentaciones culturales y educativas de las cuales pueden disfrutar niños y adolescentes.



Figura 8. Parque educativo y Centro Cultural Itchimbía.

Fuente: Observación Directa, 2015.

Elaboración: Edison Comina.

Se encuentra ubicado en el cerro Itchimbía, allí se encuentra una estructura conocida como el Palacio de Cristal donde se desarrollan continuamente eventos culturales, artísticos, sociales, actividades recreativas, exposiciones; el Parque dispone de zonas amplias al aire libre como canchas, juegos infantiles, senderos, paseos en bicicleta; es un sitio ideal para la distracción, recreación e interacción a través de los diferentes eventos sociales que se realizan, además de ofrecer una hermosa vista panorámica de la ciudad y de la cadena montañosa de los Andes. En cuanto a la apreciación de la niñez y adolescencia es muy buena debido a las características antes mencionadas, al buen mantenimiento y constantes eventos que se realizan.

2.3.6. La Ronda

Una parte que resalta en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito, donde se puede disfrutar de comida típica y un ambiente agradable rodeado de música y presentaciones artísticas es La Ronda.

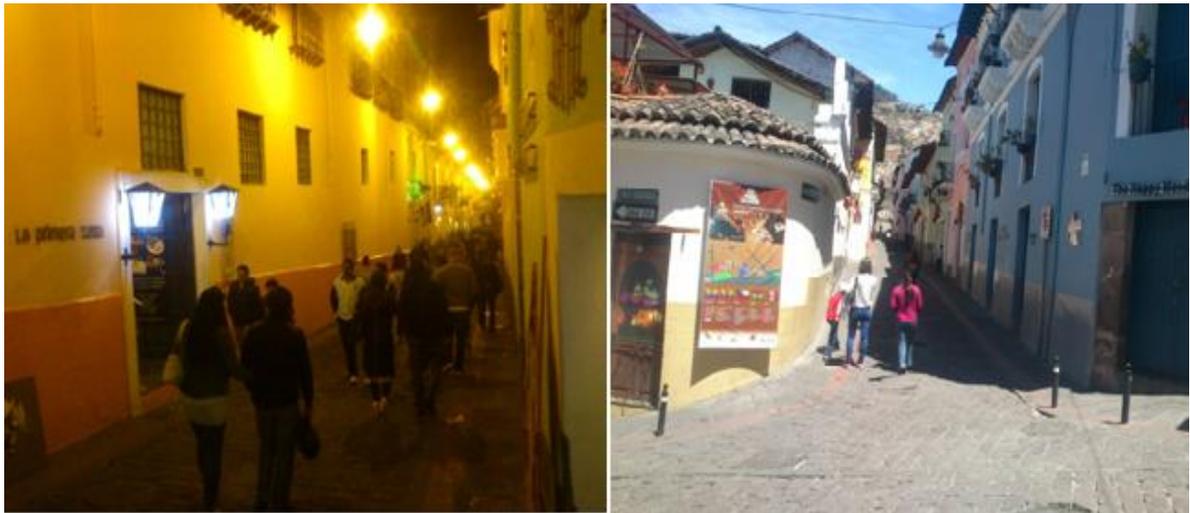


Figura 9. Barrio La Ronda.

Fuente: Observación Directa, 2015.

Elaborado por: Edison Comina.

Es un barrio tradicional de Quito, restaurado y recuperado para el turismo, es un atractivo ideal para la niñez y adolescencia ya que a lo largo de esta calle se realizan presentaciones artísticas, musicales, exposición de obras de arte, hay restaurantes, cafeterías y comida típica; sobre todo hay un espacio dedicado a rescatar los juegos tradicionales de la ciudad como es el trompo, yoyos, muñecos de madera, rayuela; ideal para el entretenimiento y una forma de diversión sana para los más pequeños y adolescentes; también se comercializa dulces tradicionales como las mistelas, colaciones, quesadillas; además se observan las edificaciones coloniales en un ambiente seguro, debido a la presencia de policías metropolitanos dentro del sitio; en tanto que en los alrededores del barrio hay que tomar las debidas precauciones ya que es evidente la presencia delincriminal a toda hora del día y de la noche. Mientras que en ciertas plazas tradicionales cercanas a este barrio como la plaza de Santo Domingo, la plaza del Teatro y la plaza 24 de Mayo, se observa la prostitución callejera a plena luz del día. Lamentablemente la delincuencia, drogadicción y la prostitución callejera son problemas que están presentes en el Centro Histórico de Quito.

2.3.7 Parque Metropolitano Guanguiltagua

Otro atractivo natural de la ciudad de Quito, muy visitado por niños y adolescentes donde a lo largo de sus senderos no solo se puede disfrutar de una aventura en contacto de la naturaleza sino descubrir a la vez la magia de la flora y fauna andina.



Figura 10. Parque Guanguiltagua.
Fuente: Observación Directa, 2015.
Elaboración: Edison Comina.

Este lugar tiene 557 has (Quitoadventure, 2015), es un espacio ideal para los más jóvenes donde se puede practicar turismo de aventura como el ciclismo de montaña a través de sus senderos, caminatas, canchas deportivas, observación de flora y fauna, camping, lugares para comer y hacer picnic; actividades que generan la recreación y fomentan el deporte y valoración por la naturaleza, importantes para un adecuado desarrollo físico y de convivencia para todas las etapas humanas; en cuanto a la valoración de este lugar turístico es muy buena, porque cumple con las expectativas del visitante y sobre todo permite un contacto cercano con el medio natural y a través de estas actividades le permiten al individuo relajarse por medio del deporte y la actividad física.

Otro espacio natural que posee similares características al del Parque Guanguiltagua tanto de servicios como de actividades y de cumplimiento de expectativas es el Parque Metropolitano del Sur con 720 has y considerado el más grande del Distrito donde se

observa la avenida de los volcanes, juegos infantiles, recorridos turístico ecológicos (Quitoadventure, 2015).

Otros parques metropolitanos de Quito y que estos grupos de desarrollo poseen una imagen buena son: Parque Metropolitano Las Cuadras, Parque Metropolitano Chilibulo, Parque Metropolitano Rumipamba, Parque Metropolitano Bicentenario, Parque Metropolitano Equinoccial, ruta Ecológica el Chaquiñán.

Todas estas actividades que se pueden desarrollar en estas áreas mejoran el bienestar físico y mental del ser humano en todas las etapas de su vida, de ahí la importancia que desde los hogares y centros educativos se fomente una cultura de visita frecuente a estos lugares, influyendo en los más pequeños para que no sea solamente considerado como una visita a un atractivo, sino el de concienciar sobre los beneficios que se obtienen y el de generar hábitos de comportamiento y actitudes positivas que ayudarán a una buena formación de su desarrollo como persona.

2.3.8. Parque Metropolitano La Carolina.

Otro parque que constituye un atractivo turístico de la ciudad de Quito caracterizado por su gran afluencia de personas, no solo por contar con espacios amplios para actividades deportivas sino por su ubicación estratégica en el nororiente de la ciudad y demás lugares que ofrecen diversión y conocimientos es el parque de la Carolina.



Figura 11. Parque Metropolitano La Carolina

Fuente: Observación Directa, 2015.

Elaborado por: Edison Comina.

El parque tiene un área de 67 has, dada su extensión y por encontrarse dentro de la urbe Quiteña es un excelente lugar para la distracción, esparcimiento, entretenimiento, diversión ya que cuenta con espacios para actividades deportivas como fútbol, basquetbol, tenis, vóley, rampas para bicicletas, pista de caminata, trote (Quitoadventure, 2015); pero hay que tomar en cuenta que actualmente necesita de mantenimiento estructural debido a que por el uso frecuente se deterioran los juegos infantiles así como la pista asfaltada de caminata.

Otros espacios que se encuentran en este sitio hermoso es el jardín botánico donde se puede conocer una variedad de orquídeas y especies de flora que habitan en los Andes Ecuatorianos.

Avión de fantasía donde los niños pueden disfrutar de actividades recreativas como: teatros, títeres y exposiciones.

Parque náutico donde se puede dar un paseo en bote o bicicleta de agua, tomando en cuenta que uno de los malestares por parte de la adolescencia es que los precios de alquiler de los botes son altos y el agua no es muy limpia, pero se vive una experiencia placentera.

Todas estas actividades van a permitir conocer e interpretar de mejor manera la realidad en la que se desarrolla el ser humano, al ser capaces de interactuar con el medio comienzan a crear conciencia y a sentirse identificados con los bienes que posee su ciudad.

Otros Parques que son concurridos por el grupo de estudio y muchas de las veces junto con sus familiares y dadas las características de servicio que poseen estos espacios son: El Parque La Alameda, EL Ejido, El Arbolito, Bicentenario.

2.3.9 Ciudad Mitad del Mundo

Al noroccidente de la Ciudad de Quito se levanta uno de los atractivos turísticos más conocidos a nivel nacional e internacional por representar la ubicación por donde el planeta tierra es dividido por la línea equinoccial.



Figura 12. Vista de La Mitad del Mundo.
Fuente: Observación Directa, 2015.
Elaboración: Edison Comina.

La Mitad del Mundo ubicada a 15 kilómetros al Norte de Quito, es un complejo turístico en el cual hay una construcción que es el monumento a la Mitad del Mundo, en la cima hay una esfera terráquea, en el interior de la infraestructura se encuentra el museo Antropológico y Etnográfico, donde se puede conocer más sobre la historia y los grupos étnicos del Ecuador (Zambrano, 2006), en su alrededor hay una ciudad colonial con lugares de interés como pequeñas callejuelas, casas entejadas, plaza central, la capilla, la plaza de toros, heladerías, cafeterías y restaurantes. En este lugar se realizan actividades que son del agrado para los más pequeños y adolescentes como las representaciones artísticas y folklóricas. Por lo general los fines de semana se presentan exposiciones de artesanías, galerías de arte, pintura y música.

Las características de infraestructura y las actividades recreativas que se realizan en este sitio, son factores de la realidad objetiva que contribuyen a la interpretación simbólica de estos grupos, formando una imagen favorable del lugar dado que estas actividades son de interés para estos grupos y van a satisfacer sus necesidades de ocio y recreación.

2.3.10 Parque Arqueológico Rumicucho

Uno de los lugares con gran riqueza histórica y que permite recrear con la imaginación momentos de la época incaica constituyéndose en un atractivo turístico ideal para aquellos niños y adolescentes que sienten inclinación por descubrir la historia del Ecuador.



Figura 13. Vista del Rumicucho.
Fuente: Observación Directa, 2015.
Elaboración: Edison Comina.

El Parque Arqueológico Rumicucho constituye un conjunto de ruinas arqueológicas de la época inca que les servía como fortaleza militar para defender el Tahuantinsuyo; este atractivo natural es poco conocido por parte de la juventud del Quito urbano, el desconocimiento del lugar se debe a la falta de publicidad, promoción e información por parte de diferentes sectores, uno de ellos son los centros educativos, que explican historia solo en libros y no hacen ninguna visita de campo, seguramente si las escuelas, colegios organizaran visitas a este tipo de atractivos, la forma de aprender la historia sería mucho más productiva e interesante para la juventud, se fortalecerían los conocimientos teóricos recibidos en las aulas y se crearía una concienciación y valoración de las riquezas históricas y naturales de nuestro país.

Entre las actividades que se pueden desarrollar y que ayudarán al proceso de construcción de la percepción de los individuos, en pro de descubrir cómo convivían nuestros antepasados se mencionan: apreciación de un profundo cañón al pie del monumento cavado

sobre el relleno volcánico local, hacia el norte puede verse la fosa del Puéllaro y el cañón más extendido del Guayllabamba (Zambrano, 2006).

Otros sitios turísticos que deberían ser visitados y conocidos por estas etapas de desarrollo para una formación académica de excelencia y concienciación del cuidado de nuestros recursos naturales turísticos son: Parque Arqueológico Cochasquí en la cual se levantan 15 pirámides y 21 montículos funerarios de la época preincaica, en donde alguna vez fue un sitio ceremonial, ritual y astronómico; Cerro Catequilla en donde su cima atraviesa exactamente la línea equinoccial, en ella hay una arquitectura arqueológica ceremonial de época inca en donde servía para ofrendar sacrificios humanos para fertilizar el suelo; Pambamarca; Quitoloma; Pesillo; San José de Alance; Pifo; El Quinche; todos con una riqueza arqueológica de épocas Preincaicas e Incas (Zambrano, 2006).

2.3.11. Parque Urbano Cumandá

Otro atractivo turístico con instalaciones nuevas y de gran acogida por niños y adolescentes por presentar diversas actividades recreativas y culturales es el Parque Urbano Cumandá.



Figura 14. Parque Urbano Cumandá.
Fuente: Observación Directa, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

Se encuentra localizado en el centro de la ciudad en donde era el antiguo terminal terrestre de Cumandá; es un moderno complejo en el que se conjugan el deporte, la cultura, y ofrece la posibilidad de desarrollar diferentes actividades en sus instalaciones: posee plazas exteriores, ágora verde, muro de escalada, ciclo vía, sendero para caminata o trote, cancha de fútbol, cancha cubierta de ecua-vóley, salas de exposiciones, áreas para niños, piscinas, baños de cajón, salas flexibles para baile terapia, aeróbicos y actividades físicas, gimnasio, tenis de mesa, área de ajedrez, auditorio, cafetería y locales comerciales. Los espacios de uso gratuito son la pista de bicicletas, de trote y caminata, así como la pared para escalar; para ocupar las zonas que son pagadas se tiene dos opciones: podrán pagar cada vez que visiten las áreas o adquirir una tarjeta prepago cuyo valor es de 5, 10 y 20 dólares, de acuerdo a la información que proporcionó uno de los colaboradores de la administración. Definitivamente este es un espacio que ofrece varias actividades recreativas para todas las etapas del desarrollo humano, en especial para los más pequeños que tanto necesitan de estos lugares, dado la tendencia adictiva hacia la tecnología y redes sociales que presenta la juventud actual.

2.3.12. Noroccidente de Quito.

La Ciudad de Quito se encuentra rodeada por paisajes naturales que son ideales para un paseo de fin de semana, que permiten gozar de un ambiente de tranquilidad y libre de la congestión vehicular y demás factores estresantes de la ciudad.



Figura 15. Parroquia de Nono.
Fuente: Observación Directa, 2015.
Elaboración: Edison Comina.

En este sector de la ciudad se encuentran las parroquias de Nanegalito, Nono, Nanegal y Gualea, caracterizados por sus atractivos naturales con una gran diversidad ecológica y microclimas que favorecen a la flora y fauna del lugar (Quitoadventure, 2015), así mismo se puede disfrutar de paisajes, bosque, cascadas, ríos, artesanías, gastronomía; son sitios importantes para fomentar y dar a conocer las maravillas que ofrece la naturaleza comenzado desde los más pequeños, así mismo se encuentran actividades eco turísticas para los más jóvenes, pesca deportiva, piscinas, deporte de aventura sobre los ríos y cascadas; todas son actividades que interrelacionan al ser humano con el medio ambiente y que servirán para crear el interés, concienciación y protección de nuestro patrimonio turístico.

Nono se ubica al norte de la ciudad de Quito, en las faldas del volcán Pichincha, es ideal para practicar el turismo ecológico y cultural ya que se pueden realizar deportes de aventura como el ciclismo, pesca deportiva, caminatas a través del Sendero del Relax y visita a la cascada Guagrapamba que desciende desde el Volcán Pichincha a 4794msnm (Zambrano, 2006) donde los visitantes pueden tomar un baño; Nono es un ambiente en el cual se conjuga la adrenalina con la tranquilidad de su población; aquí la niñez y adolescencia encuentra un espacio de esparcimiento natural, tranquilo, de relajación que contribuirán en el bienestar mental, físico y espiritual del individuo.

2.3.13. Lloa

Es la parroquia más extensa del Distrito Metropolitano de Quito, en donde se disfruta de paisajes hermosos, atractivos naturales, lugares turísticos y ecológicos, áreas de recreación y descanso, en definitiva son sitios ideales para la recreación física, espiritual y mental.



Figura 16. Lloa.

Fuente: Observación Directa, 2015.

Elaboración: Edison Comina.

En este lugar se podrá disfrutar de la variedad de su flora y fauna, propias de la región; se maravillará con la oportunidad de ascender al volcán Guagua Pichincha, que son algunas de las razones que posicionan a Lloa como un atractivo destino para el turismo, que además permite a sus visitantes realizar actividades deportivas como camping, cabalgata, escalada, pesca deportiva y ciclismo, a las que se agrega su variada y deliciosa gastronomía. Una de las formas para llegar a este atractivo es tomar un bus en el sector de la Mena dos al Sur de la ciudad con un tiempo promedio de 30 minutos.

A 13 km de Lloa se encuentran la cascada y aguas termales de Urauco que cuenta con dos piscinas de propiedades medicinales, servicios de duchas, restaurante, canchas deportivas, hay una ruta para visitar las cascadas naturales que se forman con los saltos del río Cachaco y un sitio para acampar cerca del lugar (MINTUR, 2014).

Estas aguas sulfurosas se caracterizan por relajar el cuerpo, hay senderos que se adentran en la montaña y finalizan en las cascadas; el uso de las instalaciones es de 2 dólares, que es un precio accesible para el turista local de clase media dado las características de las propiedades medicinales de estas aguas.

2.3.14. Cerro Ungui

Uno de los miradores más visitados por los jóvenes que les gusta la aventura y la naturaleza es el Cerro de Ungui, lugar que presenta una gran escenificación para deportes extremos o simplemente caminatas para admirar la fauna y flora exuberante.



Figura 17. Cerro Ungui.

Fuente: Observación Directa, 2015.

Elaboración: Edison Comina.

Se sitúa en un estribo del Volcán Rucu Pichincha, es un mirador natural y área protegida por lo que está prohibida la tala de árboles; se pueden realizar caminatas a través de los senderos, competencias de ciclismo, ciclismo de montaña (Downhill) en donde se realizan torneos desde los 5 años en adelante en diferentes categorías; en la temporada de vacaciones la cima del cerro es frecuentada por jóvenes y niños que llegan a acampar, pero lamentablemente hay que tomar las debidas precauciones ya que han habido casos de extraviados y la presencia de la delincuencia que amedrentan a estos grupos con armas

blancas con el fin de robar sus pertenencias, lo cual es un factor para que el visitante tienda a formarse una mala imagen del atractivo y lo peor que no vuelva a visitarlo.

2.3.15 CQB Paintball Field, Quito

Otro lugar muy destacado al occidente de la Ciudad de Quito para eliminar la adrenalina y practicar un deporte extremo de aventura al estilo de un entrenamiento militar es el CQB Paintball.



Figura 18. Escenario de Paintball.
Fuente: Observación Directa, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

El CQB Painball es una empresa dedicada a promover la actividad del paintball en la ciudad de Quito, se encuentra localizada a 500 metros de la Universidad Dos Hemisferios, sobre la Av. Occidental; este deporte extremo consiste en eliminar a los oponentes disparándoles cápsulas de pintura con una marcadora que funciona a base de aire; en este deporte se ponen en manifiesto todas las aptitudes intelectuales físicas y estratégicas; el precio es de 15 dólares por persona e incluye alquiler del equipo completo: chaleco, overol, máscara protectora, marcadora con 100 paintballs y utilización de cualquiera de los escenarios.

En esta actividad de aventura se encuentra restringido para los niños menores de 10 años debido a que es un deporte extremo y requiere de medidas de seguridad; es una forma de diversión, es emocionante y con mucha adrenalina, ideal para que los adolescentes la practiquen y aprovechen de los beneficios que genera esta actividad como es el trabajo en equipo, compañerismo, comunicación y sobre todo liberen toda esa energía que conlleva la etapa de la adolescencia.

En cuanto a la imagen que puedan formarse los adolescentes sobre este atractivo turístico va a estar determinado de cierta forma por el tipo de personalidad, preferencias y las consecuencias de experimentar esta actividad; ya que en algunos individuos pueden percibir la actividad como sinónimo de violencia y agresión; en otros hay una probabilidad de que no les pueda agrandar mucho debido a las consecuencias de recibir algunas heridas en partes sensibles del cuerpo que no se encuentran protegidas tales como las manos o piernas que resultarían en moretones con un leve dolor; en fin es un deporte extremo, emocionante, divertido e ideal para personas que buscan este tipo de actividades con un alto contenido de adrenalina.

2.3.16. Centros Comerciales

En la actualidad los lugares que más concentran a visitantes como los niños y adolescentes tanto por su cercanía, fácil accesibilidad y sobre todo actividades modernas de diversión (cine, patinaje, juegos, etc.) son los centros comerciales.



Figura 19. Centro Comercial Quicentro.
Fuente: Observación Directa, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

Estos centros se encuentran distribuidos estratégicamente en toda la ciudad de Quito, son ideales para el entretenimiento de todas las etapas del desarrollo humano, ya que cuentan con infraestructura adecuada para realizar diferentes actividades; en el caso de la niñez hay diversos locales que son orientados para su recreación ya que a los niños les gusta el juego; en los adolescentes van a satisfacer sus necesidades de ocio pero también psicológicas como la independencia y reconocimiento de sus iguales a través de la interacción, es un lugar para pasarla con sus amistades, se puede disfrutar de salas de cine, tiendas de juguetes, patio de comidas y presentaciones artísticas eventuales. Entre los Centros Comerciales más concurridos se tiene: Quicentro Norte, Quicentro Sur, San Luis, El Recreo, El Condado, CCI.

Entre algunos de los lugares de preferencia para la recreación de estos grupos se mencionan los siguientes: Play Zone, Mr. Joy, Pista de patinaje, etc.

2.3.17. Granja del Tío Mario

A pocos minutos de la ciudad de Quito, otro lugar que es la fascinación de los más pequeños y que permite realizar una interacción con animalitos propios de la fauna andina es la Granja del Tío Mario.



Figura 20. Granja del Tío Mario.
Fuente: Observación Directa, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

Es un espacio para que los pequeños se relacionen con el ambiente natural y los animales, en donde “los niños puedan vivenciar y aprender mediante la interacción, exploración, experimentación y observación todo lo referido al entorno natural, promoviendo así el juego, el aprendizaje y la participación de los mismos y sobre todo insistir en el amor y cuidado a la naturaleza que tanto necesita el ser humano” (Granja del Tío Mario, 2015).

Las instituciones educativas pueden encontrar en este lugar la oportunidad para que sus estudiantes logren un aprendizaje integral, y desarrollen destrezas múltiples en los niños a través del contacto directo con animales y plantas adquiriendo nuevas experiencias dentro de su proceso de aprendizaje; entre las destrezas que pueden desarrollar: familiarizarse con animales de la granja y plantas, identificarlos, conocer sus características, establecer semejanzas y diferencias entre los tipos de animales y plantas, observar el crecimiento de una planta, jugar, valorar y disfrutar.

Costos: \$ 4.50 + IVA, \$ 2.50 padres de familia; visita mas refrigerio \$6.50 por niño, visitas con trabajo de campo \$ 6.50. Se ubica en Pomasqui en el barrio Santa Rosa (Granja del Tío Mario, 2015).

2.3.18. Zoológico de Guayllabamba

Uno de los lugares que permite la oportunidad de interactuar con la fauna de las diferentes regiones del Ecuador, además de adquirir conocimientos acerca de especies de animales exóticas a través de la observación directa es el Zoológico de Guayllabamba.



Figura 21. Exposiciones de los escenarios del Zoológico.

Fuente: Observación Directa, 2015.

Elaborado por: Edison Comina.

El Zoológico se ubica en el valle de Guayllbamba, localizado en la afueras de la Urbe Quiteña con un tiempo aproximado de 45 minutos. Tiene la mayor fauna del país y los animales provienen de otros zoológicos como era el Amazonas y en muchos casos son rescatados por tenerlos en lugares que no son su hábitat natural.

El atractivo tiene diferentes escenarios para conocer y aprender de forma práctica con estos animalitos; hay que tomar en cuenta que hay ciertas áreas en donde el visitante puede interactuar con animales domésticos y de granja, lo cual es ideal para los más pequeños y es una forma de concienciar sobre el respeto que se debe tener a la naturaleza y toda forma de vida.

En cuanto a los costos de entrada se los obtuvo de la página del zoológico; pero hay que tener en consideración la temporada en la que se decide visitar el lugar debido a que los precios de entrada tienden a variar; es así que en temporada de vacaciones los precios son más elevados por ejemplo la entrada para adultos tiene un costo de 6,50 así como las entradas para los otros grupos presentaban un incremento; en cierta forma esto representa un costo elevado para una clase media.

Costo de ingreso: Niños (3 a 11 años): \$3,00; Estudiantes secundarios y universitarios con carné \$3,50; Adultos: \$4,50; Tercera edad: \$2,00; Niños menores de 3 años y discapacitados no pagan entrada. (Quitozoo.org, 2015)

Grupos de escuelas: Niños escuelas fiscales (3 a 11 años): \$2,00; Niños escuelas particulares (3 a 11 años): \$3,00 (Quitozoo.org, 2015)

CAPITULO III

COMPOSICIÓN DEL ESTRATO SOCIAL MEDIO DE NIÑOS Y ADOLESCENTES EN LA CIUDAD DE QUITO

3.1. Estratificación social

3.1.1. Concepto

Giddens (2000) define a la estratificación social como “las desigualdades estructuradas entre distintos agrupamientos de individuos”, este concepto se basa principalmente en las desigualdades económicas y de posesión de los bienes que tienen las personas, ubicando a los grupos privilegiados en la cima y a los menos privilegiados en la base.

Para Errandonea (1998) “la estratificación es la subdivisión de la estructura social en estratos o capas jerárquicamente superpuestos”.

De acuerdo a estos conceptos, la estratificación social es la división de la sociedad en estructuras, determinado por la desigualdad en la distribución y acceso a ciertos tipos de recursos y estilos de vida diferentes; esta desigualdad reflejará qué productos o servicios se pueden consumir.

3.1.2. Tipos de estratificación social

En la actualidad hay tres tipos de estratificación social: clase alta, clase media, clase baja; las personas que pertenecen a cada clase se determinan en función del poder adquisitivo y posibilidades económicas que posee. Esta información ayuda mucho en las estrategias de marketing debido a que se puede identificar que estrato consume cierto producto o servicio.

Cada sociedad tiene una manera de estructurar las clases sociales lo cual no sólo depende de su origen o contenido sino de las relaciones sociales, es decir por la forma en que quienes la integran interactúan en cierto medio y coyuntura. En toda la sociedad los aspectos y circunstancias diferentes van a influir en la configuración de las orientaciones, valores, comportamiento y psicología de sus clases. (Vinueza, 2008)

Al hablar de clase baja se hace referencia a la familia que vive en situaciones de inferioridad económica y social, generalmente sumergidos en la pobreza, con salarios mínimos de subsistencia; este grupo social va a estar condicionado por visitas a atractivos turísticos de gasto económico mínimo o nulo.

A la clase media pertenecen la mayoría de personas, situadas en un nivel socioeconómico medio, los cuales comprenden los pequeños industriales y comerciantes, artesanos, asalariados y funcionarios medios.

Clase alta es la conformada por una minoría de personas, generalmente familias descendientes de personajes destacados en el mundo de la industria, comercio, política,

etc; los hijos de los miembros de la clase alta asisten a colegios y atractivos relativamente caros y sus estudios universitarios lo suelen hacer en el exterior.

3.2. Estratificación social media de Quito.

Por medio de los resultados obtenidos por la encuesta de estratificación socioeconómica realizada por el INEC a las ciudades principales del Ecuador, se ha podido dar a conocer que en la mayoría de los habitantes tienen un nivel socioeconómico de clase media baja 49,3% de los hogares y según Banco Mundial (2011) clasifica al Ecuador en un estrato medio.

Hay que tomar en cuenta que en la capital de acuerdo a los estudios la población es de clase media, pero si se enfoca en las desigualdades internas del espacio de la ciudad, las diferencias pueden ser relevantes ya que en barrios como el Batán, la Carolina y otros similares en el norte de la ciudad, la pobreza se encuentra bajo el 2 %; en Pisulí, y otros al sur, en Guamaní y Turubamba, se encuentran valores cercanos al 95 % de pobreza, en general tanto en el extremo sur como en las partes altas hay mayor concentración de gente pobre; mientras que en la parte centro y norte de la ciudad se concentra la gente con ingresos socioeconómicos medios (Larrea, Larrea, & Andrade, 2010).

Según el índice de necesidades básicas insatisfechas (NBI) las parroquias con el mayor índice de pobreza en hogares de 48% a 76% son las de Nono, Lloa, San José de Minas, Atahualpa y Puéllaro, parroquias orientales de la zona del nuevo Aeropuerto (excepto Puembo), junto con la Merced, Píntag, Guangopolo y Amaguaña con un porcentaje de familias con NBI de entre 24% y 48%; en contraste las parroquias urbanas y algunas periféricas a las urbanas tienen un menor porcentaje de familias pobres bajo el 24%, lo cual se evidencia la inequidad entre las áreas urbanas y las rurales especialmente las más distantes de la concentración urbana. (Quito, 2012)

En la zona norte de Quito desde la Av. Patria hasta el área del Bicentenario se ubican las clases socioeconómicas medio alto y alto, en los alrededores se extiende la clase media hasta el Quito Tennis y Golf Club, mientras que en los alrededores se ubican las clases medio bajo y bajo.

La clase media se localiza desde la Av. Patria, extendiéndose por la Oriental y la Av. Universitaria por el Centro y se extiende hacia el Sur hasta Turubamba, Unión Popular, Carchense y San Bartolo; desde esta zona se expande el estrato socioeconómico medio bajo; mientras que el estrato socioeconómico medio bajo ocupa la zona periférica y laderas de Quito.

Conociendo estos antecedentes se determina que la población de Quito en general puede tener acceso a los distintos atractivos turísticos de la ciudad, pero tomando en cuenta que los sectores donde se concentra la pobreza tendrán ciertas limitaciones al uso de ciertos atractivos, como por ejemplo el parque de diversiones vulcano Park, tener un viaje por el tren del Ecuador, teleférico de Quito entre otros; que tienen un costo relativamente alto por lo cual resultaría imposible que los niños y adolescentes que pertenecen a este grupo social hagan uso de estos destinos.

Lo ideal para que toda la población haga uso de todos nuestros atractivos es que se planteen descuentos o inclusive la gratuidad hacia estos grupos vulnerables, ya sea por medio de las instituciones educativas fiscales en donde estudian o por la residencia del sector donde habitan que como se mencionó anteriormente estos grupos se localizan en el extremo sur y partes altas de la ciudad.

En cuanto a los Ingresos y Gastos en Hogares Urbanos y Rurales 2011-2012 (ENIGHUR) realizada a 39.617 hogares urbanos y rurales en las 24 provincias del país muestra la estructura de los ingresos y gastos de los ecuatorianos. Según la encuesta, el 58,8% de la población ecuatoriana tiene capacidad de ahorro, mientras el 41,1% registra mayores gastos que ingresos. El ingreso total promedio mensual en Ecuador es de 892,9 dólares frente a 809,6 dólares de gasto promedio mensual. En el área urbana el ingreso promedio es de 1.046,3 dólares y su gasto es de 943,2 dólares, mientras en el área rural el ingreso es de 567,1 dólares en comparación a un gasto de 526,2 dólares. (INEC, 2011).

3.3. Estratificación social según la última encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Hay que señalar que entre la encuesta de estratificación y un estudio de marketing y poder de consumo existen diferencias en los porcentajes de clasificación de las clases; esto es debido a que en la encuesta de estratificación se utilizaron diferentes variables para clasificar a la población en donde el nivel de educación del jefe del hogar, tipo de trabajo son las que más puntaje se les asigna para determinar su nivel socioeconómico; por ende el objetivo de la estratificación es dar a conocer de que son distintos unos hogares que tienen un ingreso similar, según (INEC, 2011).

Los parámetros que se tomaron en consideración para clasificar los estratos se les asignaron determinados porcentajes ya que unos son más representativos que otros: Dimensión Vivienda (24%), Dimensión Educación (17%), Dimensión Económica (17%), Dimensión Bienes (16%), Dimensión Tecnología (16%), Dimensión Hábitos de consumo (10%).

Dentro de estas cinco categorías de estratificación en la clase A se encuentran (altos), B (Medio alto), C+ (Medio típico), C- (Medio bajo), D (Bajo). (INEC, 2011).

A continuación se hace mención a los estratos que representan a los grupos medios altos, medios y bajos.

3.3.1. El estrato B (Medio alto) representa el 11,2% de la población.

Características de las viviendas

- En el 46% de los hogares, el material predominante del piso de la vivienda es de duela, parquet, tablón o piso flotante.
- En promedio tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- El 97% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- El 99% de los hogares cuenta con refrigeradora.
- Más del 80% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio los hogares tienen dos televisiones a color.
- En promedio los hogares tienen un vehículo de uso exclusivo para el hogar.

Tecnología

- El 81% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet y computadora de escritorio.
- El 50% de los hogares tiene computadora portátil.
- En promedio disponen de tres celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- Las personas de estos hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 98% de los hogares utiliza internet.
- El 90% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)

- El 76% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 69% de los hogares de este nivel han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción superior.

Economía

- El 26% de los jefes de hogar del nivel B se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.
- El 92% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 47% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización; seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida (INEC, 2011).

3.3.2. El estrato C+ (Medio típico) representa el 22,8% de la población.

Características de las viviendas

- El material predominante del piso de estas viviendas son de cerámica, baldosa, vinil o marmetón.
- En promedio tienen un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- El 83% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- El 96% de los hogares tiene refrigeradora.
- Más del 67% de los hogares tiene cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio tienen dos televisiones a color.

Tecnología

- El 39% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet.

- El 62% de los hogares tiene computadora de escritorio
- El 21% de los hogares tiene computadora portátil.
- En promedio disponen de dos celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- El 38% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 90% de los hogares utiliza internet.
- El 77% de los hogares tiene correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 63% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 46% de los hogares ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación.

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de secundaria completa.

Economía.

- Los jefes de hogar del nivel C+ se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.
- El 77% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 20% de los hogares cuenta con seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros Municipales y de Consejos Provinciales (INEC, 2011).

3.3.3. El estrato C- (Medio bajo) representa el 49,3% de la población.

Características de las viviendas.

- El material predominante del piso de estas viviendas son ladrillo o cemento.
- En promedio tienen un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes.

- El 52% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.

- Más del 84% tiene refrigeradora y cocina con horno.
- Menos del 48% tiene lavadora, equipo de sonido o mini componente.
- En promedio tienen una televisión a color.

Tecnología.

- El 11% de hogares tiene computadora de escritorio.
- En promedio disponen de dos celulares en el hogar.

Hábitos de consumo.

- El 14% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 43% de los hogares utiliza internet.
- El 25% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 19% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 22% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación.

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de primaria completa.

Economía.

- Los jefes de hogar del nivel C- se desempeñan como trabajadores de los servicios y comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.
- El 48% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 6% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida (INEC, 2011).

3.4. Nivel socioeconómico en la ciudad de Quito

De acuerdo a un estudio de mercado desarrollado por la empresa Metropolitana Quito Turismo, se evidencia el nivel socioeconómico medio (NSE) de esta ciudad mediante el siguiente cuadro (Quito Turismo, 2010).

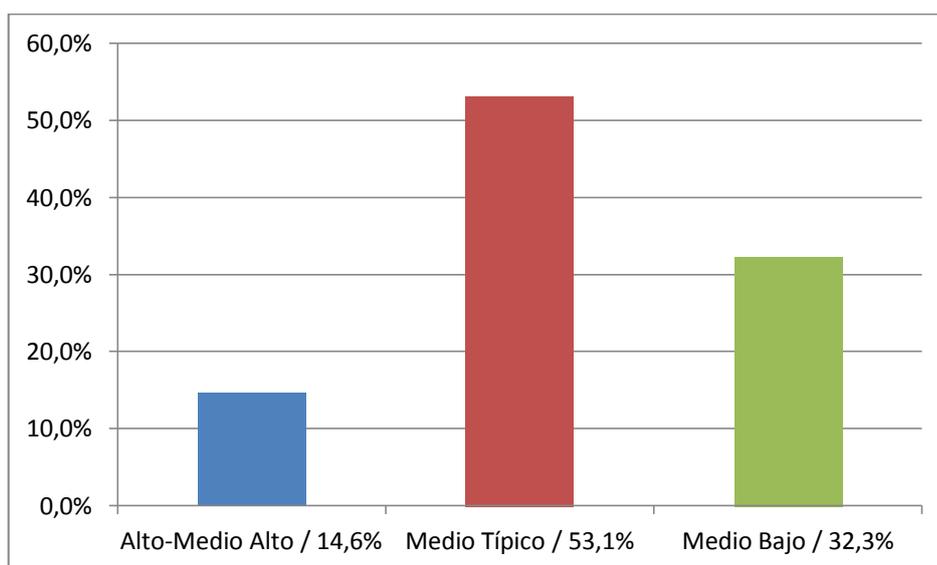


Figura 22. Gráfico Nivel Socioeconómico.
Fuente: Informe Quito turismo, 2010
Elaborado por: Edison Comina

En el gráfico se evidencia que el rango medio alto lo componen 14,6% los cuales tienen una posición segura, algunas posiciones de lujo y satisfacen sus necesidades básicas; la mayoría de personas de la ciudad de Quito se encuentran en el rango medio típico con el 53,1% los cuales satisfacen la mayoría de sus necesidades básicas; el 32,3% representa el medio bajo los cuales tienen dificultades y requieren de esfuerzo para cubrir sus necesidades básicas.

3.4.1. Ingreso mensual aproximado

Para determinar el ingreso mensual de los quiteños y de esta manera conocer la cantidad de dinero promedio que ganan, se tomaron datos de una muestra de 700 personas que lo realizó la Empresa Metropolitana Quito Turismo (Quito Turismo, 2010).

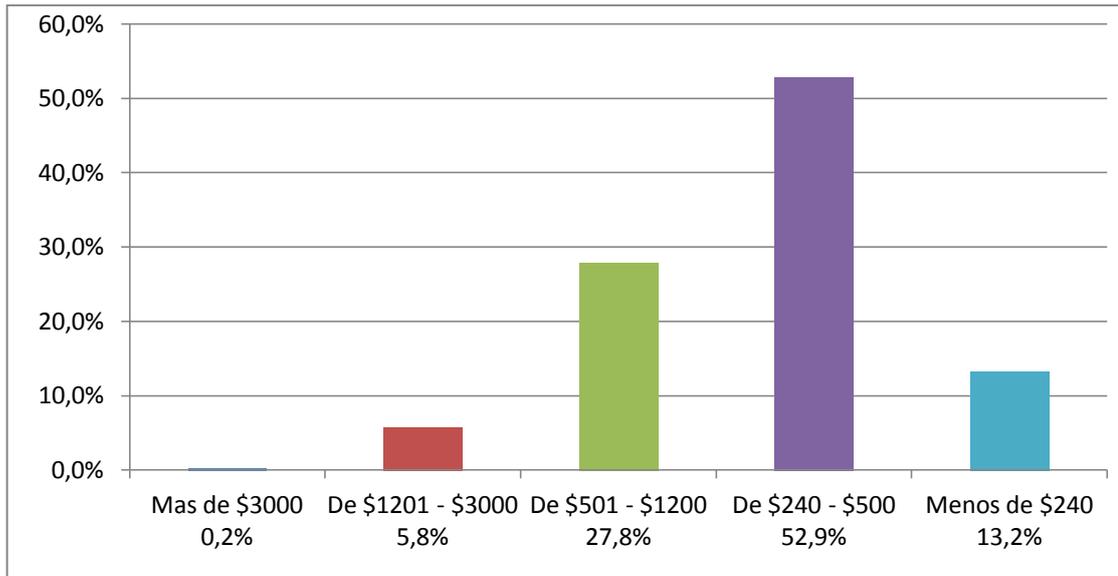


Figura 23. Gráfico Ingreso Mensual Aproximado.

Fuente: Informe Quito turismo, 2010

Elaborado por: Edison Comina

Del gráfico representado se puede observar que una población mínima recibe un ingreso de más de \$3000 mensuales; el 5,8% percibe un ingreso comprendido en un rango entre los \$1201 a \$3000 dólares; el 13,2 % recibe ingresos menores a \$240, en este nivel se encuentran la clase baja ya que ni siquiera perciben ingresos para cubrir la canasta básica de \$653,21; mientras que el 27,8 % reciben ingresos de \$501 a \$1200; la mayoría de personas representadas con el 52,9% reciben ingresos que comprenden los \$240 a \$500 dólares. De las cifras obtenidas se evidencia que la mayoría de personas de la ciudad de Quito son de clase media.

3.4.2. Gastos en turismo

Ahora se da a conocer los gastos promedios anuales que las familias realizan en turismo, de esta manera se conoce cuánto es lo que una familia promedio invierte en turismo anualmente y así determinar si es posible hacer un turismo permanente local (Quito Turismo, 2010).

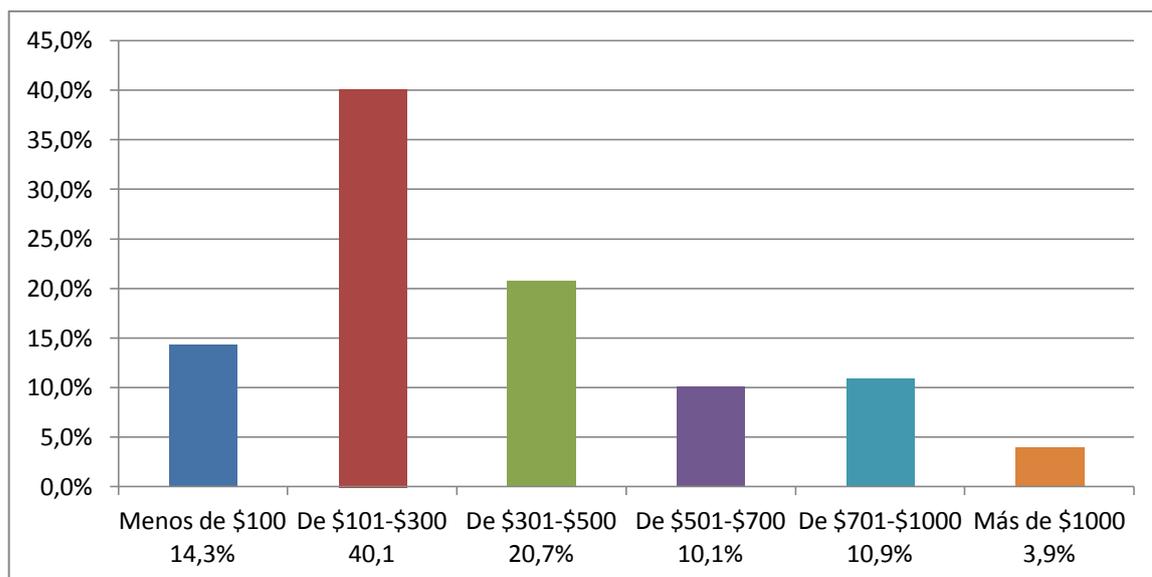


Figura 24. Gráfico Gasto Familiar Anual Aproximado en Turismo.

Fuente: Informe Quito turismo, 2010

Elaborado por: Edison Comina

A continuación se va a realizar una relación del gasto familiar semanal para conocer cuánto es lo que gasta una familia en turismo y así establecer si es factible que las familias de estrato medio pueden cubrir gastos para realizar un turismo permanente cada fin de semana.

La mayoría de familias que corresponde al 40,1% gastan en turismo anualmente entre \$101 a \$300 dólares, una media sería \$200,5 que dividido para 48 semanas da un resultado de \$4,17, con este resultado este grupo de personas podrían visitar atractivos que no requieran costo de entrada como Iglesias y parques: La Carolina, Metropolitanos, El Ejido, etc.

El siguiente grupo corresponde al 20,7% que realizan gastos con una media de \$400,5 anual y con un gasto semanal de \$8,34; con esta cantidad de gastos este porcentaje de familias podrían elegir por visitar atractivos como: Centro Histórico, Museos, Parques y ciertos miradores que no sobrepasen los gastos previstos, en este caso quedaría excepto el mirador del teleférico ya que su costo por persona es elevado \$4,50 por adulto y \$3,00 para niños.

El 14,3% de familias tienen gastos promedios anuales menores a \$100 y semanales de \$2,08 con lo cual podrían visitar atractivos como: Parques, Iglesias, miradores naturales, exposiciones gratuitas; dado que con esta cantidad de dinero alcanzaría para costear los gastos de transporte público.

El 10,9% de las familias gastan en promedio \$850,5 anualmente y \$17,72 semanalmente por lo cual este grupo podría visitar museos, miradores, alrededores de la ciudad y uso de servicios de gastronomía local.

El 10,1% de familias gastan semanalmente \$12,51 este grupo podría visitar lugares turísticos antes mencionados.

Apenas el 3,9% gastan anualmente en turismo más de \$1000 y semanalmente \$20,83 dando como opciones visitar atractivos como el Zoológico de Guayllabamba, Mitad del Mundo y si realiza un ahorro al final del mes podría utilizar los servicios del tren crucero siempre y cuando el mismo no se encuentre en una temporada de elevada demanda ya que los precios suben.

Definitivamente al analizar estos resultados es evidente que el factor económico en cierta forma es una limitante para visitar ciertos Atractivos turísticos y peor aún convertir al turismo en una actividad permanente, ya que como se describió anteriormente la visita hacia algunos lugares es elevado para una clase media típica y media baja.

CAPITULO IV

IMAGEN PERCIBIDA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE QUITO

4.1. Importancia de la imagen que proyecta un destino turístico

La imagen que proyecta un destino turístico va a contribuir para la toma de decisiones por parte del usuario para la elección de visitarlo o no, esto abarca la infraestructura, servicios, productos, todos aquellos elementos que conforman el destino turístico, de ahí la importancia de mejorar y repotenciar los servicios ofertados continuamente. Con el tiempo la infraestructura de los destinos se deterioran o en ciertas ocasiones sufren daños causados por los propios consumidores por lo cual es necesario repararlos de inmediato; también es importante adecuar espacios de recreación para nuestra población de estudio, que es la niñez y adolescencia, en el caso de ciertos atractivos que no cuentan con estos espacios; lo adecuado es conseguir que todos los potenciales consumidores satisfagan sus expectativas y necesidades de todas las etapas del desarrollo humano, porque en muchas de las ocasiones la decisión de visitar atractivos también va a depender de la opinión de los demás integrantes del grupo primario que es la familia y en el caso de los adolescentes que tienden a visitar atractivos en grupos secundarios; en todos los casos la decisión va a estar condicionada por la aprobación de la mayoría de los miembros en el caso de una visita en grupo ya sea primario o secundario.

Otro elemento importante en la formación de una imagen positiva o negativa de un destino, es el lugar en donde éstos se ubican, la ciudad de Quito actualmente en su mayor parte espacial se encuentre bien cuidada, pero un problema grave y que es un factor negativo en la construcción de una imagen es la congestión vehicular y contaminación que se deriva de este problema, es un malestar porque dificulta el tiempo para llegar a los diferentes destinos que tiene esta ciudad.

Una imagen positiva de los destinos contribuye a fomentar y crear una identidad con características, valores, creencias propias del individuo que resulta esencial en el desarrollo de estas etapas de vida del ser humano, los niños y adolescentes al vivir e interactuar en una ciudad limpia, organizada, con atractivos históricos y naturales únicos contribuye a crear una identidad nacional, se va a sentir identificado con su ciudad; su autoestima mejora al tener reconocimiento, respeto y estimación de otro individuos; de allí la importancia de mejorar los servicios de los atractivos, para que la ciudad siga recibiendo reconocimientos y premios como una ciudad turística por excelencia.

4.2. Imagen percibida de la visita a atractivos turísticos en niños y adolescentes: Análisis de aplicación de las encuestas

La encuesta aplicada estuvo conformada por 10 preguntas, las cuales fueron de opción múltiple pero las dos últimas también tuvieron un espacio para que el encuestado pueda expresar su opinión sobre la imagen que proyectan los atractivos turísticos y para conocer si estos grupos se sienten identificados con los atractivos turísticos de la ciudad; el modelo de la encuesta se adjunta en el anexo 1.

Las edades que se tomaron en cuenta para la aplicación de la encuesta son desde los 7 a 17 años de edad, ya que la etapa de la niñez se sitúa entre los seis o siete a doce años de edad, en cambio en la adolescencia inicia aproximadamente a los doce años y culmina a los 17 años.

El lugar donde se aplicaron las encuestas fueron en instituciones educativas de primaria y secundaria en su mayoría públicas, tomando en consideración que la mayoría de sus estudiantes pertenecen a un rango de clase media, estas instituciones son: El Rincón del Saber, San Andrés de Quitumbe, Aída Gallegos, Colegio Arturo Borja, Primicias de Quitumbe, Consejo Provincial, Colegio Simón Bolívar, Unidad Educativa Tumbaco, Colegio Spellman, Liceo los Álamos. Se justifica la elección de estas instituciones porque prácticamente todos los alumnados cumplen con las características de la población objeto de estudio.

Tabla 1. Población de Quito de 7 a 17 años de edad.

BASE DE DATOS			
CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010			
EDAD	HOMBRE	MUJER	TOTAL
7	21879	20932	42811
8	21484	21228	42712
9	20822	20691	41513
10	22069	21229	43298
11	20579	20118	40697
12	20628	10555	31183
13	20292	29111	49403
14	20695	20307	41002
15	19669	19587	39256
16	20169	19500	39669
17	20974	20903	41877
TOTAL			453421

Fuente: Base de Datos del INEC, 2010
 Elaborado por: Edison Comina

La población de la niñez y adolescencia comprendida entre los 7 a 17 años según el último censo del INEC 2010 es de 453421 personas, pero de este número se debe determinar a la clase media que corresponde al 83,3% según el INEC 2010. Entonces la población de niños y adolescentes de 7 a 17 años que pertenecen a la clase media baja, típica y alta es de 377700 personas; este resultado se obtiene mediante la operación de regla de tres en base a las 453421 personas.

Para conocer la muestra de la población se aplicó la siguiente fórmula estadística:

n: Muestra

m: Población

e^2 : error máximo admisible

$$n = \frac{m}{e^2 (m - 1) + 1}$$

$$n = \frac{377700}{0,5^2 (377700 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{377700}{0,0025 (377700 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{377700}{944,25 + 1}$$

$$n = 400$$

4.3 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis del tema desarrollado se planteó una encuesta (ver anexo 1), la misma que estuvo conformada por 10 preguntas (8 cerradas y 2 abiertas) interrelacionadas y enfocadas desde diferentes ámbitos a la percepción de la imagen obtenida de cada uno de los lugares turísticos de la ciudad de Quito, que fueron visitados por los encuestados. Es así que a partir de esto se desarrolla la tabulación y el análisis de los resultados de la encuesta aplicada, así como también la representación gráfica en porcentajes para poder interpretar y comparar resultados de cada pregunta de manera clara; las diez preguntas permiten conocer elementos que intervienen en el proceso de la imagen que se forma en la niñez y adolescencia sobre los atractivos de la ciudad, también se conoce los resultados de los objetivos planteados en la investigación.

A continuación se presenta el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas.

1) ¿Visita con frecuencia los diferentes atractivos que posee la ciudad (parajes naturales, lugares históricos, balnearios, parques temáticos, centros de diversión, etc.?)

Tabla 2. Visita a los Atractivos turísticos.

Opciones	N° Respuestas	Porcentajes
Siempre	50	12,5%
A veces	235	58,8%
Rara vez	103	25,8%
Nunca	12	3%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

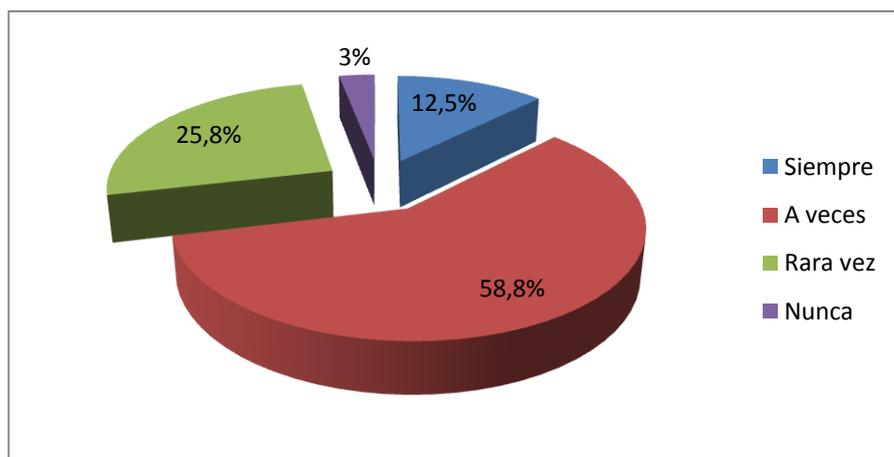


Figura 25. Visita a los Atractivos turísticos.

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

El 12,5% de la niñez y adolescencia visitan con frecuencia los atractivos turísticos, es una cifra baja, lo que refleja la necesidad de implementar planes de mejoramiento, innovación, promoción e incentivos para visitar estos sitios, tomando en consideración que en la etapa de la niñez la visita a los atractivos turísticos la realizan en compañía de sus padres.

El 58,8% de la niñez y adolescencia que fueron encuestados y que representan la mayoría afirmaron a veces visitan los diferentes atractivos que posee la ciudad de Quito; lo cual

evidencia que no hay una permanente visita de los destinos y es comprensible ya que como se ha estudiado algunos de estos destinos son un poco caros en costos y esto es una limitación para la clase media adolescente y mucho peor para la clase baja, y otro factor es el tiempo en la llegada a los destinos naturales de aventura ya que en promedio toma unos 50 minutos, sin tomar en consideración el congestionamiento vehicular que si se viaja entre semana este tiempo se duplica.

El 25,8% manifestaron que rara vez visitan los atractivos turísticos de Quito, es una cifra que demuestra que no hay una cultura turística fortalecida tanto en las familias como en los adolescentes y niños, a pesar de que la ciudad es un destino líder de turismo en Sudamérica, todavía hay población local que no hace frecuente uso de estos sitios para la recreación.

El 3% es la cifra más baja, pero la más alarmante ya que transformado en números aproximadamente 11331 adolescentes y niños de estrato social medio, nunca visitan atractivos turísticos de su ciudad, esto evidencia que hay otros factores que intervienen para que no se pueda realizar una visita de estos lugares, entre ellos se mencionan: falta de una cultura turística en la familia; la tecnología por medio del uso descontrolado de redes sociales, juegos; desconocimiento de todos los lugares turísticos, problema familiares, sociales.

2) ¿Cuándo usted visita algún atractivo turístico de la ciudad, se cumplen sus expectativas de diversión y recreación?

Tabla 3. Expectativas de Diversión y Recreación.

Opciones	N° Respuestas	Porcentajes
Siempre	118	29,5%
A veces	212	53%
Rara vez	59	14,8%
Nunca	11	2,8%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

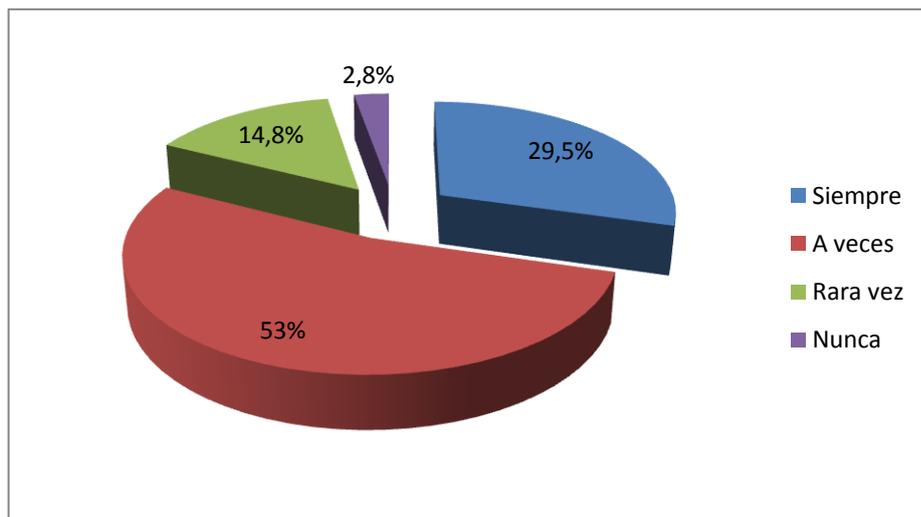


Figura 26. Expectativas de Diversión y Recreación.
 Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
 Elaborado por: Edison Comina.

El 53% manifestaron que al visitar atractivos turísticos de la ciudad a veces se cumplen sus expectativas de diversión y recreación, mientras que el 29,5% eligieron que siempre, lo cual refleja que la mayoría de personas se sienten satisfechas y se cumplen sus expectativas una vez hecha su visita.

El 14,8% rara vez lograron satisfacer sus expectativas, uno de los factores para este descontento es debido a la exagerada promoción del destino, creando en el visitante falsas expectativas ejemplo de ello es el Parque Bicentenario que ofrece muchos espacios para la recreación pero cuando se lo visita no han hecho mayor cambio luce igual a lo que era el antiguo Aeropuerto con sus pistas de aterrizaje deterioradas, solamente hay pocos juegos para niños y unas 6 canchas para el fútbol y básquet, en realidad es decepcionante la visita a este lugar, ojala que con el tiempo lo construyan en un verdadero parque metropolitano para la distracción que estos grupos necesitan para un buen desarrollo físico, psicológico, social..

El 2,8% no lograron satisfacer sus expectativas de diversión, como consecuencia formarán una imagen negativa de los destinos turísticos.

3) ¿Cuándo visita un atractivo de la ciudad de Quito, siente que fue bien atendido por parte del personal que labora en estos sitios?

Tabla 4. Atención Recibida.

Opciones	N° Respuestas	Porcentajes
Siempre	131	32,8%
A veces	195	48,8%
Rara vez	60	15%
Nunca	14	3,5%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

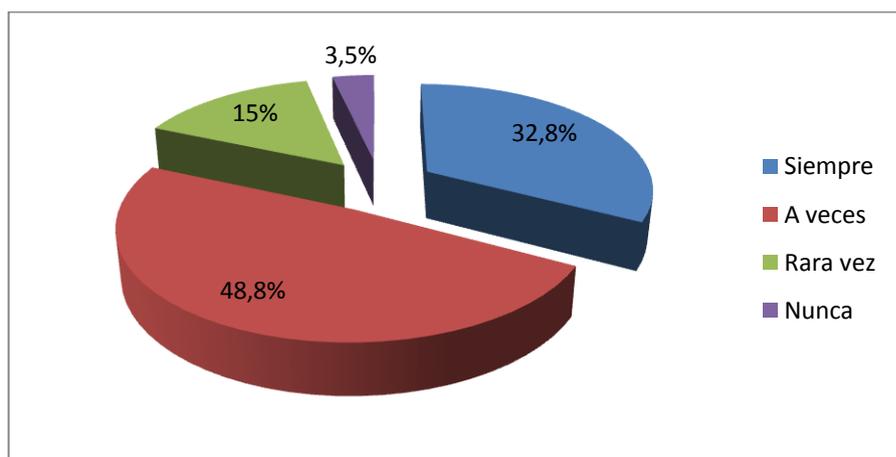


Figura 27. Atención Recibida.

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

El 32,8% de la muestra sintieron que siempre fueron bien atendidos por parte del personal que trabaja en los diferentes sitios turísticos; mientras que el 48,8% también muestra un grado de conformidad aceptable en su interacción con las personas que ofrecen los servicios.

En tanto que un 15 % de la muestra manifestaron inconformidad con relación a la atención recibida, lo cual es una cifra relativamente alta. Es importante mencionar que el grupo de los niños por su condición y sus características propias de su desarrollo, tienden a estar la mayor parte del tiempo activos e inquietos por ende hay que tenerles paciencia y sobre todo

que el personal laboral sepa manejar la situación, en especial si se encuentran en un destino turístico de tipo Histórico-Cultural.

El 3,5% manifestaron haber recibido una mala atención, lo cual es un factor para que en este grupo formen en su experiencia vivida una deficiente imagen de los destinos turísticos; de allí la importancia de implementar o mejorar planes de capacitación y motivación al personal que laboran en estos sitios.

4) ¿La infraestructura, los espacios de diversión y juegos que poseen algunos atractivos turísticos que usted conoce, se encuentran en buenas y óptimas condiciones de funcionamiento?

Tabla 5. Infraestructura de los Atractivos.

Opciones	N° Respuestas	Porcentajes
Siempre	88	22%
A veces	225	56,3%
Rara vez	78	19,5%
Nunca	9	2,3%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

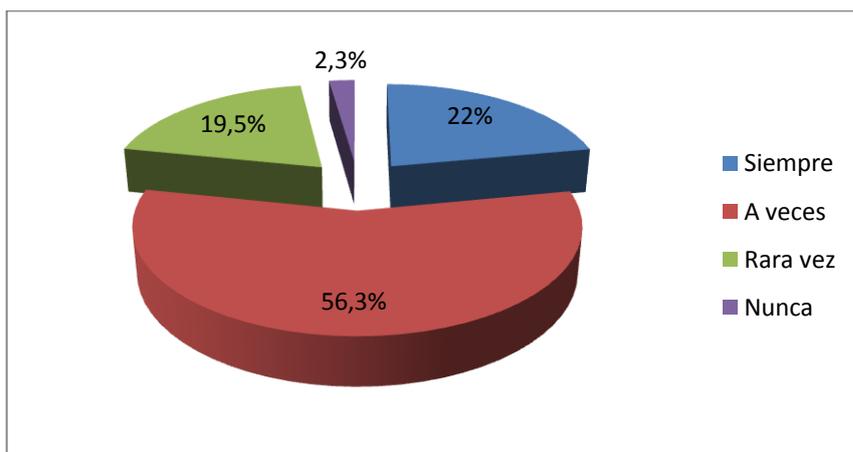


Figura 28. Infraestructura de los Atractivos.

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

La mayoría de los encuestados con el 56,3% afirmaron que la infraestructura física de atractivos turísticos que conocen, se encuentran en buenas y óptimas condiciones de

funcionamiento; mientras que el 22% de la muestra siempre ha visitado atractivos que ofertan servicios con planta adecuada y conservada; esto demuestra que la mayoría de la niñez y adolescencia reconoce que la infraestructura de los atractivos que conocen se encuentran en buenas condiciones.

El 19,5 % rara vez no percibieron tan buenas condiciones en la infraestructura, por lo cual se deberían implementar planes de mejoramiento en infraestructura de ciertos atractivos que con el uso y el tiempo se deterioran y los administradores no hacen nada por tener un mantenimiento constante de estos lugares.

El 2,3% afirmaron que los atractivos que han visitado no reúnen las condiciones adecuadas de mantenimiento de los juegos y espacios recreativos.

5) ¿En la escuela y colegio le dan a conocer información acerca de los atractivos turísticos que posee la ciudad de Quito?

Tabla 6. Información de atractivos turísticos en centros educativos.

Opciones	N° Respuestas	Porcentajes
Siempre	70	17,5%
A veces	133	33,3%
Rara vez	149	37,3%
Nunca	48	12%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

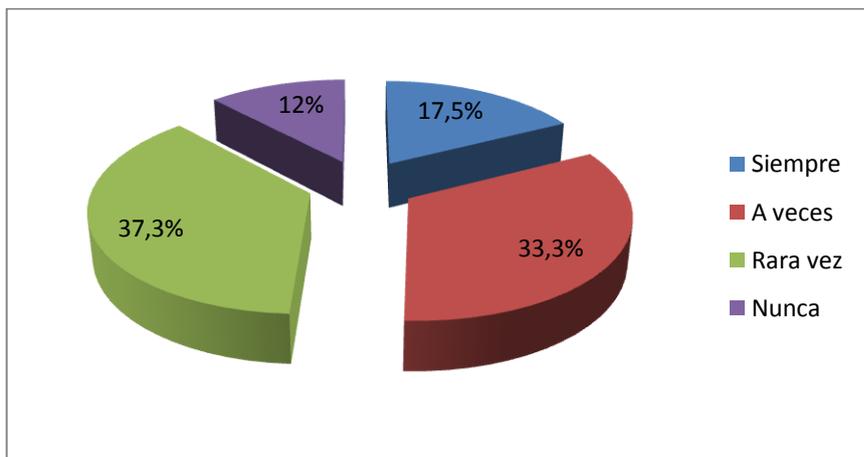


Figura 29. Información de atractivos turísticos en centros educativos.
Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

Básicamente hay un 37,3% en la muestra de la niñez y adolescencia donde mencionaron que los establecimientos escolares rara vez les brindan información acerca de los atractivos que posee la ciudad, este índice debería cambiar y los educadores hacer visitas estudiantiles hacia estos sitios tomando en consideración que hay una variedad de atractivos históricos en el centro de la ciudad. Mientras el 12% nunca ha recibido información por parte de los educadores sobre los atractivos turísticos.

El 17,5% afirmaron que siempre reciben información teórica sobre atractivos turísticos de la ciudad por medio de centros educativos, mientras el 33,3% a veces reciben información, concluyendo que aproximadamente la mitad de la muestra conoce sobre atractivos a través de sus profesores.

6) ¿Cree que la publicidad acerca de los atractivos turísticos de la ciudad influyen en la decisión de tener una imagen buena o mala?

Tabla 7. Influencia de la Publicidad.

Opciones	N° Respuestas	Porcentajes
Siempre	180	45%
A veces	169	42,3%
Rara vez	41	10,3%
Nunca	10	2,5%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

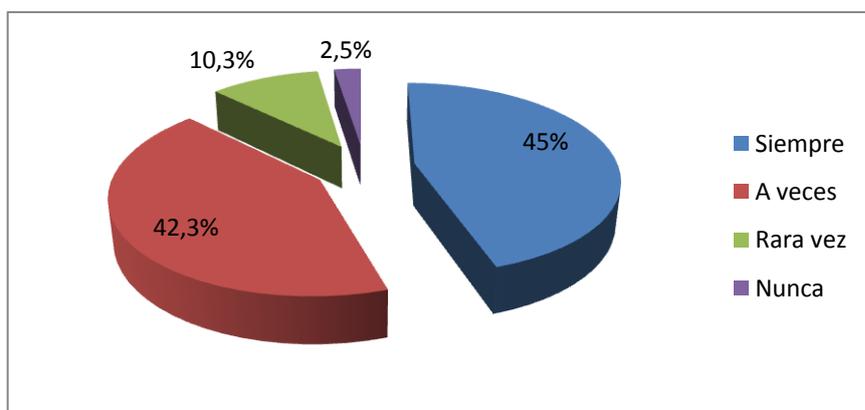


Figura 30. Influencia de la Publicidad.

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

Aquí se evidencia que la mayoría de los encuestados con el 45% consideran que la publicidad sí influye en la imagen que se puede tener de los atractivos, mientras que el 42,3% a veces lo creen; de allí la importancia de realizar una publicidad eficiente que refleje los atributos y servicios que en realidad tienen los atractivos, cuidando de no exagerar para no crear falsas expectativas.

El 10,3% manifestaron que la publicidad no va a influir en crear una representación mental favorable o desfavorable de los atractivos turísticos; mientras que el 2,5% no perciben que la publicidad influya en la imagen que proyecta un destino.

7) ¿El factor económico es un inconveniente para visitar ciertos atractivos de la ciudad?

Tabla 8. Factor económico.

Opciones	N° Respuestas	Porcentajes
Siempre	89	22,3%
A veces	215	53,8%
Rara vez	74	18,5%
Nunca	22	5,5%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

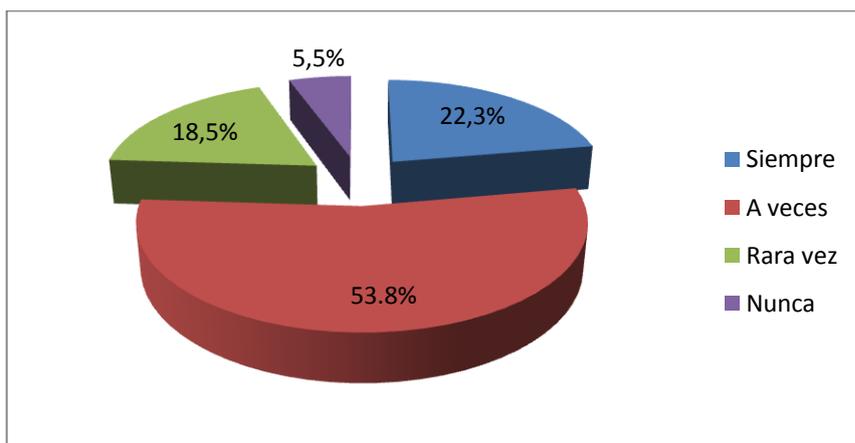


Figura 31. Factor económico.
Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

El 53,8% mencionaron que a veces el factor económico es un inconveniente. Mientras que el 22,3% mencionaron que siempre es un inconveniente; una cifra alta y lamentable por el hecho de que por un factor económico hace que el 22,3% de la niñez y adolescencia no puedan visitar frecuentemente los atractivos turísticos de elevados costos, ejemplo de un atractivo de elevado costo es el de realizar un viaje por el tren desde Chimbacalle ya que su precio es muy caro para que puedan costear especialmente los adolescentes y en los niños junto con la compañía de sus padres se les va hacer aún más difícil ya que el boleto estándar de Quito-Machachi-El Boliche es de 39 dólares que es un precio demasiado elevado para que niños y adolescentes de clase media hagan este recorrido.

El 18,5 % afirmaron que rara vez el factor económico va a hacer un impedimento para visitar estos sitios. Mientras que el 5,5% en el factor económico no tienen inconvenientes en visitar todos los atractivos turísticos.

8) ¿Cuándo visita los atractivos turísticos, cuida de ellos?

Tabla 9. Cuidado de los Atractivos.

Opciones	N° Respuestas	Porcentajes
Siempre	280	70%
A veces	91	22,8%
Rara vez	23	5,8%
Nunca	6	1,5%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

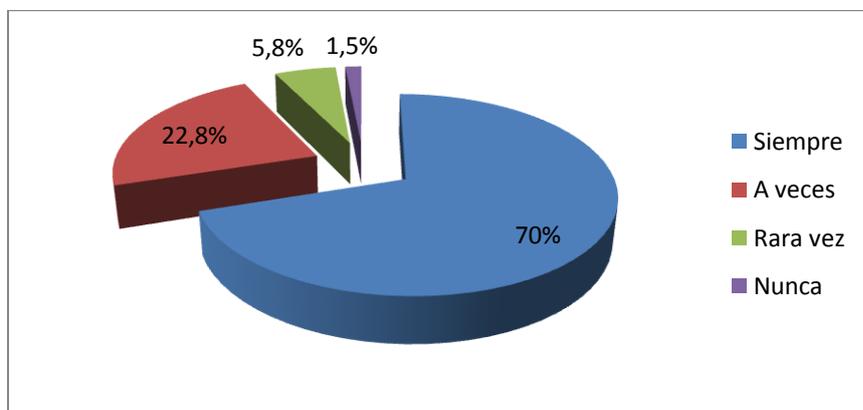


Figura 32. Cuidado de los Atractivos.

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

La mayoría de la muestra con el 70% manifiesta que siempre cuidan de los atractivos turísticos de la ciudad. Lo cual es un aspecto positivo al conocer que estos grupos en su mayoría tienen una apreciación, cuidado y valoración por los recursos que poseen. El 22,8% a veces cuidan de los atractivos; efectivamente se evidencia que la mayoría hace un adecuado uso de los lugares turísticos que visitan.

En cuanto un 5,8% rara vez usan estos espacios con responsabilidad, esto puede ser consecuencia de una mala atención recibida o el no haberse cumplido sus expectativas que terminan generando emociones de frustración y buscan la manera de desahogarse haciendo daño de la propiedad e infraestructura. Mientras tanto el 1,5% nunca cuida de los atractivos.

9) ¿Qué tipo de imagen siente que proyectan los atractivos turísticos de la ciudad de Quito?

Tabla 10. Imagen de los Atractivos Turísticos.

Opciones	N° Respuestas	Porcentajes
Excelente	129	32,3%
Buena	243	60,8%
Mala	11	2,8%
Regular	17	4,3%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

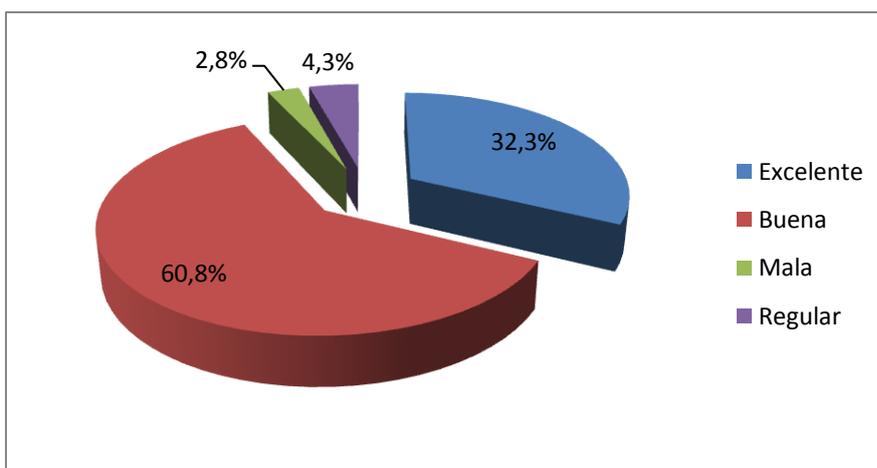


Figura 33. Imagen de los Atractivos Turísticos.

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

El 32,3% de los encuestados tienen una excelente imagen de los atractivos, en cuanto a los comentarios fueron todos positivos.

El 60,8% de los encuestados tienen una imagen buena de los atractivos de la ciudad, lo cual evidencia que la niñez y adolescencia observa ciertos aspectos en los atractivos que de alguna manera influyen para que no tengan una excelente imagen de los mismos.

El 2,8 % de los encuestados tienen una mala imagen de los atractivos, el cual viene a ser un número relativamente bajo. El 4,3% de los encuestados tienen una regular imagen de los atractivos y definitivamente todas las opiniones expresan un descontento sobre los mismos.

Debido a que esta fue una pregunta mixta ¿Qué tipo de imagen sienten que proyectan los atractivos turísticos de la ciudad de Quito?, en la cual los encuestados expusieron sus criterios por los cuales eligieron determinada opción, a continuación se conocen los aspectos positivos y negativos por los cuales los niños y adolescentes encuestados tienen su imagen sobre los atractivos de la ciudad..

Tabla 11. Aspectos positivos y negativos hacia los atractivos turísticos.

Aspectos positivos	N° Respuestas	Porcentajes
Infraestructura / servicios.	70	17,5%
Espacios para el juego, diversión y recreación.	40	10,%
Proyectan una impresión positiva / atraen al turismo.	106	26,5%
Son interesantes / son fuente de aprendizaje y conocimiento.	58	14,5%
Subtotal	274	68,5%
Aspectos negativos		
Problemas en la infraestructura / servicios /productos.	82	20,5%
Problemas externos a los atractivos / superestructura.	32	8,%
Otros.	12	3,%
Subtotal	126	31,5%
Total encuestados.	400	100,%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

Análisis de los aspectos positivos hacia los Atractivos turísticos.

El 68,5% de encuestados comentaron aspectos positivos de los atractivos turísticos, de los cuáles se estableció cuatro categorías para organizar las ideas y de esta manera se conoció los diferentes componentes en los que se fijan al momento de visitar estos lugares.

El 17, 5% expresaron sentirse complacidos en lo concerniente al estado de la infraestructura y de los servicios que reciben de los atractivos, esta categoría abarca todos los aspectos relacionados con los recursos, bienes y servicios ofertados dentro de las instalaciones.

El 10% de encuestados manifestaron que los atractivos cuentan con espacios adecuados para realizar actividades propias de la recreación, es una cifra relativamente baja tomando en cuenta que esto es la finalidad del turismo y a más de ello la recreación proporciona beneficios para el desarrollo adecuado del ser humano, entre las más importantes están: proporcionan placer, felicidad y desarrollo de la personalidad.

El 26,5% de los encuestados manifestaron ideas relacionadas a la importancia que tienen los atractivos en el sentido de que ayudan a proyectar una impresión positiva de la ciudad y sobre todo sirven para atraer al turismo tanto nacional como extranjero.

El 14,5% conciben a los atractivos como interesantes, además de ser fuentes para aprender y conocer sobre la realidad.

Análisis de los aspectos negativos de los Atractivos turísticos.

El 31,5% de encuestados manifestó inconformidad en relación a los atractivos, de este porcentaje se distribuyó en tres categorías para conocer específicamente los problemas que perciben.

La mayoría de encuestados con el 20,5% expresó haber percibido problemas en todo lo referente a la infraestructura, servicios y productos que ofertan.

El 8% manifestó encontrar problemas en los alrededores de los atractivos en donde ya dependen del control por parte de otros organismos que tienen injerencia sobre los problemas de tipo social, movilidad y servicios básicos (recolección de basura y seguridad).

En cuanto a la categoría otros con el 3% hacen referencia a los encuestados que se limitaron a no emitir comentario alguno y se clasifica esta categoría en los aspectos negativos ya que eligieron la opción de regular.

10) ¿Cree que los atractivos turísticos de la ciudad forman parte de tu identidad y contribuyen a mejorar su autoestima?

Tabla 12. Identidad y Autoestima.

Opciones	N° Respuestas	Porcentajes
Si	370	92,5%
No	30	7,5%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015
Elaborado por: Edison Comina.

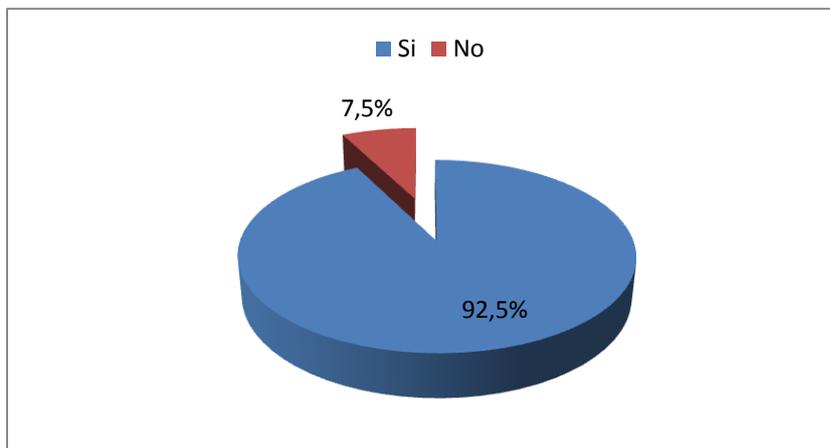


Figura 34. Identidad y Autoestima.
Fuente: Encuesta a niños y adolescentes de Quito, 2015.
Elaborado por: Edison Comina.

Una mayoría representativa con el 92,5% consideran que los atractivos turísticos forman parte de su identidad y contribuyen a mejorar su autoestima; entre algunas de las razones que expresaron están: mejoran aspectos emocionales, la ciudad es apreciada y reconocida por los demás, contribuyen al conocimiento individual y social. De allí la importancia sobre la concienciación y participación activa de la juventud y la niñez en proyectos interactivos de turismo con el medio ambiente a través de frecuentes visitas guiadas de todos y cada uno de los destinos que posee la ciudad y en general de todo el maravilloso Ecuador.

Mientras tanto el 7,5% de los encuestados manifestó no sentirse identificados con los atractivos turísticos de la ciudad, entre algunas de las razones que expresaron están: tendencia a enfocarse en aspectos negativos, desconocimiento de atractivos y beneficios que representan.

CONCLUSIONES

- La imagen que proyectan los atractivos turísticos de la ciudad de Quito en su mayoría es buena y también excelente dado los resultados que se observaron en la encuesta, con lo cual los niños y adolescentes se sienten identificados y cuidan de su ciudad.
- Una ciudad organizada, reconocida, limpia y cuidada como es Quito, contribuye a formar una imagen positiva de los atractivos que posee, pero hay que tomar en consideración que existen ciertos factores que van a opacar esta imagen como es el deficiente sistema de transporte, descuido en el mantenimiento de la infraestructura urbana, problemas sociales como: delincuencia, vandalismo, drogadicción y violencia.
- La construcción de la percepción e imagen en la niñez y adolescencia acerca de un destino turístico es determinada por las experiencias pasadas y los estímulos recibidos del medio en el que interactúan, por ende dependiendo del grado de satisfacción de sus expectativas y necesidades se van a formar una imagen del atractivo.
- Los niños y adolescentes en su gran mayoría reconocen y se sienten identificados con su ciudad, lo cual conlleva a un bienestar social y psíquico de los individuos, reflejados en el cuidado de los atractivos turísticos, sentido de pertenencia, respeto y amor por su ciudad.
- La opinión de los niños y adolescentes influye en la toma de decisión de los padres en lo referente a los atractivos turísticos que desean visitar, con lo cual es importante que todos los atractivos satisfagan las necesidades y expectativas de los integrantes del círculo familiar.
- Hay algunos atractivos que mantienen sus productos turísticos e infraestructura sin hacer cambios, lo cual genera que las personas pierdan el interés en volver a visitar el lugar.
- Los atractivos turísticos son espacios importantes para el ocio, la recreación y sobre todo un medio para interactuar y desarrollar habilidades tanto psíquicas como sociales.
- Hay un número reducido de encuestados que no cuidan de los atractivos que posee la ciudad por lo cual es un problema ya que el mantenimiento y perduración de estos sitios no depende sólo del personal que labora allí sino de las personas que hacen uso de las instalaciones.

- Las unidades educativas no brindan suficiente información de los atractivos turísticos que posee la ciudad; esto debe cambiar para crear una cultura turística y valoración de los recursos tanto naturales como culturales.

RECOMENDACIONES

- Hay que tomar en consideración que hubo una minoría, el 4 % que no tienen una imagen tan buena de los atractivos por lo cual se recomienda repotenciar los atractivos turísticos, promocionar nuevos paquetes y actividades turísticas direccionadas a las etapas de desarrollo humano de la niñez y adolescencia, planificadas de manera sostenible.
- Renovar, mejorar y repotenciar los diferentes medios de transporte público, tanto en el trato al cliente, optimización del tiempo, cuidado de las unidades y sobre todo comodidad ya que actualmente el servicio es pésimo y esto es un factor para generar una impresión negativa de los atractivos de la ciudad.
- Para proyectar una imagen positiva de la niñez y adolescencia acerca de los atractivos, se debe adecuar espacios para su recreación, así mismo capacitar a los trabajadores en temas relacionados sobre el trato hacia estos grupos.
- Compartir en familia y con grupos secundarios por medio de visitas a los atractivos que posee la ciudad, realizando actividades turísticas, sobre todo para conocer la ciudad en su totalidad, mejorar los vínculos afectivos al compartir con sus integrantes, fortalecer el sentido de pertenencia e identificación de los más pequeños hacia los atractivos y fomentar buenos hábitos de comportamiento.
- Se recomienda que al momento de elegir visitar algún atractivo turístico de la ciudad, se tome en consideración todas las opiniones de los integrantes del grupo familiar y se llegue a un consenso en la toma de decisiones, para evitar algún tipo de desacuerdo o que se cree un ambiente tenso entre los miembros
- Todos los servicios, productos, personal, espacios e infraestructura que poseen los atractivos turísticos se deberían mejorar continuamente a través de planes y proyectos, ya que son espacios en los que el ser humano se recrea y desarrolla aspectos de su personalidad.
- Es importante satisfacer las necesidades de ocio y recreación del ser humano en todas las etapas de su desarrollo, en especial en los niños y adolescentes ya que al tener atractivos turísticos cuidados y que proyecten una imagen positiva, son factores que van a influir en la construcción y desarrollo adecuado de aspectos afectivos, conductuales, volitivos y psíquicos del individuo.
- Se recomienda inculcar buenas normas de comportamiento y valores en la niñez y adolescencia, para que tengan claro las consecuencias que puede ocasionar una acción inadecuada, y esto se logra a través de las enseñanzas de la familia y el medio educativo.

- Las unidades educativas son fuente de conocimiento e instrucción de la persona por eso se debe dar a conocer información completa, explicar la importancia de la actividad turística tanto para el desarrollo económico, social de las personas y organizar visitas frecuentes hacia los diferentes lugares turísticos de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- Ciudad Quito. (2014). Información Turística. Recuperado de <http://www.quito.com.ec/la-ciudad>
- Gartner, W.C. (1993). *Procesos de Formación de la Imagen*. Journal of Travel & Tourism Marketing. 2 (2-3) 191-215.
- Giddens, A. (2000). *Sociología*. España: Alianza editorial.
- INEC. (2011). Ecuador ingresos y gastos. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>
- INEC. (s.f.). Ecuador en cifras. Recuperado, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&.
- Kotler, Philip. Haider, Donald, H. Rein & Irving. (1994). *Mercadotecnia de localidades. Cómo atraer inversiones, industrias y turismo a ciudades, regiones, estados y países*. México: Diana.
- La Granja del Tío Mario. (2015). Resevaciones. Recuperado, de <http://www.lagranjadeltiomario.com/reservaciones>
- Larrea, C. Larrea, A & Andrade, D. (2010). Atlas social para Quito Urbano. Campus virtual. Obtenido de http://www.campusvirtual.uasb.edu.ec/uisa/images/publicaciones/2010_larrea_quito.pdf
- Lawson, F. & Baud-Boby, M (1977). *Tourism and Recreational Development*. London: Architectural Press.
- Maslow, A.H. (1985): *Motivación y Personalidad*. Barcelona: Sagitario.
- MINTUR. (2014). Noticias. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/en-este-verano-se-invita-a-los-turistas-a-descubrir-el-encanto-de-lloa/>
- Organización Mundial del Turismo (1998): *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Philip, K., Haider, D., & Rein, I. (2007). *Marketing Internacional de Lugares y Destinos*. México: Pearson.
- Quitoadventure. (2015). Teleférico de Quito. Recuperdo de <http://www.quitoadventure.com/espanol/relax-ecuador/lugares-turisticos-quito/naturaleza/teleferico-quito.html>

- Quito, M. d. (2012). *Plan metropolitano de ordenamiento territorial*. Quito: Giz.
- Quito Turismo. (2010). Recuperado de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:pjRg3P79O2kJ:www.quito-turismo.gob.ec/index.php/component/phocadownload/category/26-servicios%3Fdownload%3D127:resumen-ejecutivo-informe-quito-julio-2010+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- Quitozoo.org. (2015). Precios y Horarios. Recuperado de <http://www.quitozoo.org/index.php/planifica-tu-visita/planifica-tu-visita/precios-y-horarios>
- Roedder D. (1999). Consumer socialization of children: a retrospective look at twentyfive years of research. *Journal of Consumer Research*, vol 26, nº 3, diciembre:183- 220.
- Unidad del Plan de Desarrollo del DMQ. (2014). *Diagnóstico del Territorio Del DMQ*. Obtenido de <http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/pdf/diagnosticoterritorio.pdf>
- Vinueza, M. (2008). *Ecuador debate, clases medias*. Ecuador: Hernán Ibarra Crespo.
- Zambrano, R. (2006). *Quito Patrimonio de la Humanidad*. Quito: Editorial Ecuador F. B.

ANEXOS

ANEXO N° 1: FORMATO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

CUESTIONARIO

Estimado/a sírvase contestar el siguiente cuestionario que tiene como objetivo dar respuesta a la investigación sobre "La imagen percibida de los atractivos turísticos de la ciudad de Quito en niños y adolescentes, año 2015"

PREGUNTAS:

1) ¿Visita con frecuencia los diferentes atractivos que posee la ciudad (parajes naturales, lugares históricos, balnearios, parques temáticos, centros de diversión, etc.)

Siempre A veces Rara vez Nunca

2) ¿Cuando usted visita algún atractivo turístico de la ciudad, se cumplen sus expectativas de diversión y recreación?

Siempre A veces Rara vez Nunca

3) ¿Cuando visita un atractivo de la ciudad de Quito, siente que fue bien atendido por parte del personal que labora en estos sitios?

Siempre A veces Rara vez Nunca

4) ¿La infraestructura, los espacios de diversión y juegos que poseen algunos atractivos turísticos que usted conoce, se encuentran en buenas y óptimas condiciones de funcionamiento?

Siempre A veces Rara vez Nunca

5) ¿En la escuela y colegio le dan a conocer información acerca de los atractivos turísticos que posee la ciudad de Quito?

Siempre A veces Rara vez Nunca

6) ¿Cree que la publicidad acerca de los atractivos turísticos de la ciudad influyen en la decisión de tener una imagen buena o mala?

Siempre A veces Rara vez Nunca

7) ¿El factor económico es un inconveniente para visitar ciertos atractivos de la ciudad?

Siempre A veces Rara vez Nunca

8) ¿Cuando visita los atractivos turísticos, cuida de ellos?

Siempre A veces Rara vez Nunca

9) ¿Qué tipo de imagen siente que proyectan los atractivos turísticos de la ciudad de Quito?

Excelente Buena Mala Regular

Porqué: _____

10) Cree que los atractivos turísticos de la ciudad forman parte de tu identidad y contribuyen a mejorar su autoestima

SI No

Porqué: _____

ANEXO N° 2 FOTOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LA MUESTRA

