



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA**

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera  
Financiera**

**Tema:**

---

**“Variables determinantes en las contribuciones financieras de los  
turistas del Parque Nacional Cotopaxi”.**

---

**Autora:** Valle Gutiérrez, María Belén

**Tutor:** Ing. Valencia Núñez, Edison Roberto Mg.

Ambato – Ecuador

2020

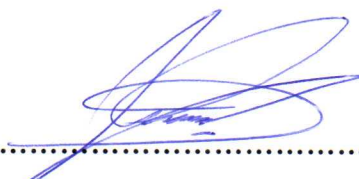
## APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Ing. Edison Roberto Valencia Núñez, con cédula de identidad No. 1803463098, en calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: “**VARIABLES DETERMINANTES EN LAS CONTRIBUCIONES FINANCIERAS DE LOS TURISTAS DEL PARQUE NACIONAL COTOPAXI**”, desarrollado por María Belén Valle Gutiérrez, de la Carrera de Ingeniería Financiera, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación de este ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Enero 2020

**TUTOR**



.....  
Ing. Edison Roberto Valencia Núñez, Mg

C.I.: 1803463098

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, María Belén Valle Gutiérrez con cédula de identidad No. 1804759312, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“VARIABLES DETERMINANTES EN LAS CONTRIBUCIONES FINANCIERAS DE LOS TURISTAS DEL PARQUE NACIONAL COTOPAXI”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Enero 2020

**AUTORA**



María Belén Valle Gutiérrez

C.I.: 1804759312

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Enero 2020

**AUTORA**



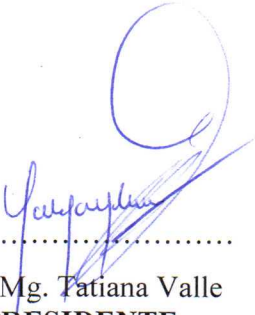
María Belén Valle Gutiérrez

C.I.: 1804759312

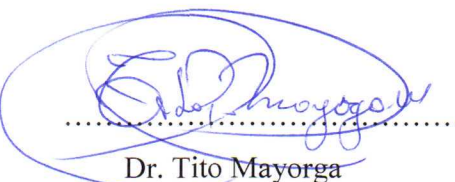
## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación con el tema: **“VARIABLES DETERMINANTES EN LAS CONTRIBUCIONES FINANCIERAS DE LOS TURISTAS DEL PARQUE NACIONAL COTOPAXI”** elaborado por María Belén Valle Gutiérrez, estudiante de la Carrera de Ingeniería Financiera, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

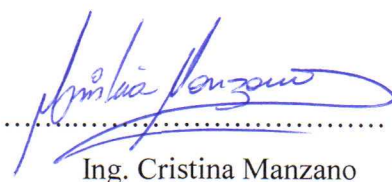
Ambato, Enero 2020.



.....  
Dra. Mg. Tatiana Valle  
**PRESIDENTE**



.....  
Dr. Tito Mayorga  
**MIEMBRO CALIFICADOR**



.....  
Ing. Cristina Manzano  
**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

A mi amado Dios, personificación misma del amor y la sabiduría, le dedico mi vida entera  
A él que con su divinidad hace más que solo suplir con abundancia lo que necesito para sostener mi vida, también hace que pueda disfrutar de ella.

Se la dedico a Mathy, Dana, Dylan y Andrés, que con su alegría, bondad y amor se han sabido ganar mi corazón, son la razón por el esfuerzo diario de superación y de poder brindarles un ejemplo de bien en sus vidas.

María Belén Valle Gutiérrez

## **AGRADECIMIENTO**

Mi eterna gratitud al padre Celestial por demostrarme que sus planes siempre serán mejores que los míos. Por permitirme disfrutar de la vida con experiencias, bondades, oportunidades, aprendizajes e inclusive dificultades que han sido el instrumento perfecto de fortaleza.

A mis amados padres Héctor Valle y Julia Gutiérrez, seres de luz e infinito amor que guían mi vida, gracias por su absoluta confianza en mí y en mis sueños, ustedes son la inspiración y la alegría de todos mis días.

A mi hermosa familia: Cecy, Andre, Nelson y Fer, infinitas gracias por su apoyo incondicional por sus consejos, ocurrencias y alegrías que me motivan cada día.

Absolutamente agradecida con la vida por haberme premiado con la compañía y el apoyo de Dany Castillo por el inmenso amor, paciencia y enseñanzas que nos han unido a lo largo de esta travesía.

Mi profundo agradecimiento a mi tutor de tesis, Ing. Edison Roberto Valencia Núñez por compartir sus valiosos conocimientos, paciencia, y entrega total a la enseñanza académica, además total gratitud a la unidad de investigación de la carrera de Contabilidad y Auditoría, en especial a la Dra. Tatiana Valle, por brindarme el apoyo en la ejecución de esta investigación.

María Belén Valle Gutiérrez

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA**

**TEMA:** “VARIABLES DETERMINANTES EN LAS CONTRIBUCIONES FINANCIERAS DE LOS TURISTAS DEL PARQUE NACIONAL COTOPAXI”

**AUTORA:** María Belén Valle Gutiérrez

**TUTOR:** Ing. Roberto Valencia Núñez Mg.

**FECHA:** Enero 2020

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente estudio experimental determina el perfil del turista que visita el parque nacional Cotopaxi en base a factores demográficos, socio económico y motivacionales, mediante datos recabados a través de una encuesta con una muestra de 407 visitantes, aplicado en diferentes puntos estratégicos. Se investiga el tipo de contribución financiera categorizado en aporte anónimo, voluntario y recíproco del cual se identifica variables influyentes en la selección de tipo de aporte a través de una regresión logit multinomial, que indica una combinación de las variables como: país de origen, presupuesto, visita reiterada, estado civil y medio de información para determinar significativamente la complementariedad entre tipo de aporte y variables determinantes del turista. Los resultados revelaron que un aporte voluntario es característico de un turista que visita el parque nacional sugerido por un paquete turístico y planifica un presupuesto ya sea de transporte o alimentación. Por otra parte un aporte anónimo es propio de turistas de nacionalidad ecuatoriana cuyo estado civil es casado o soltero. Y finalmente, un aporte recíproco lo realiza el turista independientemente del estado civil, que planifican un presupuesto para transporte y alimentación referenciados por paquetes turísticos que impulsan la visita al parque nacional.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** CONTRIBUCIONES FINANCIERAS, REGRESIÓN MULTINOMIAL, APOORTE ANÓNIMO, APOORTE VOLUNTARIO, APOORTE RECÍPROCO



**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO**  
**FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING**  
**CAREER OF FINANCIAL ENGINEERING**

**TOPIC:** “DETERMINING VARIABLES IN THE FINANCIAL CONTRIBUTIONS OF TOURISTS OF COTOPAXI NATIONAL PARK”

**AUTHOR:** María Belén Valle Gutiérrez

**TUTOR:** Ing. Roberto Valencia Núñez Mg.

**DATE:** January 2020

**ABSTRACT**

The present experimental study determines the profile of the tourist who visits the Cotopaxi National Park based on demographic, socio-economic and motivational factors, through data collected through a survey with a sample of 407 visitors, applied at different strategic points. The type of financial contribution categorized in anonymous, voluntary and reciprocal contribution is investigated, which identifies influential variables in the selection of contribution type through a multinomial logit regression, which indicates a combination of the variables such as: country of origin, budget, repeated visit, marital status and means of information to significantly determine the complementarity between type of contribution and tourist determining variables. The results revealed that a voluntary contribution is characteristic of a tourist who visits the national park suggested by a tourist package and plans a budget for either transport or food. On the other hand, an anonymous contribution is typical of tourists of Ecuadorian nationality whose marital status is married or single. And finally, a reciprocal contribution is made by the tourist regardless of marital status, who plan a budget for transportation and food referenced by tourist packages that boost the visit to the national park.

**KEYWORDS:** FINANCIAL CONTRIBUTIONS, MULTINOMIAL REGRESSION, ANONYMOUS CONTRIBUTION, VOLUNTARY CONTRIBUTION, RECIPROCAL CONTRIBUTION.

## ÍNDICE GENERAL

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
RESUMEN EJECUTIVO .....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xvi
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Justificación.....	1
1.1.1 Justificación teórica.....	1
1.1.2. Justificación metodológica.....	10
1.1.3. Justificación práctica .....	11
1.1.4. Formulación del problema .....	12
1.2 Objetivos .....	12
1.2.1. Objetivo general.....	12

1.2.2. Objetivos específicos .....	12
<b>CAPITULO II</b> .....	13
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	13
2.1. Revisión de literatura .....	13
2.1.1. Antecedentes investigativos .....	13
2.1.2 Fundamentos teóricos .....	33
2.2. Hipótesis o preguntas de investigación .....	46
<b>CAPÍTULO III</b> .....	47
<b>METODOLOGÍA</b> .....	47
3.1. Recolección de la información .....	47
3.1.1. Población, muestra y unidad de análisis .....	47
3.1.2 Fuentes primarias y secundarias.....	48
3.1.3 Instrumentos y métodos para recolectar información .....	48
3.2 Tratamiento de la información .....	52
3.3 Operacionalización de las variables .....	57
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	60
<b>RESULTADOS</b> .....	60
4.1. Resultados y discusión .....	60
4.2 Verificación de la hipótesis .....	85
<b>CAPÍTULO V</b> .....	103
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	103
5.1 Conclusiones .....	103

5.2 Recomendaciones.....	104
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>106</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Tabla 1:</b> Turismo de áreas protegidas .....	19
<b>Tabla 2:</b> Presupuesto 2018 Ministerio del Ambiente.....	25
<b>Tabla 3:</b> Mecanismos de donaciones privadas voluntarias .....	26
<b>Tabla 4:</b> Ingresos de asistencia técnica y donaciones .....	35
<b>Tabla 5:</b> Reportes históricos de visitas.....	47
<b>Tabla 6:</b> Variable dependiente: tipo de contribución .....	57
<b>Tabla 7:</b> Tipos de aportación: voluntaria, anónima y recíproca.....	60
<b>Tabla 8:</b> Promedio del monto aportado por cada tipo de contribución.....	61
<b>Tabla 9:</b> Promedio del monto aportado por cada tipo y género del visitante.....	62
<b>Tabla 10:</b> Promedio del monto aportado por cada tipo y género del visitante.....	63
<b>Tabla 11:</b> Nacionalidad de los visitantes por tipo de aportación .....	64
<b>Tabla 12:</b> Estado laboral del visitante .....	65
<b>Tabla 13:</b> Media de aportación por tipo y estado laboral.....	66
<b>Tabla 14:</b> Media del monto aportado por instrucción del visitante .....	67
<b>Tabla 15:</b> Instrucción de los visitantes.....	68
<b>Tabla 16:</b> Media de aportación por tipo e instrucción .....	69
<b>Tabla 17:</b> Ingresos mensuales del visitante.....	70
<b>Tabla 18:</b> Ingresos mensuales del visitante por tipo de aportación.....	71
<b>Tabla 19:</b> Edad del visitante.....	74

<b>Tabla 20:</b> Razón de la visita.....	75
<b>Tabla 21:</b> Medio por el cual el visitante se enteró del PNC.....	76
<b>Tabla 22:</b> Tiempo previsto para la visita.....	77
<b>Tabla 23:</b> Tiempo previsto para la visita.....	78
<b>Tabla 24:</b> Media de tiempo previsto para la visita por estado civil y género del visitante .....	79
<b>Tabla 25:</b> Relación entre los miembros del grupo visitante.....	80
<b>Tabla 26:</b> Presupuesto para la visita.....	82
<b>Tabla 27:</b> Publicación en redes sociales.....	83
<b>Tabla 28:</b> El visitante recomendaría el PNC a más personas.....	84
<b>Tabla 29:</b> Pruebas de la razón de verosimilitud.....	86
<b>Tabla 30:</b> Pruebas de la razón de verosimilitud.....	87
<b>Tabla 31:</b> Información de ajuste de los modelos.....	87
<b>Tabla 32:</b> Bondad de ajuste.....	88
<b>Tabla 33:</b> Pseudo R cuadrado.....	88
<b>Tabla 34:</b> Tabla de clasificación variable dependiente.....	88
<b>Tabla 35:</b> Estimaciones de parámetros tipo de contribución voluntaria.....	89
<b>Tabla 36:</b> Estimaciones de parámetro tipo de contribución anónima.....	90
<b>Tabla 37:</b> Estimaciones de parámetro tipo de contribución recíproca.....	91
<b>Tabla 38:</b> Coeficientes estadísticamente significativos voluntaria.....	92
<b>Tabla 39:</b> Coeficientes estadísticamente significativos anónima.....	92

<b>Tabla 40:</b> Coeficientes estadísticamente significativos recíproca .....	92
<b>Tabla 41:</b> Tabla de contingencia modelo Log-lineal .....	96
<b>Tabla 42:</b> Información de datos selección del modelo.....	97
<b>Tabla 43:</b> Recuento de casillas y residuos selección del modelo.....	97
<b>Tabla 44:</b> Efectos de K vías y de orden superior selección del modelo.....	98
<b>Tabla 45:</b> Asociaciones parciales selección del modelo .....	98
<b>Tabla 46:</b> Estimaciones del parámetro selección del modelo .....	99
<b>Tabla 47:</b> Pruebas de bondad de ajuste .....	100
<b>Tabla 48:</b> Estimaciones del parámetro Log lineal General .....	100
<b>Tabla 49:</b> Intensidad de variable respuesta .....	101
<b>Tabla 50:</b> Prueba de bondad de ajuste.....	101
<b>Tabla 51:</b> Medida de asociación.....	102
<b>Tabla 52:</b> Estimaciones de parámetro Logit .....	102

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Gráfico 1:</b> Crecimiento del PIB a nivel mundial por sectores.....	1
<b>Gráfico 2:</b> Visitas anuales a Parques Nacionales (en millones).....	3
<b>Gráfico 3:</b> Ecosistemas en parques nacionales.....	4
<b>Gráfico 4:</b> Porcentaje de superficie terrestre protegida por país (2014) .....	5
<b>Gráfico 5:</b> Turismo en parques nacionales 2014-2018.....	6
<b>Gráfico 6:</b> Turismo Parque Nacional Cotopaxi 2014-2018 .....	7
<b>Gráfico 7:</b> Ingresos por turismo internacional en Ecuador 2007-2017 .....	8
<b>Gráfico 8:</b> Evolución del PIB Turismo Ecuador.....	14
<b>Gráfico 9:</b> Contribución del turismo al Pib y al Empleo Total .....	15
<b>Gráfico 10:</b> Sistema Nacional de Áreas Protegidas .....	18
<b>Gráfico 11:</b> Visita áreas protegidas .....	20
<b>Gráfico 12:</b> Contribución por fuente de ingreso en USD 2003-2012 .....	23
<b>Gráfico 13:</b> Ordenamiento jurídico para SNAP .....	31
<b>Gráfico 14:</b> Mecanismos de financiación.....	33
<b>Gráfico 15:</b> Elaboración de modelo log-lineal.....	53
<b>Gráfico 16:</b> Tipos de aportación: voluntaria, anónima y recíproca.....	60
<b>Gráfico 17:</b> Promedio del monto aportado por cada tipo de contribución.....	61
<b>Gráfico 18:</b> Media de aportación por tipos y nacionalidad.....	64
<b>Gráfico 19:</b> Estado laboral del visitante .....	66



<b>Gráfico 20:</b> Media de aportación por tipo e instrucción .....	69
<b>Gráfico 21:</b> Ingresos mensuales del visitante.....	71
<b>Gráfico 22:</b> Media de aportación por tipo e ingresos mensuales del visitante.....	72
<b>Gráfico 23:</b> Razón de la visita.....	75
<b>Gráfico 24:</b> Medio por el cual el visitante se enteró del PNC .....	76
<b>Gráfico 25:</b> Media de tiempo (horas) prevista para la visita por tipo de aportación del visitante .....	78
<b>Gráfico 26:</b> Media de tiempo previsto para la visita por estado civil y género del visitante .....	79
<b>Gráfico 27:</b> Relación entre los miembros del grupo visitante.....	80
<b>Gráfico 28:</b> Presupuesto para la visita.....	82
<b>Gráfico 29:</b> Publicación en redes sociales.....	83
<b>Gráfico 30:</b> El visitante recomendaría el PNC a más personas.....	84

# CAPÍTULO I

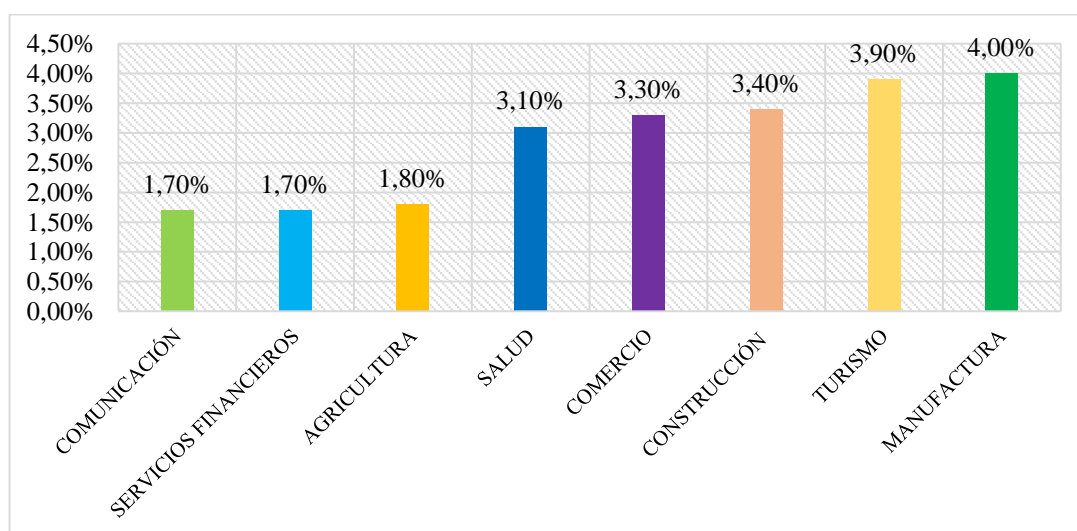
## INTRODUCCIÓN

### 1.1 Justificación

#### 1.1.1 Justificación teórica

La industria del turismo es una de las actividades económicas y culturales más importantes en nuestro país y en el mundo, cuyo impacto es representativo en la economía mundial. El turismo constituye el 10,4% del total del PIB a nivel mundial, de tal forma que para el año 2018 la economía creció en un 3.2% y el sector de turismo creció significativamente en 3,9%.

Gráfico 1: Crecimiento del PIB a nivel mundial por sectores



**Fuente:** Impacto Económico (World Travel & Tourism Council, 2018)

**Elaborado por:** María Belén Valle

Mientras que el sector de servicios financieros creció más fuerte en 2018, el crecimiento de Viajes y Turismo representó el 3.9% ubicándose como uno de los sectores más importantes de la economía.

Además, el sector tiene la capacidad de crear tanto empresas grandes como pequeñas que realizan actividades como alojamiento, transporte, alimentos, cultura, deportes y recreación. Los esfuerzos del sector turístico se dirigen a servir tanto a nacionales como extranjeros ya sea por razones de negocios o de entretenimiento.

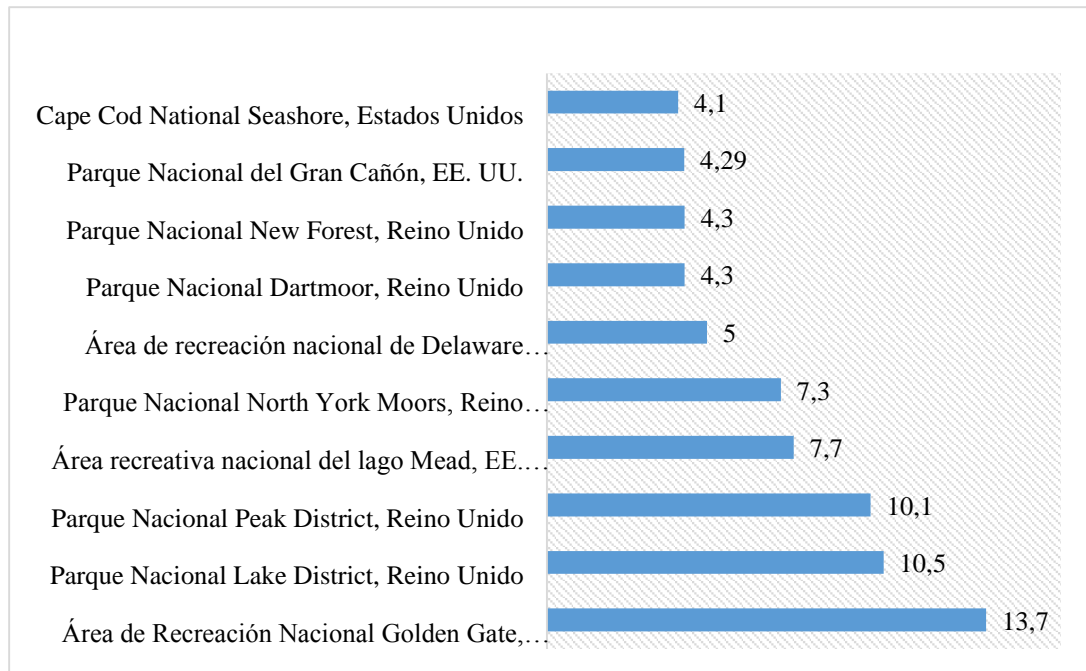
De igual forma, dinamiza las plazas de empleo según datos estadísticos de World Travel & Tourism Council indican que 1 de cada 5 nuevos puestos de trabajo fueron creados por viajes y turismo durante los últimos 5 años. Además, en el año 2018 el sector creó 319 millones de empleos que representa alrededor del 10% del empleo total mundial (World Travel & Tourism Council, 2018).

Sin embargo existen problemas en el sector, principalmente en relación con el financiamiento público que según Hernández Mota (2010) se debe a que los recursos destinados son escasos. Por lo tanto una de las soluciones para incrementar el presupuesto es que sectores estratégicos como el turismo sean percibidos como una fuente de riqueza y de beneficios directos e indirectos para la sociedad en general que no debe ser considerada como un gasto. Es así como, las soluciones al financiamiento de un estado son las áreas protegidas de servicio público que según términos económicos para Martínez Quintana (2017) no tienen competencia de mercado, pues no existe la rivalidad en el consumo. Es decir son bienes libres en lo cual, que un turista disfrute de un área recreativa no es un limitante para que otro turista también disfrute del área recreativa simultáneamente.

El crecimiento en el número de visitantes en parques nacionales compromete a quienes administran los parques nacionales a que se enfoquen en el nivel de satisfacción de los visitantes. Para Aguirre (2017) es necesario que se implemente una infraestructura adecuada, servicios, y opciones recreativas como también en procesos de planificación y manejo de los parques. Además, se puede afirmar que el turismo es una de las actividades potenciales que dinamiza la estructura económica de un determinado país y el apoyo al sector se centra en generar un desarrollo de forma sostenible en el que se debe adoptar medidas planes y actuaciones que contribuyen al crecimiento turístico tal como lo aseveran Castillo, Martínez, & Vázquez (2015).

Por tal motivo, alrededor del mundo existen diversos parques nacionales con gran importancia que permiten generar ingresos y a continuación podemos observar a los parques con mayor número de visitantes del mundo:

**Gráfico 2:** Visitas anuales a Parques Nacionales (en millones)



**Fuente:** Live Science (2018)

**Elaborado por:** María Belén Valle

Como se puede observar, entre los 10 parques más visitados del mundo se encuentra el parque nacional de recreación Golden Gate el cual recibe anualmente alrededor de 13,7 millones de visitantes que permiten la generación de ingresos económicos para Estados Unidos según Live Science (2018).

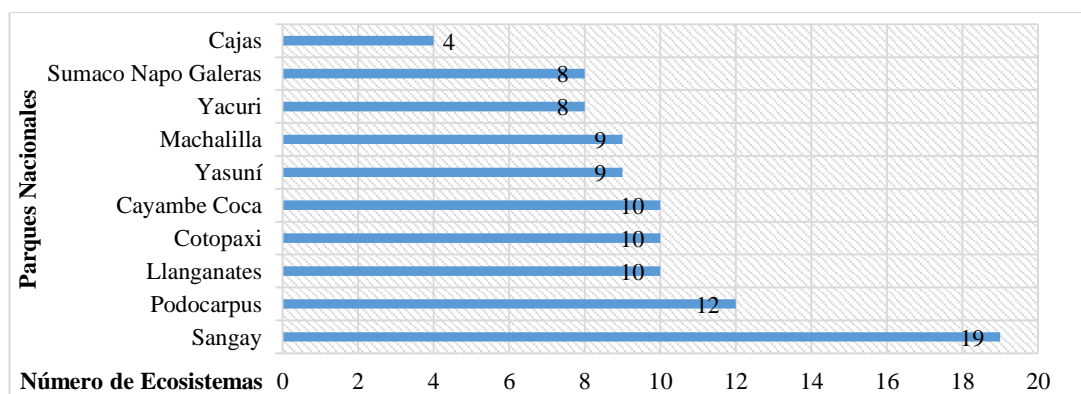
En la misma idea, según el Ministerio del Ambiente de Ecuador (2015) las áreas protegidas se encuentran respaldadas por las leyes nacionales y convenios internacionales que aportan al cuidado del medio ambiente y a la vez apuestan por el turismo brindando apoyo a los parques nacionales, cuyo objetivo es conservar los recursos naturales y garantizar el bienestar socioeconómico nuestro país, debido a que el sector turístico no solo es fuente de ingresos sino que además es generadora de encantos (Quinteros de Contreras, 2011).

Por otra parte, Ecuador un país muy reconocido y premiado internacionalmente en cuanto a la excelencia en la industria del turismo, ha sido galardonado con un total de 25 premios en el World Travel Awards (2018). Posicionándolo como destino natural líder de Sudamérica y destacado en varias revistas de impacto mundial. Nuestro país Ecuador, debido a su belleza natural, cultura y diversidad en climas, es una fuente de atractivo para visitantes tanto nacionales como extranjeros, alrededor del 20% del territorio nacional se encuentra conformado por 19,1 millones de hectáreas de áreas protegidas, correspondiente a 51 áreas protegidas que iniciaron sus primeros pasos con la promoción oficial del sector del turismo durante el año de 1948 y 1952 en el gobierno de Galo Lincoln Plaza Lasso de la Vega (Vázquez, 2005).

Ecuador un país mega diverso situado en el puesto 17 por la presencia de diferentes ecosistemas en diferentes regiones por lo cual se relaciona el número de especies por unidad de superficie (0,017 especies/km<sup>2</sup>). Alberga 1.642 especies de aves, 4.300 especies de orquídeas, 540 de anfibios y 403 de mamíferos (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2015)

El estado de la biodiversidad de los ecosistemas de Ecuador ubica al parque nacional Cotopaxi en el cuarto lugar en relación con el número de ecosistemas que dispone, mientras que ubica al parque nacional Sangay en primer lugar con 19 diferentes y únicos ecosistemas.

**Gráfico 3:** Ecosistemas en parques nacionales

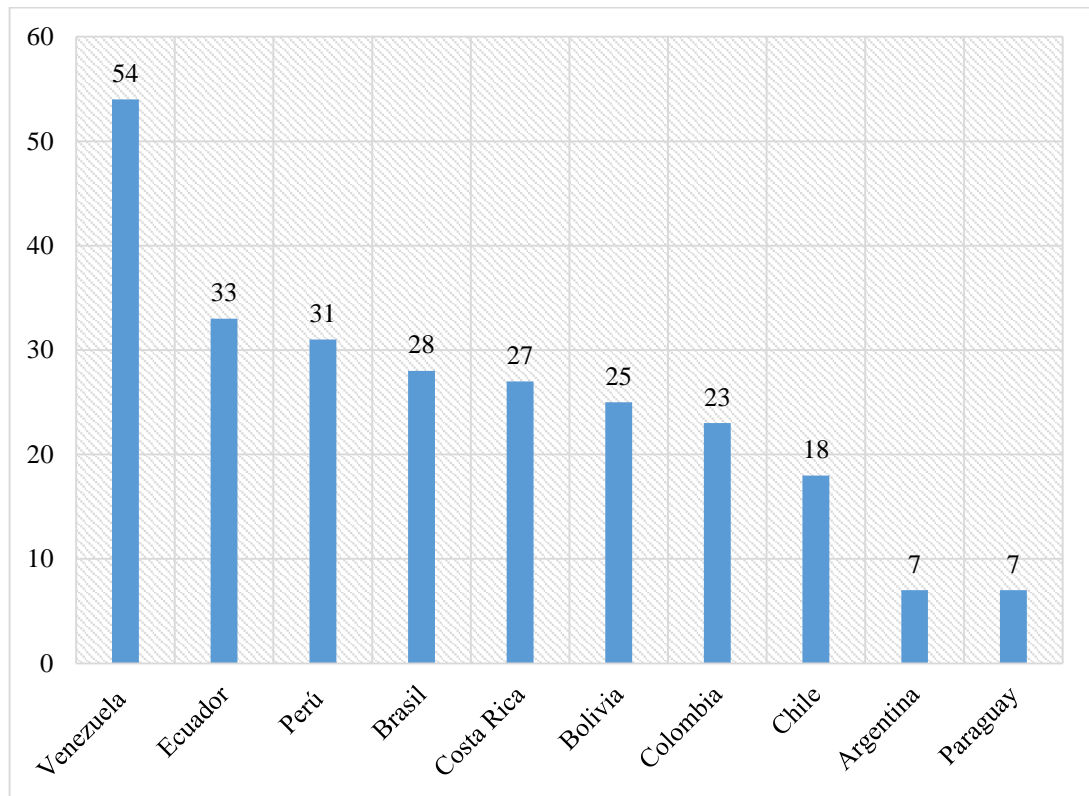


**Fuente:** Subsecretaría de Patrimonio Natural, Mapa de Ecosistemas del Ecuador continental (Ministerio del Ambiente, 2018)

**Elaborado por:** María Belén Valle

En la misma idea Ecuador en comparación con países de la región sudamericana se ubica como el segundo país con mayor porcentaje de áreas protegidas. En el siguiente gráfico se puede observar una comparación con la superficie de áreas protegidas por los países a nivel de Latinoamérica.

**Gráfico 4:** Porcentaje de superficie terrestre protegida por país (2014)



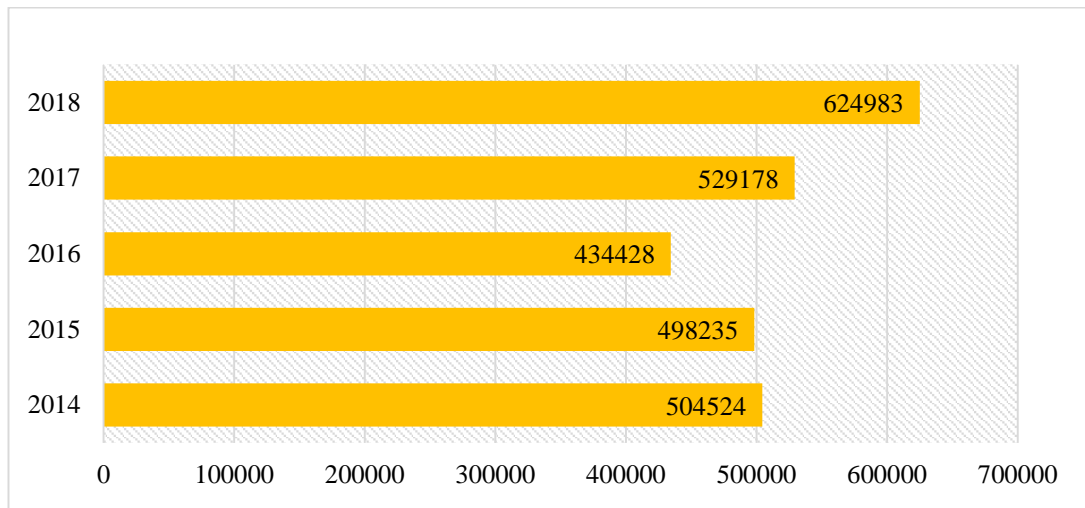
**Fuente:** Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y de los Recursos Naturales. (Ministerio del Ambiente, 2015)

**Elaborado por:** Áreas protegidas del Ecuador socio estratégico para el desarrollo 2014.

Se puede denotar que, Venezuela se destaca en el año 2014 como el principal país con mayor porcentaje de superficie terrestre protegida y por otra parte Ecuador se ubica como el segundo dentro de esta categoría y sus destinos más visitados se encuentran las islas Galápagos, Cotopaxi, Cotacachi Cayapas, Machalilla, Cuyabeno, cajas, y la reserva Chimborazo. Para el Ministerio de Turismo además, la región interandina se destaca por sus atractivos como volcanes, lagos, montañas, valles de los altos andes y demás encantos conforman una de las regiones más visitadas (2014).

Es así como mediante las cifras recabadas entre los años 2014 y 2018 del sistema nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, el país recibe aproximadamente a 518 000 turistas al año entre nacionales y extranjeros. En el siguiente gráfico se puede observar a más detalle el número de visitantes a parques nacionales del Ecuador:

**Gráfico 5:** Turismo en parques nacionales 2014-2018



**Fuente:** Reportes Históricos de Visitas (Ministerio del Ambiente, s.f.)

**Elaborado por:** María Belén Valle

Se puede recalcar que el país cuenta con la visita de 624983 turistas en el año 2018, siendo el año con mayor afluencia de turistas ya que se incrementó en un 18% respecto a años anteriores.

Por otra parte, la afluencia de los parques nacionales como: Sumaco, Yacuri, Sangay, Yasuni, Llanganates, Podocarpus, Cayambe Coca, Cajas, Machalilla y Cotopaxi en los últimos 5 años ha tenido un incremento notable. Entre estos parques nacionales se destaca el parque nacional Cotopaxi con su volcán elevado y majestuoso en los andes que lo ubica como el segundo mayor atractivo turístico del Ecuador.

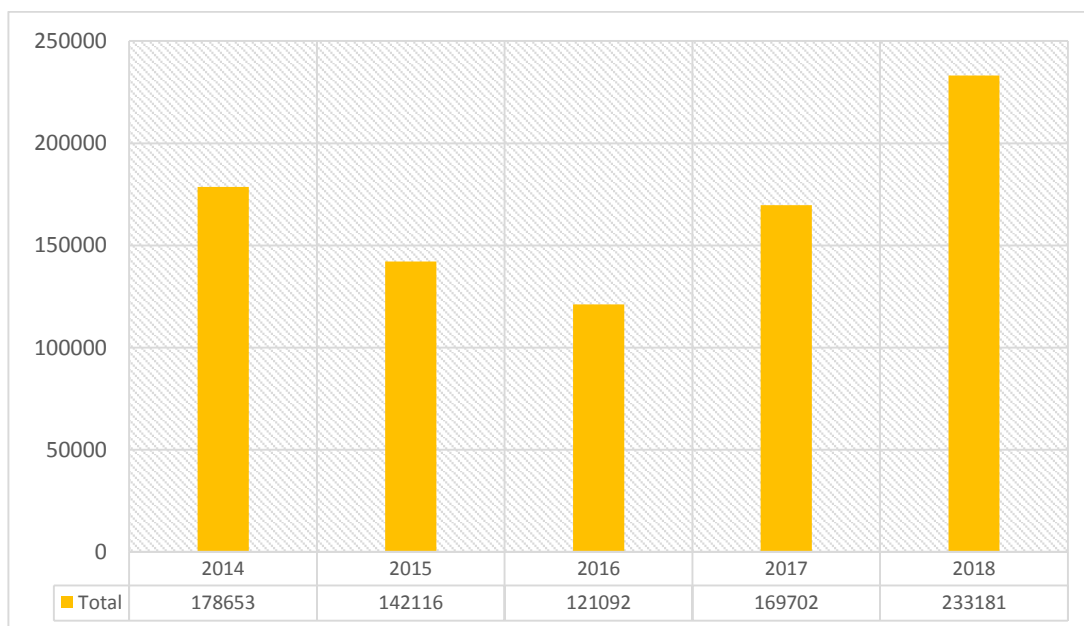
Este parque se encuentra abierto en un 90% para el disfrute de turistas nacionales y extranjeros debido a que es un ícono de la sierra interandina que pertenece al sistema nacional de áreas protegidas del Ecuador y según el Ministerio del Ambiente (2015) cuenta con una superficie terrestre de 33393 miles de hectáreas que fue creado el 11 de agosto de 1975 mediante acuerdo- resolución A-259-A. Además en este parque se encuentra el volcán Cotopaxi, un nevado con aproximadamente 5.800 metros de altitud

que junto a las islas encantadas galápagos, son símbolos de la geografía natural reconocida en todo el mundo según lo afirma el Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Ecuador (2015).

Esta reserva tiene gran afluencia debido al contacto con la nieve y es recomendada por varios logros de montañistas que han escalado la cumbre del Cotopaxi. El atractivo turístico del parque nacional encanta por el imponente nevado que puede ser apreciado por la carretera que forma parte de la denominada “avenida de los volcanes” (Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Ecuador, 2015).

En consecuencia a todo lo descrito anteriormente se ubicó como una de las más visitadas en el año 2018 y recibió a 233 mil turistas según se puede observar en los Reportes Históricos de Visitas del Ministerio del Ambiente. Argumentando esta idea en el grafico a continuación se puede observar la evolución del número de visitantes del parque nacional Cotopaxi:

**Gráfico 6:** Turismo Parque Nacional Cotopaxi 2014-2018



**Fuente:** Reportes Históricos de Visitas (Ministerio del Ambiente, s.f.)

**Elaborado por:** María Belén Valle

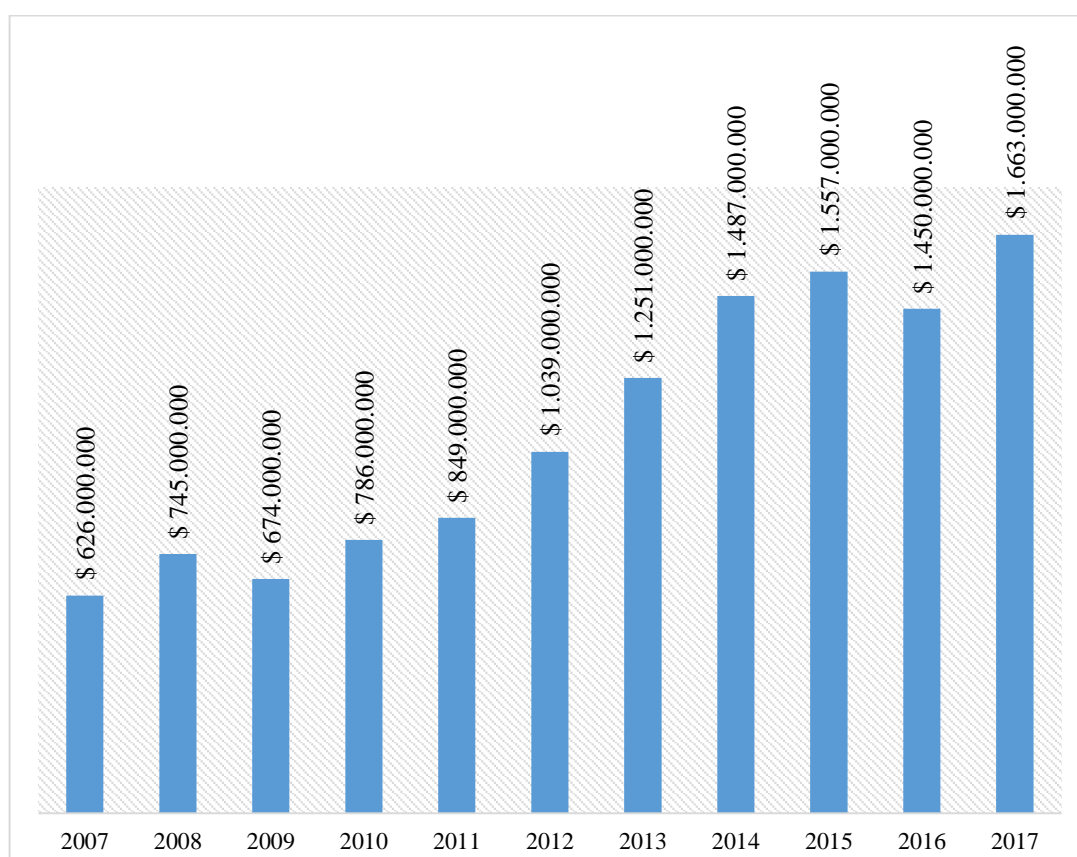
Como se puede observar a partir del año 2014 el Ecuador tuvo un Boom turístico sin embargo años posteriores hasta el 2016 el número de visitantes se reduce debido fundamentalmente a un decrecimiento de circulación de turistas extranjeros. Para los



años 2017 y 2018 incrementa el número de visitantes del parque debido a la promoción turística y a la conciencia de conservación de la biodiversidad que se ha dado en los últimos años.

Es así como la conservación de áreas protegidas a través de la promoción trae consigo ventajas que contribuyen al financiamiento. En el Ecuador se puede denotar que los ingresos obtenidos en el año 2017 fueron alrededor de \$ 1.663.000.000, valor que ha venido incrementándose a través de los años como se lo puede evidenciar en el siguiente gráfico:

**Gráfico 7:** Ingresos por turismo internacional en Ecuador 2007-2017



**Fuente:** Banco Mundial (2017)

**Elaborado por:** María Belén Valle

Del total de los ingresos observados anteriormente una parte se destina a gastos necesarios para gestión y cuidados que requieren las reservas o parques nacionales. Según el Ministerio de Turismo la mayor parte de los gastos son financiados mediante las aportaciones provenientes de la afluencia de turistas (2014).

De igual forma el parque nacional Cotopaxi contribuye con emprendedores y empresarios, quienes tienen como requisito la obtención de la patente de operación en el sistema nacional de áreas protegidas para su funcionamiento (Ministerio del Ambiente, 2010).

Cabe señalar que el equipo humano que labora en áreas protegidas es de alrededor de 277 personas de las cuales 158 son contratados por el Ministerio del Ambiente y 119 se financian con recursos gracias a las donaciones (Ministerio del Ambiente, 2005)

En otra instancia los ingresos recaudados resultan ser insuficientes debido a que el sector turístico necesita actualizarse en cuanto a tecnología, como también en apoyo de financiamiento en el sector rural, que es oferente del turismo de naturaleza (El telégrafo, 2014).

En la mayoría de los países según Adamson, las áreas de conservación disponen de limitados recursos, en general las áreas protegidas se financian mediante fondos públicos, donaciones cooperaciones internacionales y tarifas de ingreso (2008).

En relación con este tema de financiamiento de las áreas protegidas hay que destacar que la mayor parte de los montos de los recursos provienen de los aportes financieros de quienes acuden a las áreas protegidas que tienen varios comportamientos económicos que deben ser estudiados con el objetivo de incrementar los ingresos de las reservas nacionales y así poder resolver las problemáticas anteriormente mencionadas.

Al momento de aportar económicamente es importante destacar aquellos factores determinantes que incurren en el nivel de aportación. Es así como la investigación titulada: Análisis de los determinantes de la inclusión financiera realizada por Peña, Hoyo, & Tuesta (2014) menciona que: las características personales que influyen en la inclusión financiera son la edad, la posición en el hogar y el estado civil, mismas que resultan estadísticamente significativas. Por otra parte, en cuanto a conductas de aportación por parte de turistas según la investigación de Higinio & Curvo (2016) realizada en el parque nacional Corales ubicado en el mar Caribe de Colombia se concluye que: Las personas encuestadas que deciden no aportar económicamente en un 39% en razón de que el dinero no les alcanza, por otra parte la confianza en las

autoridades también juega un factor importante ya que el 32% se decidió por no aportar, por desconfianza en manejo de recursos y finalmente describe que el 24% de los turistas considera que el gobierno debe enfrentar todos los gastos.

### **1.1.2. Justificación metodológica**

El estudio de variables determinantes en las contribuciones al parque Nacional Cotopaxi es una investigación de tipo descriptivo, experimental y correlacionar. La investigación identifica y caracteriza al turista que realiza una contribución financiera, la misma que puede ser de tipo voluntario, anónimo y recíproco.

Se hace uso de la encuesta como herramienta de recolección de datos, la misma que ha sido recabada del proyecto de investigación titulado: “Conservación y Sostenibilidad Financiera a través de pagos voluntarios, anonimidad y reciprocidad del parque Nacional Cotopaxi”, el cual está a cargo de la Facultad de Contabilidad y Auditoría autorizado mediante oficio Nro. MAE-DPACOT-2018-1757-O, bajo la dirección de la Dra. Tatiana Valle – Coordinadora principal y el Ing. Roberto Valencia – Coordinador subrogante

La aplicación de la encuesta como herramienta de recolección de información, se sustenta en varias investigaciones previas con objetivos similares, tal es el caso de “Estudio de la demanda del turismo en el parque nacional y reserva de la biósfera de Monfrangue” cuyo objetivo es realizar un diagnóstico exhaustivo del turismo analizando indicadores como el perfil del visitante los alojamientos utilizados o a las actividades que se han llevado a cabo (Berrocal, Mateos, & Pérez , 2015).

Se emplea el análisis de regresión logística multinomial debido a que existen varias categorías de las variables en estudio y se pretende establecer aquellas características que posee el visitante, las mismas que direccionan a realizar un tipo de aporte de los ya especificados anteriormente, adicionalmente se emplea el análisis logit para corroborar la variable determinante o la más influyente.

Modelos estadísticos que ya han sido objeto de estudio y de aplicación en varias investigaciones, es así que la investigación realizada por Albaladejo & Díaz, (2005) en la cual determina el perfil turístico que corresponde a los diferentes tipos de alojamientos existentes en un determinado destino de turismo rural cuyos resultados

indican la amplia variedad de alojamientos con respecto al tamaño y tipo es una forma adecuada de atraer a personas de diferentes perfiles.

De igual manera en materia de turismo se ha utilizado modelo logit multinomial a los datos de una comunidad de montaña en el norte de Italia para revelar la heterogeneidad de la percepción de los residentes cuyos resultados indican sobre el turismo en la región generan una división de residentes en partidarios del medio ambiente, partidarios del desarrollo, proteccionistas y ambivalentes (Brida, Osti, & Barquet, 2010).

### **1.1.3. Justificación práctica**

Los parques estatales con un presupuesto limitado requieren de aportes voluntarios de donantes o cooperantes, que al ser una contribución que no registra un valor establecido es necesario poder determinar que variables son las que favorecen la recaudación de tal manera que con los resultados obtenidos se puedan aplicar estrategias en mejoras de la recaudación.

Es importante mantenerse al ritmo del constante cambio en cuanto a demografía, preferencias y caracterización de los turistas debido a que año tras año es dificultoso encontrar fondos sostenibles para parques además de los programas y servicios bajo una administración adecuada.

Es un tema poco estudiado que requiere su aplicación debido a que favorecerá de gran manera la gestión de los recursos disponibles e inclusive determinar bajo que parámetros se suscita el actuar de los donantes en beneficio de la reserva natural protegida.

A nivel profesional por la utilización de modelos estadísticos, matemáticos, análisis de variables determinantes favorecen aportes significativos para la toma de decisiones que beneficia directamente a la autogestión que desempeña el área protegida de Cotopaxi.

El proyecto de investigación se podrá utilizar para otras investigaciones, debido a que la información es técnica y analítica de las cuales pueden surgir nuevas aplicaciones

en diversos sectores que buscan fomentar la autogestión de una manera estratégica mediante contribuciones voluntarias para aportar en beneficio al objeto de estudio.

#### **1.1.4. Formulación del problema**

¿Cuáles son las variables determinantes en la contribución financiera de los turistas del Parque Nacional Cotopaxi?

### **1.2 Objetivos**

#### **1.2.1. Objetivo general**

- Definir variables determinantes en el tipo de Contribución de los turistas del Parque Nacional Cotopaxi

#### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Definir las características sociodemográficas y financieras del turista frente a la conducta de aportación.
- Aplicar un método de análisis estadístico para categorizar las variables del perfil del turista respecto al tipo de contribución.
- Identificar las variables significativas que inciden en las aportaciones financieras de los turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Revisión de Literatura**

##### **2.1.1. Antecedentes investigativos**

###### **Impacto del Sector del Turismo**

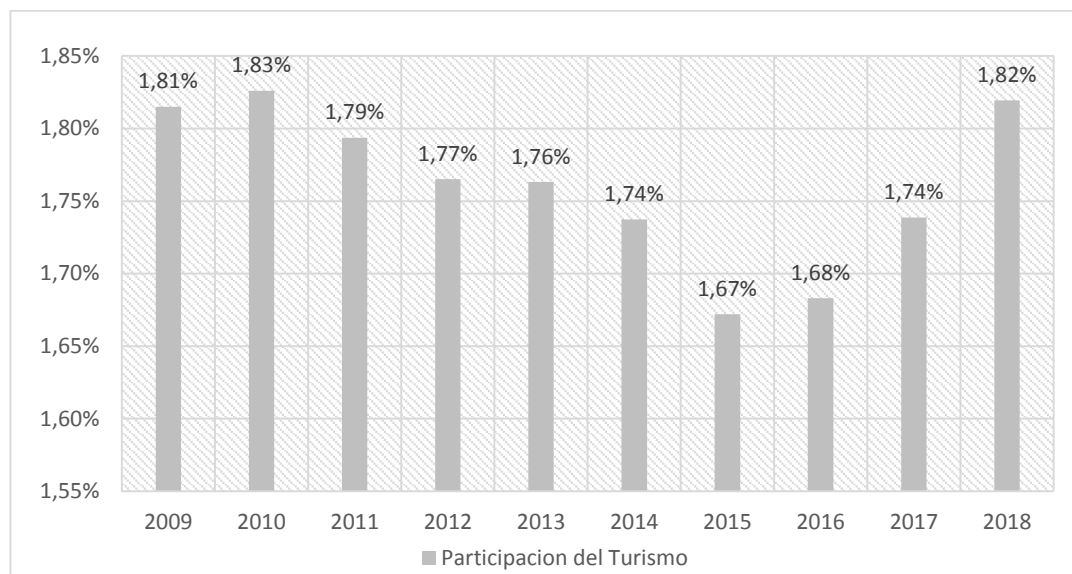
El presente trabajo de investigación tiene como objeto caracterizar al turista en cuanto a su aporte, con el fin de establecer estrategias de recaudación e impulsar o motivar un nuevo ingreso en beneficio de la biodiversidad.

A nivel mundial el sector del turismo está compuesto por una gama de industrias con el objeto de servir y atraer a más visitantes para el disfrute y deleite de las maravillas que el mundo tiene para ofrecer.

El turismo genera un impacto económico directo, en cuanto a cifras a nivel mundial en el 2018 representa el 3,9% del PIB mundial. Valor que se compone por cifras de ingresos por turismo de Estados Unidos, China, Japón, Alemania y el Reino Unido que fueron los cinco principales mercados en 2018 representando en su conjunto el 45% del PIB del Turismo a nivel mundial (World Travel & Tourism Council, 2019).

El crecimiento demuestra la capacidad de los países para difundir sus atractivos en todo el mundo, es así como el World Travel & Tourism Council, (2019) menciona a países como Etiopía, Ecuador, San Cristóbal y Nieves, Egipto y Turquía lideraron el top a nivel mundial en Viajes y Turismo respecto al crecimiento del PIB en el año 2018.

**Gráfico 8:** Evolución del PIB Turismo Ecuador



**Fuente:** Información estadística mensual PIB por Industria (Banco Central del Ecuador, 2019)

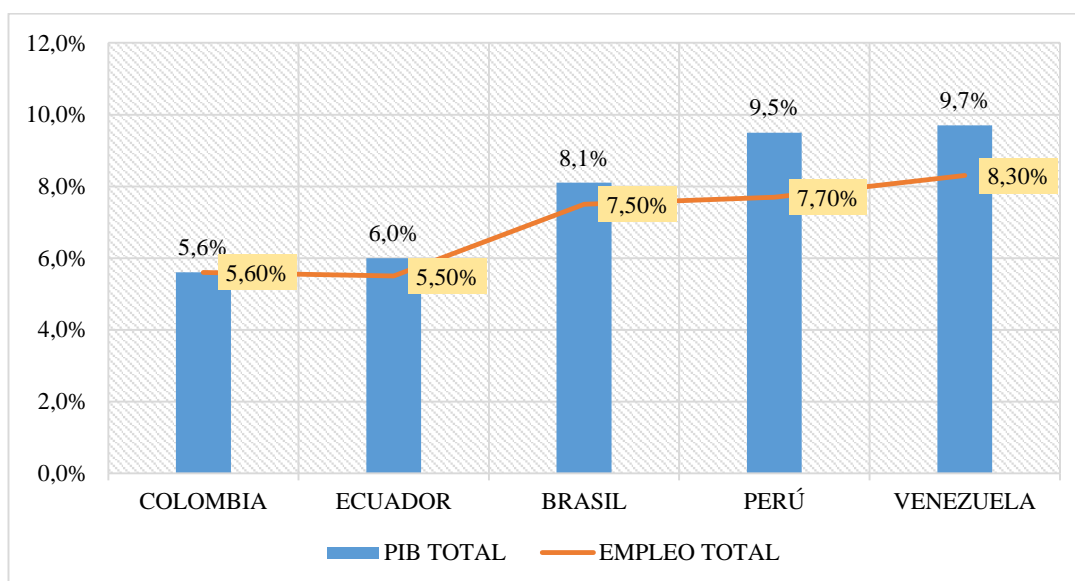
**Elaborado por:** María Belén Valle

Ecuador un país que ha tomado mecanismos de apoyo para potenciar el turismo lo cual se refleja en cifras que proporciona el Banco Central del Ecuador que a través de los 3 últimos años, el porcentaje de turismo respecto al PIB ha ido incrementando y para el año 2018 llegó al 1.82%, presentando una variación creciente del 6% respecto al año 2017.

Factores que influyen en el flujo de visitantes en todo el mundo son los atractivos que dispone un país y la fortaleza monetaria inciden en el comportamiento del viajero. Es así que el turismo es el motor de desarrollo económico que se está potenciando a nivel mundial y en cuanto a los países vecinos de Ecuador, también ha generado un crecimiento que a su vez permite la creación de empleo además de que es un vehículo para compartir culturas e ir construyendo un entendimiento mutuo.

Ecuador uno de los países que ha liderado el sector turístico a nivel mundial en el año 2018 por su crecimiento es del 6% respecto a los años anteriores, situación que también sucede en países vecinos como se puede observar en el siguiente gráfico:

**Gráfico 9:** Contribución del turismo al Pib y al Empleo Total



**Fuente:** (World Travel & Tourism Council, 2018)

**Elaborado por:** María Belén Valle

El impacto económico y laboral de Ecuador y de los países vecinos, da a conocer la siguiente información: El sector del turismo en Colombia para el año 2018 tuvo una variación del 5,6% del PIB total, generando 1271.8 millones de empleos o el 5,6% del empleo total, de igual manera el turismo en Ecuador tuvo una variación del 6% del PIB total, generando 430.2 millones de empleos o a su vez el 5,5% del empleo total, el turismo en Brasil tuvo una variación del 8,1% del PIB total, generando 6855.0 millones de empleo o el 7,5% del empleo total, el turismo en Perú varía al 9,5% del PIB total, generando 1310.3 millones de empleo o el 7,7% del empleo total, y finalmente Venezuela tuvo una variación del 9,7% del PIB total, generando 1112,8 millones de empleo o el 8,3% del empleo total.

En promedio el sector turístico respecto a años anteriores ha tenido variación creciente aportando a la economía de los países analizados en un 7.8% y por otra parte aporta al empleo total en alrededor de un 7%. La relación que existe entre el crecimiento económico y el empleo va de la mano en cuanto al turismo, es por esa razón que es importante establecer estrategias que puedan aportar a mayores recaudaciones por actividades turísticas.



## **Áreas protegidas para la conservación de la Biodiversidad**

Se denominan áreas protegidas aquellas superficies de tierra o mar, especialmente dedicada a conservar la naturaleza a través de medios legales. Las áreas protegidas son creadas ante la amenaza de cualquier tipo de interacción humana con el medio ambiente que dejen destrucciones en el entorno.

El gobierno ecuatoriano, protege al medio ambiente con políticas ambientales garantizando la conservación de la biodiversidad, por lo que se direccionan recursos económicos que forman parte del presupuesto del estado a la sostenibilidad financiera. A la vez promueve la organización e inserción de pueblos, comunidades, nacionalidades, que habitan en áreas protegidas, las cuales ha sido su hogar durante años (Ministerio del Ambiente, 2015).

Las áreas protegidas también denominadas áreas de conservación son fuentes de desarrollo, ya que al contar con un historial creciente de visitas turísticas que promueven e impulsan el empleo, también dinamizan el sector comercial, haciendo uso del turismo como una estrategia del desarrollo económico.

Para la obtención de resultados positivos es necesario brindar al turista calidad en el medio ambiente, facilidades en el acceso a las áreas protegidas y promover excelente servicio al consumidor (Eagles P. , 2010).

Los parques son un importante activo turístico, principalmente para los países en desarrollo, creados por las bondades de la madre naturaleza y potenciados por el gobierno en base a políticas públicas y el compromiso ambiental sostenible en beneficio de la sociedad.

Por lo tanto es un fenómeno global con un mercado mundial en el cual existen sectores de la sociedad que en mayor proporción valoran los beneficios derivados de estas instituciones, debido al impacto económico que proporcionan para el sector. Aprovechando las ventajas competitivas, producto de características naturales, diversidad de flora, fauna.

El incremento de visitas tanto nacionales como extranjeros trae consigo impactos asociados ya que se requiere brindar un servicio a un número creciente de turistas lo

cual da lugar a un mayor énfasis en la gestión del turismo en áreas protegidas o en parques nacionales.

Contribuir a la conservación, integrando a las comunidades locales al turismo, sin embargo es un turismo especialmente difícil ya que las actividades turísticas se basan en gran medida en la transformación del capital natural en estadía, alojamiento e instalaciones de servicio (Piga, 2003).

Existen importantes brechas de investigación que necesitan urgentemente trabajo adicional para poder continuar con un futuro sostenible de parques y de áreas protegidas, en tal contexto se cita la investigación de (Eagles P. , 2013) señala la importancia en los parques nacionales de realizar monitoreo del visitante, impacto económico del turismo, financiación del parque, entre otros. El documento sugiere que es necesario recopilar datos de entrada de visitantes de tal forma que se pueda monitorear y reportar el uso del parque, con el fin de identificar un conjunto de métodos de monitoreo integrados que produjeran datos para mejorar la gestión sostenible.

Además se considera el monitoreo del impacto económico como información valiosa sobre los ingresos obtenidos de actividades del parque, y por otra parte los llamados parques de papel, considerados de tal forma por no contar con fondos. Existen varias fuentes posibles de ingresos para la gestión del parque por lo cual considera y sugiere ir más allá de las listas de posibles fuentes de ingresos del turismo de parques, promover estudios de casos de cómo los parques y los sistemas de parques generen los ingresos necesarios (Eagles P. , 2013).

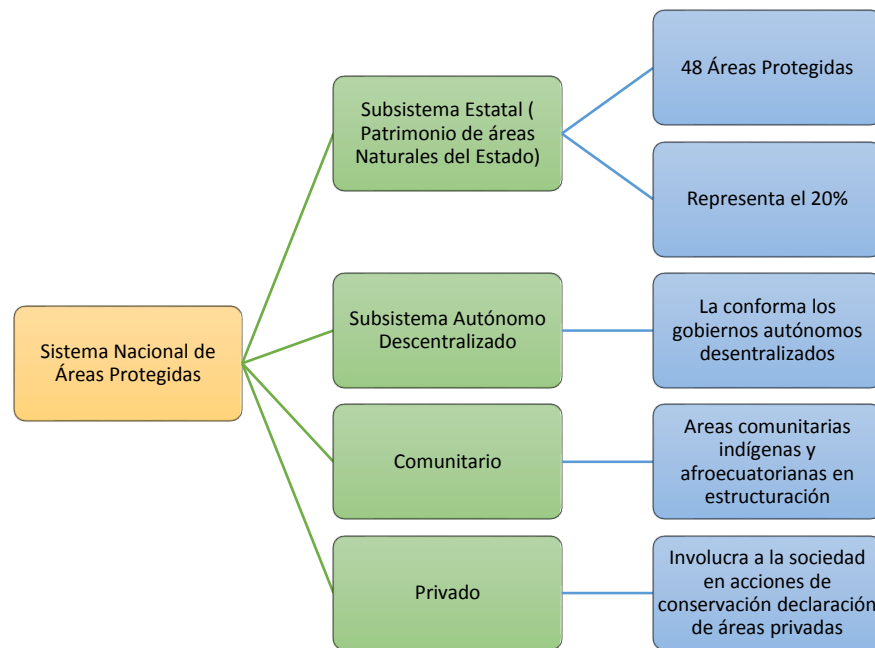
### **Tendencias en la Gestión de Áreas Protegidas**

Ecuador inicia sus primeros pasos a favor de la conservación de los ecosistemas que dispone con la ejecución de normas legales para protección del Archipiélago de Galápagos, partiendo de aquello a través del tiempo se han realizado estrategias medio ambientales hasta la consolidación del Sistema nacional de áreas protegidas cuyo objeto fue garantizar conservación de la biodiversidad y mantenimiento de servicios ecológicos. (Ministerio el Ambiente, 2013)

La constitución del año 2008 sección tercera titulada patrimonio natural y ecosistemas señala que: el Sistema Nacional de áreas Protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Además determina la estructura del sistema nacional de áreas protegidas

**Gráfico 10:** Sistema Nacional de Áreas Protegidas



**Fuente:** Patrimonio natural y ecosistemas (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

**Elaborado por:** María Belén Valle

Se conforman 4 subsistemas de los cuales el estatal está conformado por 48 áreas protegidas en beneficio y al servicio de la conservación. Además es denominado Patrimonio de Áreas Naturales del Estado, lo cual es beneficioso ya que todos los ecuatorianos aportan de alguna manera para preservar la biodiversidad. El subsistema autónomo está conformado por áreas protegidas que han sido declaradas por los gobiernos autónomos descentralizados. El subsistema de áreas protegidas tanto comunitarias como privadas se encuentra en estructuración, gestionando y determinando lineamientos para hacer partícipes a la sociedad de la conservación (Ministerio el Ambiente, 2013).

## Turismo en cifras de Áreas Protegidas

La industria más grande del mundo es el turismo, con el potencial de generar fondos sustanciales para la conservación de la biodiversidad, por lo cual las Áreas protegidas son a menudo una importante fuente de atracción para los turistas.

En datos a nivel Nacional, Ecuador recibe un número de turistas mayor al que reciben los países vecinos Colombia y Perú. Además la generación de empleos directos para el año 2013 fueron de 5735, el visitante extranjero gasta en promedio 147 dólares por día en su visita, mientras que el turista nacional gasta en promedio 110 dólares diario según el Boletín informativo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (Ministerio del Ambiente, 2016)

**Tabla 1:** Turismo de áreas protegidas

<b>Años</b>	<b>Nacionales</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Total Visitantes</b>
<b>2010</b>	2755218	120420	2875638
<b>2011</b>	441176	168417	609593
<b>2012</b>	796044	201104	997148
<b>2013</b>	979404	263659	1243063
<b>2014</b>	1461519	469437	1930956
<b>2015</b>	1584687	389522	1974209
<b>2016</b>	1557339	284994	1842333
<b>2017</b>	1582029	318061	1900090
<b>2018</b>	1490882	342989	1833871

**Fuente:** (Ministerio del Ambiente, 2016)

**Elaborado por:** María Belén Valle

La visita de turistas nacionales es la que predomina sobre la visita de los turistas extranjeros para el año 2018 del total de visitantes los nacionales representaron el 81% frente a los extranjeros que representaron el 19%.

El número de visitantes a las Áreas protegidas en los últimos cinco años ha mantenido un promedio de visitas de 1896300, para el año 2018 respecto al año 2017 se presentó un decrecimiento en visitas del 3%.

**Gráfico 11:** Visita áreas protegidas



**Fuente:** (Ministerio del Ambiente, 2016)

**Elaborado por:** María Belén Valle

La variación del año 2013 al 2014 presenta un porcentaje representativo ya que incrementaron la afluencia de visitantes en un 55% respecto al año anterior.

El año 2012, en base a los registros de visitas turísticas alcanzados y respecto a la variación con años anteriores, se declaró la gratuidad al ingreso a las áreas más visitadas a los Parques Nacionales Machalilla y Cotopaxi y la Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas (Ministerio el Ambiente, 2013).

### **Sostenibilidad Financiera de Áreas Protegidas**

Sostenibilidad es aquella característica de un proceso o estado que puede mantenerse indefinidamente cuya clave es el balance proporción o equilibrio. En cuanto a las áreas protegidas se refiere a la habilidad para asegurar un financiamiento estable de largo plazo con el objeto de cubrir costos de administración y manejo de áreas protegidas que pueda dar cumplimiento a los objetivos de conservación y el mandato constitucional.

Sin embargo la suficiencia económica que permita a las comunidades de los alrededores que puedan desarrollar alternativas productivas amigables con la

naturaleza generando bienestar para las poblaciones y disminuir amenazas que afecten a las áreas protegidas (Ministerio del Ambiente, 2015).

El sector sin fines de lucro es un componente estratégico que construye una comunidad y genera un beneficio mutuo, sin embargo los dirigentes o quienes estén al frente de la organización son los responsables de lograr la sostenibilidad. Por lo general este tipo de organizaciones son autogobernadas, considerando que la participación en ellas es voluntaria y las actividades que se desempeñan abordan asuntos públicos.

La falta de financiamiento, inestabilidad y dificultad de generar recursos propios para poder disponer de donaciones son factores que a lo largo de la vida de la organización son motivos por los cuales dejan de operar aquellas instituciones (Castañeda, 2013).

Por lo que se pretende desarrollar habilidades técnicas que en conjunto se pueda coordinar esfuerzos. Dichas modificaciones o mejoras se incluyen en planificaciones estratégicas para recaudación de fondos. El fin es obtener una ayuda institucional a largo plazo que pueda reemplazar a proyectos pequeños de corto plazo (Acosta, 2012).

Identificar tendencias y estrategias que puedan demostrar un alto nivel de organización y aporte a la recaudación financiera. La estabilidad en cuanto al financiamiento estable y de largo plazo con el fin de cubrir costos administrativos que contribuya al manejo de áreas protegidas (Ministerio del Ambiente, 2015).

### **2.1.2.2 Financiamiento del sistema nacional de áreas protegidas**

La base financiera del Sistema Nacional de Áreas Protegidas equivale al monto del Financiamiento del SNAP proveniente del aporte del estado al financiamiento del patrimonio natural del País de Origen se presentan en valores crecientes según datos oficiales del Ministerio del Ambiente (2015).

El sistema nacional de áreas protegidas asegura la conservación de la biodiversidad presente en el país, así como también la interacción entre ecosistemas en varios niveles terrestre, marino y costero marino, así también de recursos culturales y de las principales fuentes hídricas (Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Ecuador, 2015).

Además está integrado por los subsistemas estatales, autónomo descentralizado, comunitario y privado, además su rectoría y regulación será ejercida por el Estado.

En cuanto a datos, según el sistema nacional de áreas protegidas (2012) el gasto total anual del bordeó los 21,6 millones, lo que se considera un valor creciente sin precedentes de los recursos con el aporte del estado de un 94%. Además las herramientas de planificación para el manejo de áreas protegidas se determinan que en su mayoría cuentan con un plan de manejo sin embargo no todas las áreas protegidas disponen de un mecanismo que les permita asegurar la sostenibilidad financiera.

Cabe recalcar que la asignación de recursos por parte del estado responde a la urgencia e importancia en orden de prioridades por parte de cada instancia y a la disponibilidad de fondos públicos.

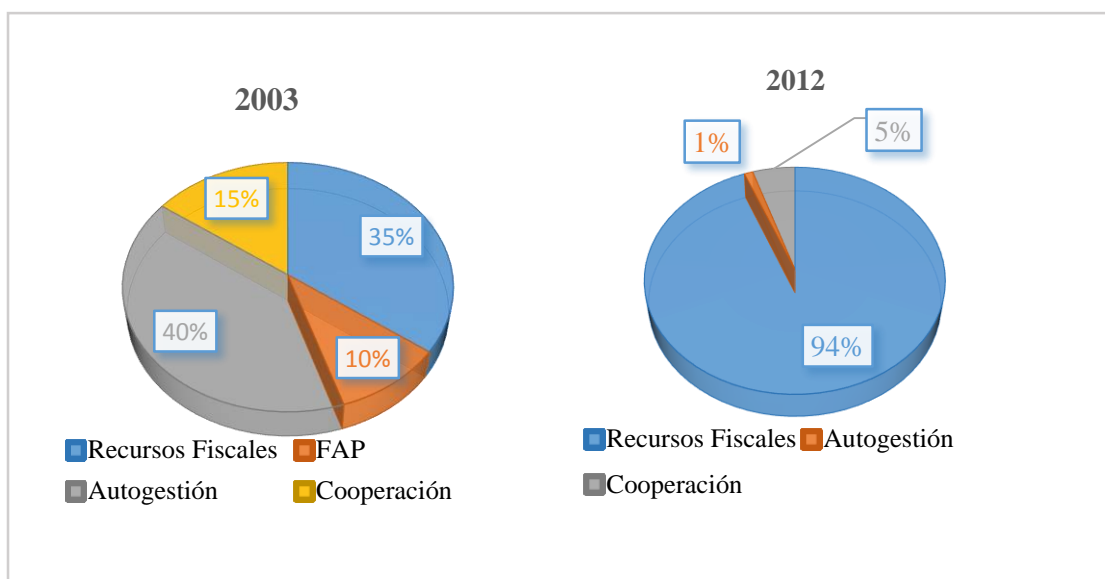
En cuanto a incrementar la sostenibilidad financiera a largo plazo el SNAP propone diversificar las fuentes de ingreso y los mecanismos financieros que canalicen los fondos obtenidos de diferentes actores privados y públicos, considerando un balance entre recursos fiscales, ingresos de autogestión y cooperación internacional, a fin de reducir su vulnerabilidad ante eventos externos y su dependencia de los presupuestos gubernamentales, que son limitados y variables (Ministerio del Ambiente, 2015).

La publicación del Ministerio del Ambiente del Ecuador (2015) determina que el gasto total en áreas protegidas para el año 2012 bordea los 21,6 millones valor equivalente al monto gastado durante el periodo de 2003 al 2010 acortando brechas existentes en cuanto a impacto, cobertura de actividades y gestión.

La contribución por fuentes de ingresos está conformada por varios rubros que se los compara en diferentes períodos, para el año 2003 lo conforma el 40% por autogestión, el 35% por recursos fiscales el 15% por cooperación y el 10% por los recursos del fondo de áreas protegidas, mientras que para el año 2012 el 94% corresponde a recursos fiscales, el 5% a cooperación y el 1% correspondiente por autogestión (Ministerio del Ambiente, 2015)

Se evidencia un gran incremento debido a recursos fiscales como fuente de ingresos para áreas protegidas en el año 2012. En más detalle sobre las contribuciones por fuentes de ingresos se las puede observar a continuación:

**Gráfico 12:** Contribución por fuente de ingreso en USD 2003-2012



**Fuente:** Ministerio del Ambiente del Ecuador, (2015)

**Elaborado por:** Estrategia de Sostenibilidad Financiera del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (2015)

Como se puede denotar el FAP (Fondo Áreas Protegidas) generalmente va direccionado para complementar el gasto corriente. De igual manera PANE (Proyecto delimitación física y turismo sostenible) desarrolla gastos de inversión con recursos del presupuesto general del estado

El ministerio y los GADs aportan al gasto de inversión, en el año 2012 contribuyó con un aporte de 1,7 millones representando el 25% de todos los gastos de inversión. Por otra parte actores nacionales e internacionales se manifestaron en el año 2012 aportando aproximadamente 1 millón con inversiones directas al SNAP.

Los recursos estatales que se obtienen son destinados a la inversión infraestructura, equipamiento, y servicios profesionales. El informe del comportamiento del gasto estatal en el SNAP menciona que para el año 2012 el 45% fue a través de gasto corriente que se invierte directamente en áreas protegidas, el 26% cubre gastos sistémicos a nivel de planta central, el 86% aporta a través de recursos corrientes, el 14% es administrado por el fondo ambiental nacional en coordinación con el Mae.



## **Mecanismos de Financiación de Áreas Protegidas**

Existen diversas políticas, estrategias y acuerdos, a nivel mundial, regional y nacional, que denota la importancia de la financiación de las Áreas Protegidas. Muchos países han ratificado convenios internacionales que establecen las bases para áreas protegidas y conservación de la biodiversidad, y como tales están obligados a cumplir con sus disposiciones (Emerton, 2006).

La variedad de mecanismos para obtener fondos de gobiernos, ONG, individuos y empresas externas a las de áreas protegidas se estudia en la investigación titulada “Sustainable Financing of Protected Areas A global review of challenges and options” en la que se menciona que existen tres formas de atraer y administrar flujos externos de fondos como:

El Presupuesto del gobierno nacional y asistencia extranjera, el cual incluye fondos del estado, bilaterales, multilaterales que llegan a ser las principales fuentes en la mayoría de los países con alta probabilidad de que a través del tiempo continúe siendo dependiente las áreas protegidas de los fondos del estado (Emerton, 2006).

A nivel mundial se han ido incrementando el número de áreas protegidas, lo cual también implica buscar recursos para poder conservarlas. La mayoría de los países en desarrollo manifiestan que es dificultoso poder pagar dicha conservación, además de la disminución de los fondos del gobierno, como también la disminución de donantes.

Por lo cual es recomendable dirigir la financiación de las áreas protegidas a mantener los fondos existentes que es el presupuesto del estado.

Además, la contribución del estado a los parques ha sido creciente a través de los años, basado en estudios respectivos. Dependiendo de las contribuciones voluntarias es arriesgado, cuando se dirigen a un bien público se centra en la problemática en el que todos pueden disfrutar de los beneficios pero son quienes dejan que otros contribuyan, lo que indica una financiación menos óptima (Walls & , 2013).

Ministerio del Ambiente, (2015) menciona que las áreas protegidas se benefician del presupuesto otorgado por el estado mediante el Ministerio del Ambiente, para el año 2018 se presupuestó un monto de \$ 6,733,557.23 en recursos que son de ayuda para:

Administración y planificación; Comunicación educación y participación ambiental, Control y vigilancia; Uso público y turismo y finalmente Manejo de biodiversidad.

En la siguiente tabla se puede observar un desglose del presupuesto del Ministerio del Ambiente para el año 2018:

**Tabla 2:** Presupuesto 2018 Ministerio del Ambiente

Proyecto socio bosque de conservación	22790207,81	40,40%
Programa nacional de reforestación	7097570,66	12,60%
Efectos adversos del cambio climático	7018790,77	12,40%
Apoyo al sistema nacional de ÁREAS PROTEGIDAS	6733557,23	11,90%
Remediación ambiental y social	3555026,47	6,30%
Paisajes en el sistema nacional de ÁREAS PROTEGIDAS	2188710,8	3,90%
Recuperación de las ÁREAS PROTEGIDAS de la ciudad de Guayaquil	1995253,8	3,50%
Programa conservación de bosques	1929305,03	3,40%
Gestión integral de desechos sólidos	1065433,92	1,90%
Sistema nacional de control forestal.	1038674,41	1,80%
Aplicación de la normativa de evaluación ambiental	500000	0,90%
Emisiones y transferencias de contaminantes	232209,19	0,40%
Gestión ambiental adecuada	171495,61	0,30%
Gestión integrada para la lucha contra la desertificación	128376,36	0,20%

**Fuente:** (Ministerio de Economía y Finanzas, 2018)

**Elaborado por:** María Belén Valle

Como se puede observar para el año 2018 el 18% aproximadamente ha sido otorgado a las áreas protegidas en diferentes proyectos. El 11% se dirige al apoyo al sistema nacional de áreas protegidas, un 4% dirigido desarrollo de paisajes en el sistema nacional de áreas protegidas del ecuador, y alrededor de un el 3,5% en recuperación de las áreas protegidas de Guayaquil.

### **Donaciones Voluntarias Privadas**

Aunque los recursos económicos son escasos, en especial dentro de instituciones sin fines de lucro como es el caso de los parques nacionales. Según la investigación de Eagles (2010) realizada en parques nacionales, los parques reciben bajas tarifas de entrada por el uso del parque nacional, las mismas que cubren apenas una pequeña parte de los costos de gestión.

Por otra parte el artículo científico del autor Widyaningrum, (2012) titulado "Financing Strategy of National Park Model A Study in Gunung Halimun Salak

National Park, West Java, Indonesia” menciona que el caso común de los bienes y servicios que proporciona un área protegida en relación con el precio del mercado es su precio infravalorado de tal forma que las entradas a los Parques Nacionales se establecen muy por debajo de la disposición a pagar de los visitantes.

**Tabla 3:** Mecanismos de donaciones privadas voluntarias

<b>Fundaciones filantrópicas</b>	Aporta ONG sin fines de lucro, fondos patrimoniales establecidos por ricos particulares o empresas
<b>Financiación corporativa</b>	Opera a nivel mundial, los cuales establecen fondos para la conservación de la biodiversidad
<b>Donaciones personales</b>	Interés personal, en la conservación de especies silvestres y espacios naturales
<b>Donaciones Corporativas</b>	Importancia relevante para la conservación de tierras tropicales

**Fuente:** Mecanismo de donaciones (Widyaningrum, 2012)

**Elaborado por:** María Belén Valle

Las fundaciones filantrópicas proporcionan fondos sustanciales a las áreas protegidas por ejemplo la fundación Ford, Rockefeller. La financiación corporativa recauda fondos mediante la publicidad empresarial, grandes empresas que se unen a la causa mientras llegan a más posibles clientes, y se dan a conocer, a más de hacer labor social. Las donaciones personales provienen de distintas fuentes pueden ser de individuos, grupos e inclusive organizaciones oportunidad para que los ciudadanos interesados patrocinen o puedan donar recursos económicos para causas de conservación (Emerton, 2006)

Las donaciones voluntarias no constituyen una gran proporción de los flujos financieros totales de las áreas Protegidas, sin embargo tienen el potencial de contribuir sustancialmente a la conservación de áreas protegidas

Para aumentar la cantidad de donaciones se requiere desarrollar mecanismos convenientes para poder capturar dichos fondos

El interés por financiar o patrocinar áreas protegidas se vincula a la toma de conciencia de lo importante que son los problemas ambientales y el vínculo que se puede generar

con el sector privado. En el cual se promueve una inversión que en base a beneficios se justifique dicho aporte en términos comerciales, beneficioso para la biodiversidad.

Privatización y Contratos Son las concesiones del sector privado para operar servicios particulares dentro del parque. Según la investigación de (Walls & , 2013) manifiesta que es preferible realizar el contrato si éste es eficiente y si los costos totales de monitoreo es menor que al costo del servicio que brinde el gobierno.

Los acuerdos contractuales con empresas privadas, no es una solución a los problemas de financiación debido a que se busca un equilibrio entre los costos totales de la contratación con los costos de operar los parques (Walls & , 2013).

### **Fondos Ambientales y canjes de deuda por naturaleza**

Son un mecanismo para la financiación de áreas protegidas. Se complementan con las contribuciones del sector privado, ingresos fiscales y ganancias de los cargos basados en el mercado para bienes y servicios.

En la investigación de (Emerton, 2006) señala que: Los canjes de deuda por naturaleza se utilizan como un mecanismo mediante el cual una agencia externa compra la deuda pública a una ONG internacional a cambio de financiar la conservación señalando que en las últimas décadas tales intercambios se han utilizado para recaudar fondos.

### **Tendencias de Financiamiento**

Además, la mayoría de los parques cobran poco o nada de entradas o tarifas de usuario, por lo que los ingresos por turismo se están convirtiendo en un componente esencial tanto del desarrollo como del presupuestos de agencias de parques de países desarrollados (Hillel & Eagles , 2008).

Por ejemplo parques nacionales como los de Nueva Zelanda y Suecia, tienen una política de no cobrando tarifas de entrada. Esto da como resultado una capacidad reducida para obtener ingresos del turismo y elimina un método útil para monitorear los flujos de visitantes que ingresan al parque (Eagles P. , 2013).

De igual manera la investigación propone determinar a qué tipo de donación se inclina cada visitante o turista del parque nacional, por lo cual se basa en la investigación realizada por (Alpizar, Carlsson, & Johansson-Stenman, 2008) con el tema de

“Anonymity, reciprocity, and conformity: Evidence from voluntary contributions to a national park in Costa Rica” que conciste en un investigación de campo referente a donaciones en la que contrasta las contribuciones voluntaria, anónimas y contribuciones recíprocas.

La investigación de (Saayman & Saayman, 2008) tiene como objetivo estimar el impacto económico de gastos de los visitantes del Parque Nacional Kruger. Entre los hallazgos de la investigación en cuanto al patrón del gasto del turista se obtienen que el mayor porcentaje se destina al alojamiento representado por un 50% y el 22% en cuanto a gastos realizados dentro del parque en recuerdos o productos que se ofrecen.

Es primordial el apoyo de las áreas protegidas a la economía del estado, en tal contexto se presentan datos relevantes en áreas protegidas del Ecuador que han sido medidos por los gastos de los turistas el cual menciona que el visitante extranjero gasta en promedio USD 147 por día en su visita a las áreas protegidas, mientras que el turista nacional gasta en promedio USD 110 diarios por visita (Sistema Nacional de Areas Protegidas, 2016)

Por lo cual se evidencia la importancia de poder crear un entorno de productos y servicios para los turistas que visitan el parque, que a la vez pueden mejorar las condiciones de vida de las personas de la localidad al generar empleo a la población local y a la vez aumentar los beneficios que correspondan a la provincia o región.

Fuente de ingresos de instituciones sin fines de lucro son las contribuciones voluntarias también denominadas donaciones, siendo una transferencia voluntaria y no remunerada de dinero, la investigación de (Priller & Schupp, 2011) titulada “Social and economic characteristics of financial and blood donors in Germany” respecto a la temática de donaciones concluye que los ingresos que poseen las personas, los rasgos de personalidad y emociones positivas son significativas en cuanto a la voluntad de donar dinero.

Por otra parte un estudio titulado “Determinants of blood donation willingness in the European Union: a cross-country perspective on perceived transfusion safety, concerns, and incentives” en el intento de examinar factores individuales y de contexto para dar una forma a la voluntad de donación, menciona que las motivaciones

personales pueden ser determinantes más fuertes de voluntad de donar que de recibir ciertos incentivos. Además sugiere tomar en cuenta patrones de conducta estratégicas y directrices para el reclutamiento y retención de donantes como la educación sobre la importancia de la donación.

Por lo que la presente investigación busca establecer un criterio de evaluación que permita determinar características diferenciales que pueda pronosticar expectativas favorables en cuanto a la recaudación de contribuciones voluntarias o donaciones.

Resultados de investigaciones en cuanto a factores influyentes o relevantes se cita el estudio de (McDonald, Arroyos, & Yamasaki, 2017), mencionan que entre los datos demográficos como la edad, el ingreso anual y logro educativo el más determinante en donaciones caritativas es el género, lo cual corroboran varias investigaciones.

La necesidad de conocer la temática y las variables influyentes en el área de recaudación de fondos en organizaciones sin fines de lucro es indispensable para la institución al momento de direccionar la recaudación de fondos de una manera integral.

### **Regulaciones del Turismo vinculado a las Áreas protegidas**

El turismo ha sido considerado como una actividad de desplazamiento de las personas de su lugar de residencia a diversos lugares. Mediante la ley de turismo se enmarcan aquellas regulaciones del sector turístico, el cual plantea potestades del estado, obligaciones y derechos tanto de prestadores como de usuarios (Ley de Turismo, 2014).

En el caso de ser producto de iniciativa privada el sector del turismo aporta al País de Origen ya que promueve la inversión directa, fuentes de empleo promoción nacional e internacional. Además también existe la participación de los gobiernos provinciales y cantonales que impulsan el desarrollo turístico como lo menciona el Art 12 (Ley de Turismo, 2014).

En cuanto a la infraestructura nacional, mejoramiento de los servicios públicos, tal es así que cuando una comunidad local organizada y capacitada que desea prestar servicios turísticos recibirán por parte del ministerio de turismo todas las facilidades

necesarias para el desarrollo de actividades con la participación del organismo asesor de la actividad turística que es el consejo consultivo del turismo integrado por:

Ministerio de turismo, el cual tiene su sede en Quito y cumple las funciones de elaborar políticas para la promoción internacional del País de Origen, planificar actividades turísticas, orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística entre otras.

El ministerio del turismo y del ambiente coordina el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas, determinadas como áreas protegidas por decreto ejecutivo. En cuanto al pago de derechos de ingreso a los parques nacionales serán exonerados mediante acuerdo ministerial del ministerio del turismo a grupos que se especializan en investigaciones que sean útiles a la promoción externa del Ecuador.

### **Políticas de Gobierno**

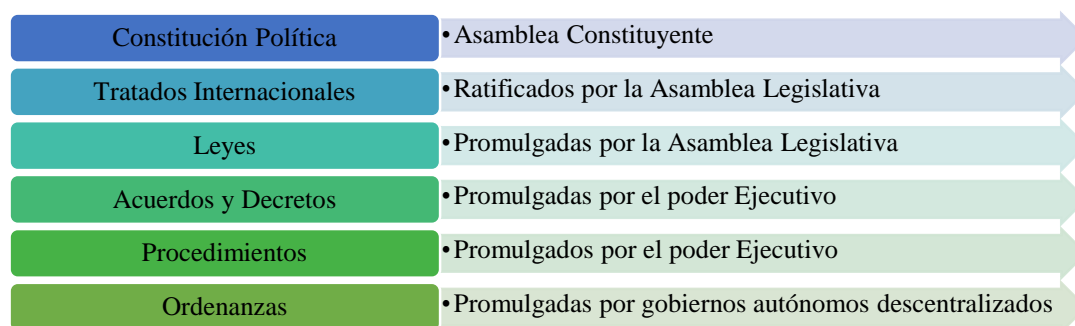
Las políticas del gobierno fomentan un medio ambiente adecuado para el desarrollo del turismo basado en la naturaleza en general, dichos esfuerzos contribuyen a aumentar las visitas, por lo que también se requiere una mayor demanda para el mantenimiento de niveles adecuados de calidad de servicio (Eagles P. , 2010).

La importancia en dar protección a los recursos naturales considerada como objetivo público que beneficia a toda la sociedad, éste argumento se contrapone mencionando que el beneficio solamente es dirigido para aquellos que participan en actividades al aire libre (Eagles P. , 2010). Razón por la cual dicha investigación señala que en tal caso es difícil justificar el gasto público ya que es dirigido solamente para un segmento de la población.

Las difíciles situaciones han servido para direccionar y desarrollar la capacidad de capturar mayores volúmenes de ingresos turísticos para parques. La aplicación de experiencias y mecanismos mejoran el financiamiento del parque direccionados a formas innovadoras de gestión, como paraestatales, corporaciones sin fines de lucro y asociaciones con corporaciones con fines de lucro, son mecanismos que permiten a las agencias de parques capturar ingresos turísticos con mayor eficiencia (Hillel & Eagles , 2008).

Es importante conocer el ordenamiento jurídico del país de tal forma que se pueda aportar con la aplicación de instrumentos y procedimientos legales con el fin de dar solución a situaciones que vulneren o pongan en peligro a la biodiversidad.

**Gráfico 13:** Ordenamiento jurídico para SNAP



**Fuente:** (Guarderas, 2015)

**Elaborado por:** María Belén Valle

### **Desafíos en Áreas Protegidas**

La oportunidad para expandir y diversificar la base financiera de áreas protegidas son las donaciones voluntarias tanto privadas como corporativas. Sin embargo las problemáticas latentes en el medio de áreas protegidas se encuentra limitado al apoyo gubernamental, en consecuencia de que es difícil abordar varias amenazas de áreas protegidas como expansión urbana o usurpación (Emerton, 2006).

Además la falta de autonomía de las autoridades de Áreas Protegidas se refleja el desarrollo de proyectos, ya que en ocasiones se ve afectada la continuidad debido al compromiso de las empresas con los que implementan o financian los proyectos y por último la falta de coordinación del esfuerzo por parte de los miembros del grupo.

Las donaciones en la mayoría de los casos están direccionadas a individuos, lugares, especies, por lo general es a un grupo vulnerable específico. Por otra parte los cambios en las preferencias del donante en cuanto a las causas generalmente responden a sucesos de impacto ambiental, historias en los medios, e inclusive desastres humanitarios que motivan al donante aportar con un valor económico (Emerton, 2006)

Los cambios en las preferencias del donante en cuanto a las causas generalmente responden a sucesos de impacto ambiental, historias en los medios, e inclusive



desastres humanitarios que motivan al donante aportar con un valor económico (Emerton, 2006)

Es importante establecer un análisis comparativo entre la recaudación de fondos de los gobiernos y la ayuda por donaciones. Por lo tanto el asegurar donaciones privadas o la intención de cumplir con una recaudación base conlleva a grandes inversiones de tiempo y esfuerzo con el fin de identificar, persuadir y satisfacer al posible donante en relación con las cantidades recaudadas

En muchos de los casos, los administradores de áreas protegidas necesitan de contactos para llevar a cabo el tipo o de asesoramiento en mercadeo social para poder asegurar una financiación, en el caso de no contar con lo requerido solamente se habría aumentado los gastos generales.

Sigue siendo un desafío importante convencer tanto a los donantes como a los receptores del valor de establecer un vínculo de partes interesadas en la gestión y asignación de fondos.

Es importante que un estado no dependa demasiado de las tarifas de los usuarios, por lo que se sugiere que estos ingresos deben permanecer en el sistema de parques estatales en algún tipo de fondo empresarial (Walls & , Paying for State Parks, 2013).

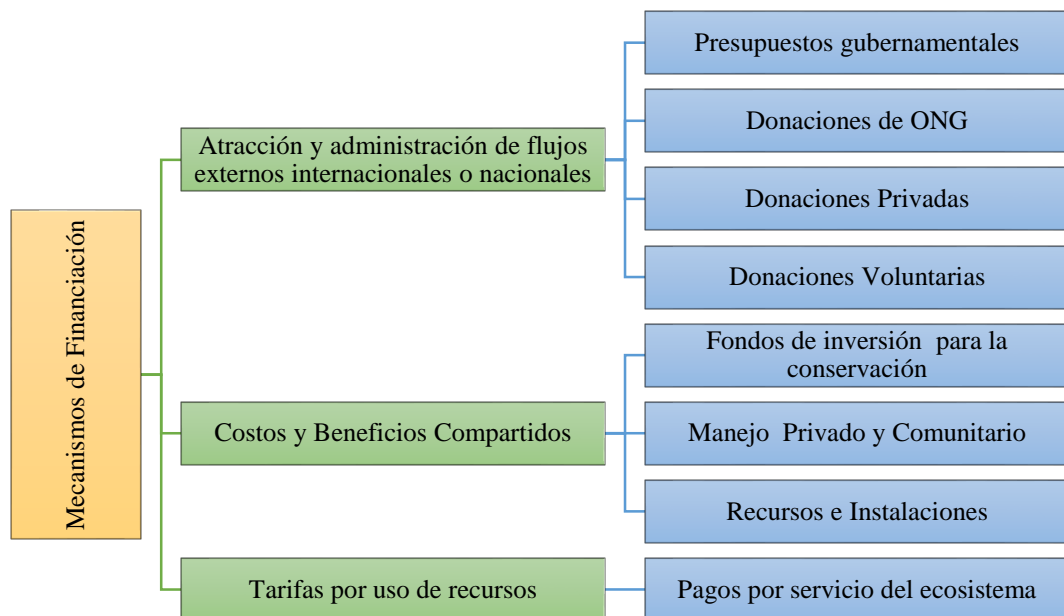
## 2.1.2 Fundamentos Teóricos

### Mecanismos de Financiación

El financiamiento de áreas protegidas la constituye principalmente el presupuesto del gobierno y la ayuda externa, cabe recalcar el apoyo de grandes organizaciones no gubernamentales internacionales que aportan cada vez más a los flujos financieros.

Se agrupan en tres categorías respecto a la forma de recaudación y el uso de estos.

**Gráfico 14:** Mecanismos de financiación



**Fuente:** (Emerton, 2006)

**Elaborado por:** María Belén Valle

Las donaciones personales han sido durante mucho tiempo un mecanismo para financiar áreas protegidas, lo cual denota mayor conciencia hacia el medio ambiente (Emerton, 2006)

### Contribución Financiera

Una contribución, entendida también como donación es dirigida para actividades sociales, culturales, comunitarias, y con objetivos caritativos, sin recibir ninguna compensación directa a cambio (Priller & Schupp, 2011)

Es una transferencia voluntaria y no remunerada de dinero, servicios entre otros para fines benéficos. En cuanto a las ciencias sociales la acción de contribuir se la considera como una acción pro social en oposición a acciones egoístas.

El comportamiento pro social abarca mayores beneficios en lugar de ser individuales hace que dicho comportamiento aporte al desarrollo social en general para apoyar iniciativas para propósito específicos.

El valor de la contribución pueden ser grandes sumas de dinero pero también sumas pequeñas. La persona que realiza un aporte tiene la intención de tener un impacto positivo a través de una donación impulsados a dar en función del comportamiento que tiene un efecto positivo (Cho, Lemon, Levenshus, & Childers, 2019)

### **Herramientas para las generaciones de ingresos de Áreas Protegidas**

En cuanto al manejo de recursos se pretende diversificar las fuentes de ingresos, considerando un balance entre recursos fiscales, ingresos de autogestión y cooperación internacional, a fin de reducir su vulnerabilidad ante eventos externos y su dependencia de los presupuestos gubernamentales, que son limitados y variables (Ministerio del Ambiente, 2015).

Entre los recursos tradicionales promotores de ingresos para áreas protegidas se encuentran los fondos públicos que es un monto disponible cada año como parte del presupuesto general del estado el cual esta canalizado del ministerio de finanzas al ministerio del medio ambiente, posteriormente a las direcciones provinciales que son quienes asignan recursos bajo su jurisdicción.

El aporte a la infraestructura de parques nacionales se lo realiza mediante fondos públicos destinados a instituciones como MINITUR que mediante acuerdos interministeriales, convenios o compromisos presidenciales se pueden utilizar dichos recursos para infraestructura dentro o fuera del área nacional.

Fondos públicos provenientes de GADS los cuales mediante convenios de cooperación en contratación de personal de apoyo, obras menores y equipos dicho aporte puede constituirse en un mecanismo financiero a largo plazo.

Mediante información proporcionada por distintas instituciones vinculadas al tema se presentan estadísticas referentes al turismo como una herramienta de análisis de la realidad turística del Ecuador

### **Donaciones, como tipo de ingreso en el presupuesto Nacional**

El estimado de recursos disponibles para financiar el Sistema Nacional de Áreas Protegidas a través de los años administrada por el gobierno Nacional en función a las necesidades y las instituciones a través de ministerio de Finanzas.

Los ingresos que forman parte de presupuesto del País de Origen también lo conforman los ingresos de asistencia técnica y donaciones, de los cuales el principal proveedor de donaciones en el año 2017 fueron los organismos multilaterales que representan el 69,83% de ingresos, sin embargo para el año 2018 hay gran disminución al 5,19% que respecto al año anterior existe una diferencia del 93% por Asistencia Técnica y Donaciones que registra el Tesoro Nacional a través de la entidad virtual Ingresos y Transferencias.

**Tabla 4:** Ingresos de asistencia técnica y donaciones

<b>TIPO DEDONANTE</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Variación 2017-2018</b>
Empresas Públicas	17,05%	48,93%	187%
Gobierno Autónomos descentralizados	0,66%	0,48%	-27%
Organismos Multilaterales	69,83%	5,19%	-93%
Entidades Financieras Públicas	0,46%	2,24%	387%
Gobiernos y Organismos Gubernamentales	10,03%	8,10%	-19%
Sector Privado No Financiero	0,01%	32,77%	327600%
Otros	1,95%	2,30%	18%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Ministerio de Economía y Finanzas, (2018)

**Elaborado por:** María Belén Valle

De los cuales el fondo mundial para el ambiente en el año 2017 donó 0,18 millones mientras que en el ejercicio fiscal 2018 fue de 0,04 millones (Ministerio de Economía y Finanzas, 2018).

La utilización del gasto por Política Ambiental representa los 0,02 millones ejecutados por el ministerio del Ambiente con el fin de aportar a la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad de los recursos forestales. La dirección provincial del Ambiente de Cotopaxi con un presupuesto asignado de \$1'096.588,88 USD de ejecución cumple con las obligaciones.

En datos disponibles al 2016 en cuanto a la estructura del gasto turístico en el cual se considera el gasto turístico receptor que es el realizado por un visitante no residente en la economía de referencia, el gasto turístico emisor considerado por un visitante residente fuera de la economía de referencia y el gasto turístico interno el cual señala realizado por un visitante residente en la economía de referencia.

### **Cooperación Pública y Privada**

El éxito de los parques basado en la naturaleza implica altos niveles de cooperación privada y pública tanto para la protección de los paisajes, gestión de áreas protegidas y la entrega de servicios (Eagles P. , 2010).

Las donaciones privadas provienen en su mayoría de personas que residen en países desarrollados, asegurar inversiones privadas requiere grandes inversiones de tiempo y esfuerzo para satisfacer el donante, respecto a las cantidades recaudadas

### **Mecanismos de Contribución Voluntaria**

La dinámica de las relaciones económicas inicia con el intercambio, de tal forma que el comportamiento de los individuos al momento de contribuir es amplio y variado.

Alpizar, Carlsson, & Stenman (2008) menciona que la fuerza que impulsa a las personas a tener un determinado comportamiento posee una larga tradición en los estudios de turismo, recreaciones y ocio, el cual menciona que la motivación difiere del propósito ya que dentro del turismo no se lo considera como un viaje superficial, al contrario se lo considera como un viaje de tiempo libre.

Según el estudio de Weaver (2015) El mayor porcentaje por el cual se fomenta la motivación del turismo es respecto a disminuir o deshacerse del estrés en un 70%, pasar el tiempo con la familia en un 60%, disfrutar del horario 59% y ver o hacer cosas

nuevas en un 56%. Por lo cual es evidente que las motivaciones ligadas al turismo son respecto a la satisfacción personal del individuo.

Otros aspectos motivacionales en la línea del turismo de ocio, señala que los motivos se hacen más complejos a medida que la experiencia de viaje aumenta de tal forma que tiene gran influencia aspectos como: escape relajarse, relación fortalecimiento, autonomía, estar en la naturaleza, autodesarrollo, estimulación Weaver (2015).

La motivación de aportaciones voluntarias está direccionada exclusivamente por el propio interés material. La presente investigación hace referencia al parque nacional Cotopaxi que es un área protegida y por lo tanto es un bien público que proporciona un beneficio a un grupo de individuos (Palacio & Parra, 2014).

Además las contribuciones que se dirigen a generar bienestar social mantienen cifras negativas en comparación con las contribuciones que se impulsan para generar una cierta satisfacción al creer que se están tomando decisiones moralmente correctas.

Existen varios elementos, entre ellos está la reciprocidad que presenta aspectos fundamentales de una conducta cooperativa que se adopta en relación a lo que se recibe a cambio (Fehr, 2006).

El aporte económico mediante voluntario va más allá de aportar porque otras personas lo hacen, se consolida en hacer el bien a los demás es decir el ser bondadoso con otros. La satisfacción moral considerada como el hecho de contribuir indiferentemente a la causa.

Las características determinantes en la contribución se vinculan directamente con la forma de ser de los individuos es así que se pueden encontrar individuos y donaciones tan egoístas como colaboraciones condicionales. La aportación se basa en la motivación que tiene el individuo por lo que es importante establecer la existencia de diferentes tipos de agentes altruistas, egoístas y recíprocos (Fehr, 2006).

### **Contribución Recíproca**

El intercambio recíproco busca determinar una estructura en la que interviene un receptor y un dador bajo el mecanismo de dar, recibir y devolver (Tereucan, Briceño, & Gálvez, 2016).

Como regla social impulsa al individuo a corresponder con una acción de bondad ante la situación de haber recibido un favor. La aplicación de dicha regla social también ha sido considerada como una táctica para estimular la cooperación de tal forma que (Goldstein, Griskevicius, & Cialdini, 2012) plantean la reciprocidad como una estrategia de poder, que es una parte integral en la cooperación y genera una sensación de endeudamiento.

Dicha investigación parte del supuesto de que la reciprocidad como estrategia de poder, se aplica con la participación de 3 individuos en la cual se propone que la parte A puede crear un sentido de endeudamiento y correspondencia en la parte B al compartir recursos o donaciones en nombre de la parte B con un tercero que sería la parte C.

La misma que obtuvo como hallazgos que el benefactor provoca en un objetivo una sensación de endeudamiento y obligación personal de corresponder al proporcionar beneficios no al objetivo sino a un tercero valioso en nombre del objetivo (Goldstein, Griskevicius, & Cialdini, 2012).

Por lo cual se establece que la estrategia de reciprocidad por poder tiene más éxito en la obtención de cooperación a diferencia de otras estrategias de recaudación.

Para inducir a la cooperación la investigación de (Small & Simonsohn, 2008) menciona que las personas se ven direccionadas a contribuir cuando lo hacen para mejorar el bienestar de las personas, los grupos y las cuestiones que están vinculadas a su identidad, creencias o valores.

Efectos de reciprocidad que han sido replicados en varias investigaciones los cuales explican que lo que motiva a un individuo a devolver un favor es la auto presentación que tienen de ellos mismos y la preocupación de lo que piensen los demás.

Además otro de los motivos es en cuanto a los estándares internos del comportamiento de cada persona, el cual evaluar su propio comportamiento para corresponder el comportamiento de los demás, es decir, para recompensar el comportamiento de ayuda de los demás y para tomar represalias contra el comportamiento perjudicial de los demás (Perugini, Gallucci, Presaghi, & Ercolani, 2003)

La investigación determina a la reciprocidad como una motivación interiorizada del individuo correspondiente a formas positivas de comportamiento interpersonal (por ejemplo, cooperación, altruismo, amabilidad) en oposición a formas negativas de comportamiento interpersonal (por ejemplo, represalias, agresión, hostilidad) (Perugini, Gallucci, Presaghi, & Ercolani, 2003). Por lo cual se evidencia que la acción de donar se vincula directamente con el comportamiento del posible donante.

Para aumentar las donaciones de organizaciones sin fines de lucro es recomendable crear una relación personal entre beneficiados y benefactores. Además los hallazgos de la investigación sugiere que los eventos de recaudación de fondos son exitosos cuando se reduce la distancia social entre los donantes con las situaciones desfavorables que requiere la organización social. (Small & Simonsohn, 2008).

### **Contribución Anónima**

Es necesarios que los esfuerzos que son dirigidos a generar el incremento en las contribuciones voluntarias a los parques estatales adopten un enfoque eficiente y efectivo, debido al riesgo que implica el que una organización dependa netamente de contribuciones voluntarias. El problema de una organización publica es que los beneficios son exequibles a todos los usuarios que lo deseen inclusive si no realizan una contribución las personas se inclinan a dejar a otros que contribuyan, lo que resulta en una cantidad de financiación menos que óptima (Walls, Paying for State Parks, 2013).

De acuerdo con autores como Castillo Urco, Gamboa Salinas, & Castillo (2019) las problemáticas político-administrativas surgen debido a que la actitud de los gobiernos presenta una falta de transparencia con altos costos económicos. Por lo tanto puede ser un factor para que los turistas no tengan tanta confianza al otorgar sus contribuciones a instituciones de administración pública.

En la búsqueda de poder determinar y comprender cuál es la motivación para donar la investigación de encuentra que las donaciones anónimas son aproximadamente un 25% por debajo de las donaciones públicas (Alpizar, Carlsson, & Johansson-Stenman, 2008).



En el anonimato, el individuo busca la aprobación social y tiene la inclinación de contribuir en menor proporción, que cuando es visible su contribución de tal forma que, la eliminación del anonimato conduce a una mayor contribución (Soetevent, 2006).

Con el fin de modelar y explicar la colaboración las técnicas experimentales que apoyan para obtener datos enriquecedores en cuanto al contenido (Palacio & Parra, 2014). Las razones de conducta que se despliegan al momento de contribuir, es un tema de estudio de Alpizar, Carlsson, & Stenman (2008) quien procede a la realización de un experimento natural en el campo de las contribuciones voluntarias.

Por lo tanto la contribución anónima se presenta en el caso de que exista una persona presente como veedora de la contribución o que se la realice en sobre sellado, en cualquiera de los casos el resultado aporta a la investigación. En base a dicho estudio la reciprocidad la puede medir mediante la entrega de un pequeño obsequio como compensación al accionar colaborativo y finalmente la conformidad medida a través de la contribución relativa a las contribuciones de los demás (Alpizar. Carlsson, & Stenman, 2008).

El interés por aportar a una institución estatal surge por las motivaciones del altruismo y el interés personal se combina en una estrategia para atraer y satisfacer a los participantes en la mejora del área protegida. El sentimiento de satisfacción personal del contribuyente es el resultado de dicha estrategia ya que será creciente el interés en el bienestar personal Weaver (2015).

Un supuesto clave en cuanto al comportamiento social es que los individuos suelen comportarse de manera egoísta e intentan maximizar sus ganancias, sin embargo no siempre se comportan así. En tal circunstancia se cita la investigación la cual utiliza el juego de dictador con el fin de comprobar el incremento de donaciones cuando se proporciona el destino benéfico de los fondos de las donaciones (Brañas Garza & Paz Espinoza, 2011).

Por lo tanto el experimento se realiza en forma anónima es decir que las donaciones de un participante no son observadas por nadie con el fin de determinar el comportamiento altruista (Brañas Garza & Paz Espinoza, 2011) que se evidencia

cuando los individuos priorizan su propia imagen o identidad social, sobre el beneficio o bienestar de los demás.

### **Voluntario**

Las donaciones voluntarias tanto privadas como corporativas generan una oportunidad para expandir y diversificar la base financiera de áreas protegidas.

Considerando que las donaciones privadas se las realiza con el criterio de causas relevantes en respuesta a un alto impacto ambiental. La mayor parte de donaciones privadas es proveniente de personas que residen en países desarrollados que en su mayoría se dirigen a áreas de conservación en dichos países.

Una comparación de la recaudación privada respecto a la recaudación de fondos de los gobiernos es en cuanto a las diferencias respecto a que en la inversión privada se requieren grandes inversiones de tiempo y esfuerzo con el fin de identificar, persuadir y satisfacer al donante, en relación a las cantidades recaudadas. Por lo que autoridades o gerencia para poder llevar a cabo este tipo de recaudación de fondos confían en otros especialistas en mercadeo social para asegurar dicha financiación (Emerton, 2006).

El apoyo a la conservación de la biodiversidad generalmente proviene de organizaciones caritativas los cuales se originan de gobiernos, grandes fundaciones, contribuciones individuales de los miembros del público.

El mecanismo para financiar áreas protegidas a través del tiempo proviene en mayor parte por donaciones personales y fundaciones filantrópicas, que contribuyen a la conservación de áreas protegidas. Las fundaciones filantrópicas generalmente son instituciones con fondos patrimoniales establecidos por empresas o particulares, por otra parte la financiación corporativa opera a nivel internacional, nacional y local, del cual los fondos son destinados a proyectos en cualquier lugar mientras que otros fondos se centran en sitios, sectores, o países donde opera la matriz (Emerton, 2006).

Además el patrocinio o la publicidad empresarial es un mecanismo importante en cuanto a la recaudación ya que las organizaciones hacen su aporte con objeto social.

Donaciones personales: Representan el creciente interés de varias personas hacia la conservación de áreas naturales, especies silvestres proveniente de aportes de individuos, grupos informales, y organizaciones que administran sus fondos.

En la búsqueda de fomentar aportes según la investigación titulada “Sustainable Financing of Protected Areas” se aplica estratégicamente el marketing referente a la causa, de tal forma que genera un enlace explícito a la conservación, mediante la venta de productos o servicios con etiqueta ecológica, eventos especiales y subastas celebradas en apoyo de la conservación (Emerton, 2006).

Una de las formas efectivas para donar por parte de la empresa es mediante el esquema de donación en el lugar de trabajo lo cual permite al empleado donar a las áreas protegidas mediante una deducción regular de su salario, que se canaliza a través de su empleador a una o varias organizaciones benéficas.

**Donaciones Corporativas.** - Compañías que contribuyen con fondos mediante asociaciones formadas especialmente con un único propósito, es el caso del parque nacional Kutai el cual se apoya en la asociación “Amigos de Mitra Kutai”, tiene contribuciones canalizadas para la gestión de parques y actividades de desarrollo comunitario.

Las contribuciones realizadas en efectivo se dirigen directamente al presupuesto de las Áreas protegidas, mientras que las contribuciones que no son monetarias conformadas por equipos contra incendios, camiones, camiones, personal, combustible y alimentos, así como viveros establecidos por las empresas.

Las donaciones voluntarias cuentan con variedad de mecanismos, los cuales son canalizados en beneficio de Áreas protegidas.

### **Determinantes del Turista**

Varios estudios tratan de medir los datos demográficos que tienen más probabilidades de participar en donaciones caritativas. Si bien los factores contribuyentes se debaten actualmente, una conclusión verificada podría ayudar a las organizaciones benéficas a identificar y dirigirse a posibles donantes y tratar de comprender por qué ciertos datos demográficos se inclinan a dar menos o mayor contribución.

Investigación titulada: Who Gives? The Determinants of Charitable Giving, Volunteering, and Their Relationship realiza el estudio con las siguientes variables independientes: familiares, edad, estado civil, género como variable dicotómica, nivel académico respecto a los años de educación, la variable ocupación entre otras. Variables utilizadas con el fin de caracterizar al donante mediante la aplicación de un modelo de regresión múltiple, usando mínimos cuadrados continuos ordinarios sobre la relación entre frecuencia de donaciones caritativas y las variables independientes.

Entre los resultados recabados son relevantes: La edad la cual demostró una influencia muy significativa en cuanto a las donaciones caritativas en una dirección positiva comprobándose la hipótesis que mencionada que individuos con más años son mayores donantes que jóvenes. Se descubrió que el estado civil tiene una influencia extremadamente significativa en la frecuencia de las donaciones ( $\beta = .378$ ,  $p < .01$  completo;  $\beta = .311$ ,  $p < .01$  reducido) Además, el género solo y la interacción entre el estado civil y el género no fue significativa, las parejas casadas tienen más probabilidades de donar que las solteras, pero las mujeres no son significativamente más propensas a donar que los hombres. De las relaciones que fueron significativas, en general parece que los ingresos más altos, casados con más niños, las mujeres, los mayores, los más religiosos, los más demócratas y los de mayor rango son más caritativos (Yao, 2015).

Por otra parte el presupuesto del turista parte de la planeación económica, y de la organización en la cual se estima los gastos tanto fijos como variables que tendrá durante el viaje, la planeación en cuanto a recursos se la determina de acuerdo con la preferencia y a la disposición de recursos.

### **Variables Demográficas**

La importancia de variables demográficas es de gran significancia sin embargo la presente investigación también enfatiza las determinantes económicas y financieras del individuo en estudio.

La investigación busca delinear el perfil de los donantes, con la contribución de estudios experimentales que están en la línea de la investigación el cual permitirá clasificar a los donantes por su motivación. En ese contexto se hace referencia a la

investigación de (Gandullia , Parciasepe, & Lezzi, 2017) en el cual se realiza un experimento que busca averiguar si la medida de autoestima puede predecir la decisión de donación y cómo se correlaciona con los tipos de donantes, llegando a la conclusión de que bajos niveles de autoestima están asociados con una mayor donación justificada por una mejora de la imagen social y un sentimiento positivo de satisfacción.

### **Nacionalidad del Visitante**

El turismo, atrae a visitantes nacionales como extranjeros, que difieren en cuanto a su caracterización al igual que en las razones de visita. Sin embargo coinciden en satisfacer deseos de lograr experiencias únicas (Mendoza, Villon, & Yumisaca, 2017).

La investigación realizada por (Lindberg, 2001) el cual personaliza los tipos de visitantes de parque ubicando en un 70% del total de visitantes los que corresponden a visitantes extranjeros. Además señala un tipo de mecanismo de tarifas de varios niveles para limitar los impactos de equidad para los nacionales mientras genera ingresos de los extranjeros.

### **Edad de los visitantes**

Es una de las variables internas protagonistas en la percepción de los destinos turísticos. Un dato significativo en cuanto a la investigación realizada demuestra que tanto la edad como el nivel de estudios de los individuos eran dos factores con importante influencia en la imagen percibida de los diferentes destinos turísticos.

### **Tarifas de Entrada**

Es el caso del estudio de (Lindberg, 2001) el cual menciona que Costa Rica ha implementado un sistema de tarifas por niveles para facilitar la visita de grupos que aparentemente estaría en desventaja es el caso de tarifas más bajas para estudiantes o ancianos, promocionar tarifas sin valor en días específicos o días abiertos, promocionando e incentivando la visita al lugar turístico.

Para cubrir una pequeña parte de los costos de gestión la mayor parte de áreas protegidas del mundo recurren a el cobro de tarifas de entrada que generalmente tienen un costo mínimo, sin embargo estos tipos de mecanismos se desarrollan bajo políticas de precios y objetivos públicos cualquier área protegida o reserva natural era de

proteger estrictamente dichos recursos, pero en la actualidad también se considera la recreación al aire libre en parques.

### **Gastos de los Visitantes**

La industria del turismo puede llegar a ser el principal motor económico de varios países, es así que la investigación titulada “Estimating the Economic Contribution of Visitor Spending in the Kruger National Park to the Regional Economy” cuyo objeto es estimar el impacto económico (Eagles P. , 2010)

Inicialmente el objeto de los gastos de los visitantes en el parque nacional, llegando al resultado que la encuesta indica que el gasto de los turistas direcciona en mayor proporción para alojamiento y transporte. Mecanismo que crea un ambiente que induce al gasto pero a la vez aporta mejorando beneficios económicos para el parque nacional (Saayman & Saayman, 2008).

### **Género del Visitante**

La investigación realizada por indica que la cantidad de donaciones realizadas y documentadas en Alemania en base a interrogantes de grupo social, ingresos, género, edad, educación respecto a la voluntad de donar. Los resultados son concluyentes las mujeres donan más que los hombres, personas mayores más que personas jóvenes aplicado a donaciones económicas.

### **Motivación Turística**

Aspecto importante en el estudio ya que mide la razón por la que el turista visita el lugar de tal forma que determina el grado de distracción para los turistas en diversas categorías. La investigación realizada por (Mendoza, Villon, & Yumisaca, 2017) utiliza la variable motivación turística con el fin de llegar a la razón más representativa de hacer turismo en Santa Elena siendo diversión y recreación (67,12%), seguido por la visita a parientes y familiares (26,03%).

La variedad de motivaciones como atracciones históricas culturales, patrimonio, servicio, entrega, atracciones ecológicas etc. son las principales razones examinadas en un estudio realizado a viajeros independientes conocidos como mochileros quienes organizan los viajes de forma independiente (Dayour, 2013).

### **Medio de Información**

La mayor parte de turistas que visitan el parque Tasmania constituyen el creciente segmento del mercado de paquete de vacaciones, el cual está planificado previamente correspondiente al 70% de turistas

### **Nivel de Ingresos**

El nivel de ingresos que corresponda a un turista influye en respuestas a las tarifas que debe pagar por el acceso al sitio turístico, existen visitantes más sensibles al precio y más afectados por la tarifas, por lo que argumenta (Lindberg, 2001) en su investigación de preferencias respecto a la condición presentada si no se aumentan las tarifas, los servicios deben ser reducidos. Los grupos de bajos ingresos son más propensos que los grupos de altos ingresos para favorecer los impuestos (17% en comparación con el 5%). Sin embargo, incluso de bajos ingresos los hogares favorecieron las tarifas en el lugar sobre los impuestos (26% en comparación con el 17%).

## **2.2. Hipótesis o preguntas de investigación**

**Ho:** las variables determinantes no influyen en el tipo de aporte de los turistas del parque nacional Cotopaxi

**H1:** las variables determinantes si influyen en el tipo de aporte de los turistas del parque nacional Cotopaxi

**Variable Independiente:** Variables Determinantes

**Variable Dependiente:** Tipos de Aportes

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. Recolección de la Información

##### 3.1.1. Población, muestra y unidad de análisis

Investigación de tipo descriptivo, experimental que parte de encuestas direccionadas a los visitantes del Parque Nacional Cotopaxi, datos que se obtuvieron en base a el proyecto de la Unidad de Investigación que se encuentra en ejecución cuyo coordinador principal es la Dra. Tatiana Valle titulado: “Conservación y Sostenibilidad financiera a través de pagos voluntarios, anonimidad y reciprocidad del Parque Nacional Cotopaxi” (Facultad de Contabilidad y Auditoria UTA, s.f.).

El medio de recolección de información es mediante encuestas dirigidas a todos los turistas en general del parque nacional, el cual se llevó a cabo en dos sectores: una en la Laguna de Limpiopungo y otro en el centro de operaciones Refugio José Rivas.

Se determina la población de los turistas que asisten al parque nacional Cotopaxi, con el fin de medir la población de la investigación, presentándose así que el parque acoge anualmente en promedio 166523 turistas respecto a 4 años anteriores.

**Tabla 5:** Reportes históricos de visitas

AÑOS	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL VISITANTES
2015	99.668	42.448	142.116
2016	93.067	28.025	121.092
2017	131.849	37.853	169.702
2018	175.311	57.870	233.181

**Fuente:** Sistema Nacional de Áreas Protegidas (Ministerio del Ambiente, s.f.)

**Elaborado por:** María Belén Valle



Dado que la población es más de 100 000 individuos, se utiliza la fórmula para el cálculo de la muestra de tamaño infinito:

$$\begin{aligned} Z &= 1,96 & n &= \frac{z^2(p \times q)}{E^2} \\ NC &= 95\% & n &= \frac{1,96^2(0,5 \times 0,5)}{0,05^2} \\ E &= 5\% & n &= 384,16 \\ p &= 0,5 & n &= 384 \\ q &= 0,5 & n &= 384 \end{aligned}$$

Se obtuvo una muestra equivalente a 384, considerada como muestra mínima, sin embargo se aplicó a 407 individuos.

### **3.1.2 Fuentes Primarias y Secundarias**

La recolección de información para poder determinar las variables que inciden en el comportamiento del donante se realiza a través de fuentes primarias que se desarrollaron el 17 de agosto, para el proyecto de investigación anteriormente citado, cabe recalcar que dicha temática ha sido objeto de estudio en áreas complementarias, como el análisis de las contribuciones de los turistas vinculado a la sostenibilidad financiera (Silva, 2019).

Los datos que proporcionan las páginas del estado en cuanto a cifras de turismo como de áreas protegidas son de gran utilidad para definir variables y problemáticas además de que están disponibles para el público en general mediante la web de páginas oficiales como reportes, informes procedentes del Ministerio del Ambiente y del Sistema Nacional de Áreas protegidas del Ecuador.

Se aporta a la investigación con fuentes de artículos científicos, revistas económicas y financieras.

### **3.1.3 Instrumentos y Métodos para recolectar Información**

Para el levantamiento de información se empleó una encuesta de tipo social lo suficientemente representativa que permita inferir las propiedades o características de toda la población con un error cuantificable y controlable (Pérez, 2015).

Inicialmente con el fin de validar el cuestionario, se llevó a cabo una prueba piloto con 50 datos, para comprender si las preguntas eran claras, sin ambigüedades la cual se desarrolló el 22 de Diciembre del 2018. Posteriormente la presente investigación se basa en el trabajo de campo que se llevó a cabo en el mes de agosto del 2019, para una muestra de 407 turistas sobre una población estimada de 233181 turistas, de los cuales 251 fueron visitantes locales y 156 fueron visitantes extranjeros las encuestas fueron realizadas directamente por el equipo técnico del proyecto de investigación “Conservación y Sostenibilidad Financiera a través de pagos voluntarios, anonimidad y reciprocidad del parque Nacional Cotopaxi” (Silva, 2019).

El método de recolectar información para la presente investigación es equivalente al descrito en la investigación de (Silva, 2019), debido a que es una línea de investigación complementaria, con la utilización de la misma fuente de encuesta para la unidad de investigación de la facultad de contabilidad y Auditoría.

Con tres tipos de contribución ya especificadas se describe el método de recolección de datos, diferente para cada tipo de contribución, recalando que para medir dicha variable se solicita al visitante que especifique el monto que estaría dispuesto a contribuir debido a que no se puede hacer la investigación con dinero físico, por reglamento interno del parque nacional (Silva, 2019).

La aplicación de las encuestas se realizó en diferentes puntos estratégicos, en el caso de la anonimidad se recolectó la información en la laguna Limpiopungo mientras que para la reciprocidad y voluntariado en el refugio José Rivas. La diferencia en la aplicación de cada uno de los mecanismos de contribución es variada, sin embargo en los tres casos de estudio, de inicio se le proporciona información en general acerca de los objetivos de la investigación, además se pide a los turistas si están dispuestos a participar en una entrevista del parque nacional Cotopaxi (Silva, 2019).

En el caso del anonimato, después de que el turista haya visitado el atractivo y ante una respuesta positiva en la participación de la investigación, se le solicita llenar la encuesta además se le entrega un sobre cerrado en el cual debe escribir el valor

económico que está dispuesto a aportar una vez registrado el aporte y sellado el sobre es depositado en el ánfora.

En el caso del voluntariado , después de que el turista haya visitado el atractivo y ante una respuesta positiva en la participación de la investigación, se le solicita llenar la encuesta además se le hace la entrega del sobre cerrado en el cual debe escribir el valor económico que está dispuesto aportar y adicionalmente se le da a conocer una referencia de aportaciones de turistas, que oscilan entre 2 y 5 dólares en contribución, una vez registrado el aporte y sellado el sobre éste se lo deposita en la ánfora, en el caso de que no decida aportar el sobre de igual manera se le solicita que lo entregue en el ánfora. En la reciprocidad después de que el turista haya visitado el atractivo y ante una respuesta positiva en la participación de la investigación, se le entrega un pequeño recuerdo con un precio que varía entre \$0,50 y \$1,00 se le entrega la encuesta, el sobre para escribir el valor de aporte finalmente el sobre sellado se lo deposita en el ánfora, en el caso de que no decida aportar el sobre de igual manera se le solicita que lo entregue en el ánfora (Silva, 2019).

VARIABLES demográficas como edad, nacionalidad, género, nivel de estudios, estado civil, valor del aporte que estaría dispuesto a contribuir, razones de la visita, número de acompañantes, y el valor de la contribución, son datos que se preguntan de entrada al visitante con el fin de obtener un perfil del turista.

Datos que son recabados para poder determinar las posibles influencias de aportación, como lo cita la investigación titulada “Determinantion of visitors’ willingness to pay to enter Karagol Natural Park of Ankara, Turkey” cuyo objeto es evaluar las actitudes de los visitantes, si los visitantes estarían dispuestos a pagar para ingresar al lago Karagol, y qué factores afectan su decisión de pagar (Serefoglu, 2018).

Investigación que hace uso de la encuesta como un método de valoración contingente para estimar el valor económico mediante la disposición de pagar, en la cual piden a los encuestados que indiquen la cantidad máxima que estarían dispuestos a pagar, obteniendo como resultados que el 63% está dispuesto a contribuir mientras que el 37% de encuestados protestaron en contra de contribuir, argumentando que dichos gastos deben correr por cuenta del estado.

La aplicación de la encuesta como herramienta de recolección de información, se sustenta en varias investigaciones previas con objetivos similares, tal es el caso de “Estudio de la demanda del turismo en el parque nacional y reserva de la biósfera de monfrange” cuyo objetivo es realizar un diagnóstico exhaustivo del turismo analizando indicadores como el perfil del visitante los alojamientos utilizados o a las actividades que se han llevado a cabo (Berrocal, Mateos, & Pérez , 2015).

Además es una forma de actualizar y mejorar la información histórica existente sobre visitantes a diversas áreas turísticas, tal es el caso de la investigación titulada “Vacation visitor profile” se desarrolla una encuesta con el fin de mejorar las estimaciones anuales de visitas y gastos así como para actualizar características del visitante incluyendo experiencias y actividades, destinos visitados, gasto y satisfacción con diversos aspectos de la experiencia del visitante (Department of Tourism, Culture, Industry and Innovation , 2016).

Las encuestas eran aplicadas en todos los puntos de salida dirigida a visitantes de Terranova y Labrador durante el mes de mayo en el período de octubre que representa un total de 153037 visitantes entre los resultados se evidencia que son más recurrentes las visitas por primera vez durante los días de fiesta de dicho lugar.

Además, la proporción de viajar con niños aumentó del 4% al 7% en 2011 mientras viajar con otros miembros de la familia disminuyó del 17% al 12%. Al 21%, un poco menos de turistas viajan solos, menos de una cuarta parte en 2011. Un gran motivador del viaje de la naturaleza y la vida silvestre Los sitios de la provincia completan los 3 principales motivadores. Con mucho, el lugar más mencionado que los visitantes de vacaciones quieren ver es Gros Morne, seguido de L'Anse Aux Meadows y St. John's (Department of Tourism, Culture, Industry and Innovation , 2016).

En cuanto aportaciones mediante tarifas se consideran prioridades y preocupaciones de las diferentes partes interesadas, así como también de las oportunidades para abordarlo, es así que la incertidumbre se enfoca a que cuando un área protegida determina una tarifa, éstas disminuirán las visitas, sin embargo la investigación de (Lindberg, 2001) señala que las tarifas modestas generalmente no tienen un efecto significativo en las visitas, por lo que la agencia de parques y la industria lleguen a un acuerdo en el que los niveles de visitas sean monitoreados después de un aumento de

tarifa en el cual se puede acordar que si las visitas disminuye, y esta disminución está certificada por un organismo independiente debido al aumento de la tarifa, entonces las partes interesadas discuten alternativas a las tarifa.

Respecto a una encuesta dirigida a los visitantes en una playa en un bosque nacional en el suroeste de los Estados Unidos. No había tarifa para esa área, pero había tarifas en sitios similares en otras partes del mismo bosque. Por lo cual de las 344 personas encuestadas, 123 (aproximadamente un tercio) cambiaron sus visitas en respuesta a las tarifas, con cambios en la disminución de la frecuencia de visita, optar por visitar sitios gratuitos en lugar de sitios de tarifa en el mismo bosque y sitios de visita fuera del bosque. En otras palabras, cuando está cerca los sustitutos es fácil optar por el lugar del menor costo (Schneider & Budruk, 1999).

Además una investigación titulada “Asignación de recursos, satisfacción del visitante, administración y manejo de parques nacionales en Costa Rica, Honduras y Nicaragua”, realiza un estudio basado en 915 encuestas, 312 a visitantes de origen local y 603 a visitantes de origen extranjero fue realizado en Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

Instrumento que es utilizado con el fin de determinar la brecha en satisfacción de los visitantes con la infraestructura, servicios, opciones recreativas. Encontró que había diferencias y semejanzas significativas al nivel del 95% de probabilidad entre las características sociodemográficas y los niveles de satisfacción de los visitantes locales y extranjeros a los diferentes parques y entre los visitantes locales y extranjeros en cada parque (Aguirre, Asignación de recursos, satisfacción del visitante, administración y manejo de parques nacionales en Costa Rica, Honduras y Nicaragua, 2017).

Los resultados de dichas investigaciones traen consigo una evaluación objetiva y exacta del perfil del visitante además contribuye a determinar las fortalezas, oportunidades e inclusive la fidelidad de los usuarios a visitar distintos parques nacionales.

### **3.2 Tratamiento de la información**

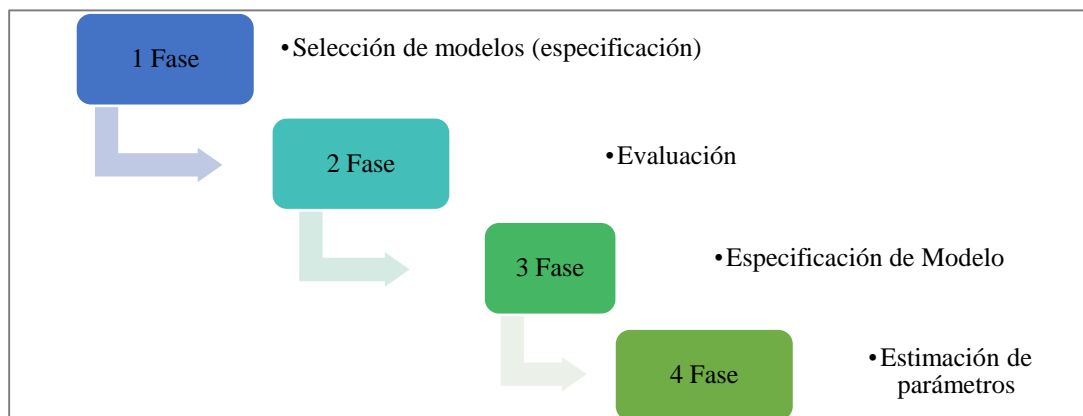
Con la información recabada mediante encuestas es decir datos primarios, que incluyen el acceso a los montos que los turistas están dispuestos a aportar para proceder

a determinar el perfil del contribuyente y a qué tipo de aporte pertenece, señalando que existe el aporte voluntario, reciprocidad, anónimo del parque nacional Cotopaxi.

Al ser un estudio descriptivo, es necesario caracterizar las variables por lo cual inicialmente se procesa la información con tablas de frecuencia, gráfico de barras, histogramas, promedios, medianas, moda. Estadísticos descriptivos que se construyen en Excel, además permiten definir las características sociodemográficas y financieras de forma general del turista que permite cumplir uno del objetivo de la investigación.

Las fases en la elaboración de modelo que se aplica son:

**Gráfico 15:** Elaboración de modelo log-lineal



**Fuente:** Pérez, Técnicas estadísticas con variables categóricas, (2014)

**Elaborado por:** María Belén Valle

Utilizando las Técnicas estadísticas con variables categóricas de Pérez (2014). En la primera fase se seleccionó los modelos, para obtener distintas estimaciones de las frecuencias teóricas (estimación). En la segunda fase se aplicó la prueba de ajuste mediante la comparación de las frecuencias teóricas obtenidas en cada modelo con las frecuencias observadas (evaluación). Posteriormente en la tercera fase se eligió el modelo más adecuado entre los distintos modelos resultantes y finalmente en la cuarta fase se calculó los parámetros del modelo para ver su importancia relativa (estimación de parámetros).

Las variables que se utilizaron son procedentes de la encuesta realizada a los turistas del Parque Nacional Cotopaxi en la que se miden las variables:

- Variable 1= Nacionalidad del Turista (Valores= Nacional; 2= Extranjero)

- Variable 2= Género del Turista (Valores 1= Hombre; 2= Mujer)
- Variable 3= Aporte Económico (Valores 1= Voluntario; 2= Anónimo; 3 Recíproco)
- P= Frecuencia de los aportes de Turistas.

Los modelos utilizados son los siguientes:

### **Modelo de Regresión Logística Multinomial**

El modelo de regresión logística multinomial también es conocido como modelo de elección múltiple el cual se utiliza generalmente cuando el conjunto de elección tiene varios valores discretos (Pérez, 2015).

La selección del presente modelo se la realizo debido a que la variable dependiente es discreta en lugar de continua, lo que refleja decisiones individuales del turista y el conjunto de elección está conformado por alternativas excluyentes.

El modelo utilizado se encuentra descrito por las siguientes funciones:

$$\pi_{in} = \frac{e^{z_{i1}}}{1 + e^{z_{i1}} + e^{z_{i2}} + e^{z_{i3}} + \dots + e^{z_{ik-1}}}$$

$$z_{in} = \beta_{n0} + \beta_{n1}X_{i1} + \beta_{n2}X_{i2} + \dots + \beta_{nj}X_{ij}$$

$\pi_{in}$  Probabilidad de pertenencia del caso i a la clase n;

$z_{in}$  Valor de la Variable Determinante Z, correspondiente a la clase n en el caso i;

$\beta_{nj}$  Coeficiente de la Variable Independiente j para la clase n;

$X_{ij}$  Valor del predictor o VI j para el caso i .

La probabilidad para la última clase k se obtiene por diferencia a 1.

La ejecución de la regresión logística multinomial, se la realizó a través del software IBM SPSS, utilizando los tipos de aportación como variable dependiente y como factores las variables independientes: país de origen, presupuesto, visita al parque nacional, estado civil, medio de información. Además se utilizó el modelo de efectos principales, en estadísticos a través de la tabla de clasificación, que muestra respuestas

observadas respecto a las pronosticadas, así como también la tabla de bondad de ajuste la cual explica estadísticos de chi cuadrado, Pearson y razón de verosimilitud.

Para medir los estadísticos que intervienen dentro del estudio se utilizó:

- Estadístico **razón verosimilitud** es el que comprueba el ajuste del modelo en su conjunto respecto a la investigación, con lo cual permite afirmar si el modelo que se está utilizando es útil en la predicción (García, Montero, Ruiz , Vasquez , & Álvarez , 2008).

$$Sig < 0,05$$

- En cuanto a la **bondad de ajuste**, que indica mediante el valor de significación, si el modelo que se está aplicando es ideal para ajustar los datos.

$$Sig < 0,05$$

Posterior a las mediciones de ajuste del conjunto de datos, es necesario cuantificar la proporción de la varianza a través de:

- El  $R^2$  Nagelkerke, Cox y Snell, McFadden que indican la eficacia predictiva de la probabilidad de ocurrencia de las categorías de la variable dependiente (García, Montero, Ruiz , Vasquez , & Álvarez , 2008)

### **Modelo Logarítmico Lineal**

Posterior a la aplicación del modelo de Regresión Logística Multinomial se utilizó un modelo Logarítmico Lineal que permite un estudio explicativo y determina la causalidad entre variables dependiente e independiente mediante la técnica de análisis de datos log-lineal. Este modelo estadístico Logarítmico Lineal se utilizó para reafirmar las variables determinantes obtenidas con el modelo de regresión multinomial.

El modelo incluye todos los efectos posibles, los cuales se estiman a partir de datos observados. Para el caso de  $k$  variables, toma la siguiente forma:

$$\ln F_{ij\dots m} = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \dots + \lambda_m^k + \lambda_{ij}^{AB} + \dots + \lambda_{ij\dots m}^{AB\dots K}$$

Donde:

$F_{ij}$  = Frecuencias de las variables de estudio nacionalidad, género y aporte



$\mu$  = Promedio de las frecuencias de cada una de las variables de estudio nacionalidad, género y aporte.

$\lambda_i^A$  = Efecto de la categoría voluntario, anónimo o reciproco respecto a las variables nacionalidad, género y tipo de aporte, una a una.

$\lambda_{ij}^{ABC}$  = Efecto de la interacción de las categorías en conjunto voluntario, anónimo o recíproco con cada una de las variables nacionalidad, género y tipo de aporte (Pérez, 2014).

Se utilizó el presente modelo logarítmico lineal para cumplir con el análisis de relaciones entre categorías de variables cualitativas que se representan en tablas de contingencia multidimensionales.

### 3.3 Operacionalización de las Variables

**Tabla 6:** Variable dependiente: tipo de contribución

Concepto	Dimensiones o Categorías	Indicadores	Ítems	Técnica e Instrumentos
<b>Contribuciones</b> Fuente significativa de ingresos que aporta al desarrollo, mantenimiento y conservación de PNC. El efecto del anonimato, aportar abiertamente tanto en presencia de personas o en sobre sellado, la reciprocidad, cuando recompensan acciones amables y castigan acciones desagradables y voluntariado es aquella contribución relativa a los aportes de los demás.	Anónimo	Aporte de turistas encuestados en Laguna Limpiopungo	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el acceso a la zona en el hipotético caso de que se lo requiera?	Encuesta aplicada a turistas, del proyecto de Investigación “Conservación y Sostenibilidad Financiera a través de pagos voluntarios, anonimidad y reciprocidad del Parque Nacional Cotopaxi”
	Recíproco	Aporte de turistas encuestados en Refugio José Rivas	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el acceso a la zona en el hipotético caso de que se lo requiera?	
	Voluntario	Aporte de turistas encuestados en Refugio José Rivas	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el acceso a la zona en el hipotético caso de que se lo requiera?	

**Variable independiente:** variables determinantes

<p><b>Variabales determinantes</b> Características sociodemográficas, económicas detectadas por la encuesta a turistas como: origen, gustos, preferencias comportamientos, con el fin de encontrar similitudes que sirvan como herramientas para la toma de decisiones y caracterización del turista.</p>	Género	Porcentaje de turistas que visitan del Parque Nacional Cotopaxi : •Hombres •Mujeres	¿Cuál es su género?	<p>Encuesta aplicada a turistas, del proyecto de Investigación “Conservación y Sostenibilidad Financiera a través de pagos voluntarios, anonimidad y reciprocidad del Parque Nacional Cotopaxi”</p>
	Origen	Porcentaje de turistas que visitan del Parque Nacional Cotopaxi : •Nacionales •Extranjeros	¿Cuál es su país de Origen?	
	Estado Civil	Porcentaje de turistas que visitan del Parque Nacional Cotopaxi : •Solteros •Casados	¿Cuál es su estado Civil?	
	Estado Laboral	Porcentaje de turistas que desempeñan una actividad económica •Solteros •Casados	¿Cuál es su Estado Laboral	
	Instrucción	Porcentaje de turistas referente a la instrucción que pertenecen •Primaria •Secundaria •Tercer Nivel •Cuarto Nivel	¿Cuál es su Instrucción?	
	Motivo de la Visita	Porcentaje de turistas que según motivo visitan el parque Nacional Cotopaxi •Turismo •Deporte •Investigación	¿Ha visitado anteriormente el parque Nacional Cotopaxi?	
	Medio de Información	Porcentaje de turistas que según el medio conocen el Parque Nacional Cotopaxi	¿Por qué medio usted se enteró la existencia de este parque?	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>•Paquete Turístico</li> <li>•Internet</li> <li>•Recomendación</li> <li>•Redes Sociales</li> </ul>	
	Relación de grupo Turístico	Porcentaje de turistas según la relación con los miembros del grupo <ul style="list-style-type: none"> <li>•Individual</li> <li>•Familia</li> <li>•Amigos</li> <li>•Pareja</li> </ul>	¿Podría usted indicar la relación entre los miembros del grupo turístico?
	Ingresos Mensuales	Monto que pertenece a los ingresos mensuales del Turista <ul style="list-style-type: none"> <li>• 0 - 400</li> <li>• 400 - 700</li> <li>• 1000 - 1500</li> <li>• 1500 a 2500</li> <li>• Mayor a 2500</li> </ul>	¿Cuál de los siguientes rangos pertenecen a sus ingresos mensuales?
	Publicación de visita	Porcentaje de turistas que publicaría sus recuerdos en redes sociales <ul style="list-style-type: none"> <li>•Si</li> <li>•No</li> </ul>	¿Publicaría sus recuerdos en las redes sociales?
	Repetir visita	Porcentaje de turistas que visitarían nuevamente el parque Nacional Cotopaxi <ul style="list-style-type: none"> <li>•Si</li> <li>•No</li> </ul>	¿Visitarías Nuevamente el parque Nacional?

**Elaborado por:** María Belén Valle

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Resultados y discusión

En el presente apartado se presenta los resultados y la discusión generada a partir de los tipos de aportes de los turistas encuestados en el Parque Nacional Cotopaxi.

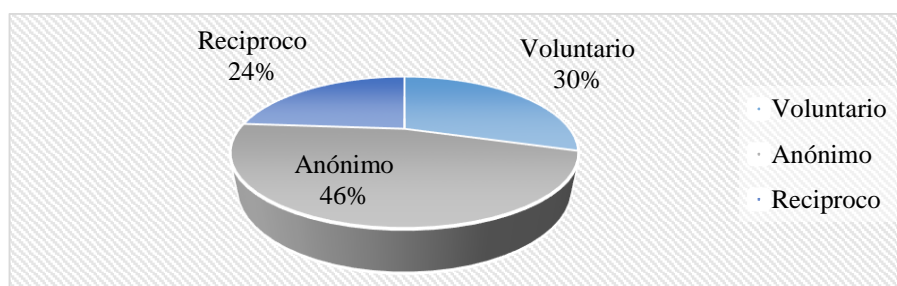
#### TIPOS DE APORTES

**Tabla 7:** Tipos de aportación: voluntaria, anónima y recíproca

Tipo de Aporte	Encuestados	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Voluntario	121	29,7	29,7	29,7
Anónimo	189	46,4	46,4	76,2
Reciproco	97	23,8	23,8	100
Total	407	100	100	

Elaborado por: María Belén Valle

**Gráfico 16:** Tipos de aportación: voluntaria, anónima y recíproca



Elaborado por: María Belén Valle

La presente investigación empleó una muestra de 407 turistas que después de su visita al parque nacional accedieron a participar en la encuesta, la misma que estuvo compuesta por 3 modalidades de aplicación para cada tipo de aportación; en la cual 121 turistas encuestados que representa el (29,7%) pertenecen a la modalidad de tipo voluntario, 189 turistas encuestados representan el (46,4%) de tipo anónimo y 97 (23,8%) de tipo recíproco. La contribución anónima posee el mayor porcentaje respecto a los otros tipos de aporte ya que lo conforman un total de 189 turistas que visitan el parque Nacional Cotopaxi, en tal perspectiva señalando lo que menciona (Soetevent, 2006), el anonimato como mecanismo de contribución hace que el individuo se incline a contribuir en menor proporción a diferencia de cuando su contribución es pública, por lo que sugiere la eliminación del anonimato para generar

un mayor aporte, al igual que (Alpizar, Carlsson, & Johansson-Stenman, 2008) mencionan en su investigación que los aportes anónimos son un 25% menores que las contribuciones públicas Sin embargo en la presente investigación predominan los aportes anónimos por lo que es certero poder conocer las verdaderas intenciones de apoyo de aquel turista que decide visitar el parque Nacional Cotopaxi.

### TIPO DE APORTE Y MONTOS DE CONTRIBUCIÓN

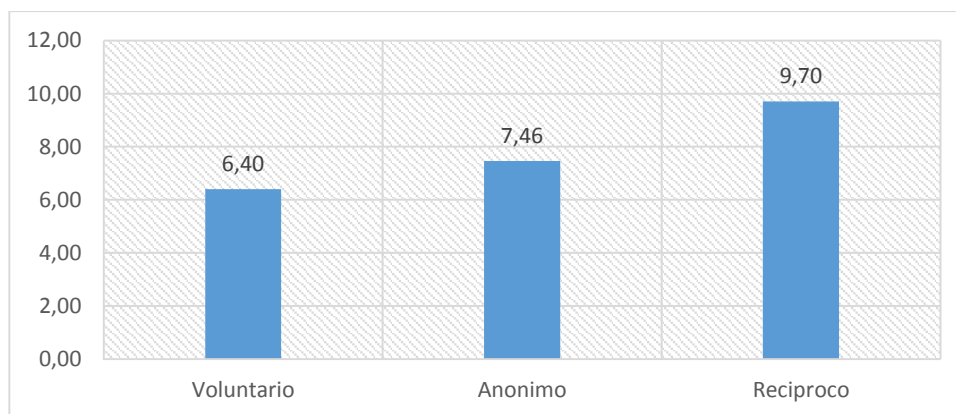
**Pregunta:** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el acceso a la zona en el hipotético caso de que se lo requiera?

**Tabla 8:** Promedio del monto aportado por cada tipo de contribución

Tipo de aporte	Encuestados	Media	Mediana	Moda	Máximo	Mínimo
<b>Voluntario</b>	121	\$ 6,40	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 30,00	\$ 0,00
<b>Anónimo</b>	189	\$ 7,46	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 50,00	\$ 0,00
<b>Reciproco</b>	97	\$ 9,70	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 55,00	\$ 1,00
<b>Total</b>	407					

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 17:** Promedio del monto aportado por cada tipo de contribución



**Elaborado por:** María Belén Valle

En el hipotético caso de que se requiera pagar por la entrada al parque nacional Cotopaxi, los montos promedios de intención del aporte de tipo voluntario es de \$6,40 teniendo como aporte mínimo \$0,00 y como máximo \$ 30,00. En cuanto al aporte de tipo anónimo se indica que la media es de \$7,46 con un aporte mínimo de \$0,00 y un máximo de \$50,00, finalmente los resultados de tipo reciproco arrojaron que \$9,70 es la media, con un mínimo de \$1,00 y un máximo de \$55,00.

Con estos resultados a simple vista se puede determinar que el monto de aporte recíproco estimula la cooperación mediante la estrategia de dar y recibir siendo la más significativa en relación con los demás. El valor medio de aportación que corresponde al tipo voluntario y anónimo oscilan entre 6 y 7 dólares, además cabe señalar que el valor que reiterativamente se aporta es de 5 dólares.

La reciprocidad es un tipo de contribución que impulsa a corresponder con una acción de bondad, se evidencia en ésta investigación y se comprueba lo mencionado por (Goldstein, Griskevicius, & Cialdini, 2012), quienes afirman que la reciprocidad es una estrategia de poder, vinculada a crear una relación personal entre beneficiarios y benefactores (Small & Simonsohn, 2008).

### **MONTO APORTADO POR TIPO Y GÉNERO DE VISITANTE**

**Preguntas:** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el acceso a la zona en el hipotético caso de que se lo requiera? y Género

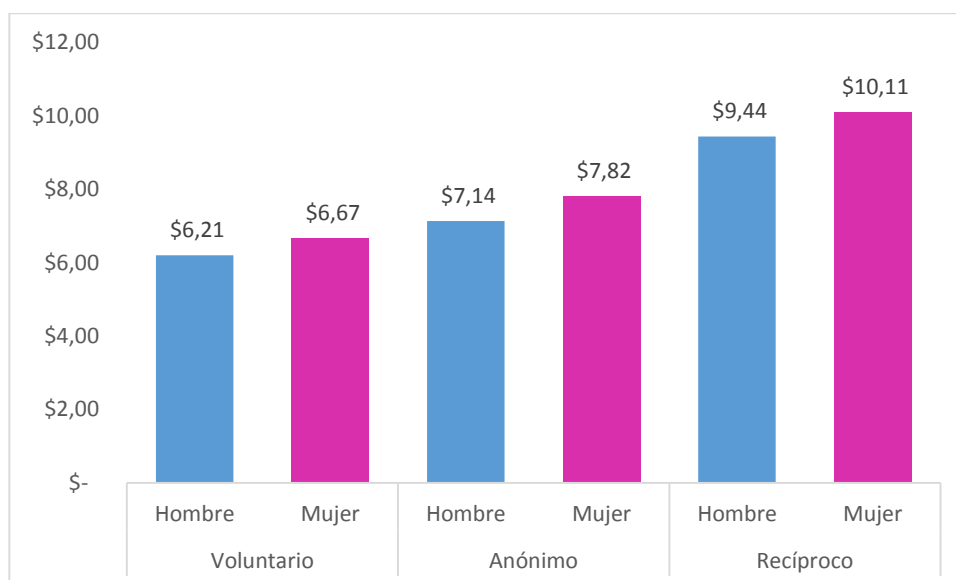
**Tabla 9:** Promedio del monto aportado por cada tipo y género del visitante

Aporte		Encuestados	Porcentaje	Media
Voluntario	Hombre	72	17,7%	\$6,21
	Mujer	49	12,0%	\$6,67
	<b>Total</b>	<b>121</b>		
Anónimo	Hombre	101	24,8%	\$7,14
	Mujer	88	21,6%	\$7,82
	<b>Total</b>	<b>189</b>		
Recíproco	Hombre	59	14,5%	\$9,44
	Mujer	38	9,3%	\$10,11
	<b>Total</b>	<b>97</b>		

**Elaborado por:** María Belén Valle

Como se puede observar a simple vista en la tabla anterior el género que predomina en todos los tipos de contribuciones es el Masculino. Sin embargo el género que presenta mayor aporte es el femenino. A continuación se presenta un análisis más profundo sobre el promedio del monto aportado por cada tipo y género del visitante.

**Tabla 10:** Promedio del monto aportado por cada tipo y género del visitante



**Elaborado por:** María Belén Valle

La contribución en relación con el género del turista en los diferentes tipos de aportación presenta los siguientes resultados: El aporte voluntario direccionado a 121 turistas en total, de los cuales 72 son hombres con una media de aportación de \$6,21 y 49 son mujeres con una media de aportación de \$ 6,67 dólares. El aporte anónimo, direccionado a 189 turistas en su totalidad, de los cuales 101 son hombres con una media de aportación de \$ 7,14 dólares y 88 son mujeres con una media de aportación de \$7,83 dólares. El aporte recíproco, direccionado a 97 turistas en su totalidad, de los cuales 59 son hombres con una media de aportación de \$ 9,44 y 38 son mujeres con una media de aportación de \$ 10,11 dólares. Valor mayoritario de aportación procedente de visitantes mujeres, resultado que se asemeja al estudio realizado por (Yao, 2015) el cual menciona que aunque las mujeres en promedio ganan menos dinero que sus homólogos masculinos, aún pueden reservar más dinero para caridad debido a su tendencias a ser más altruistas y empática

El tipo de contribución recíproca posee el mayor valor respecto a la media, ya que oscila en \$9,70 dólares en el caso hipotético de recaudación. Además la mayor contribución proviene del género femenino en los 3 casos de estudio, recalcando que no existe gran diferencia entre géneros a la hora de aportar.

Sin embargo la capacidad de respuesta a los aportes puede variar entre sitios y niveles de aporte, aquellos sitios que tienen varios sustitutos, es decir no son únicos



generalmente baja el aporte como también en el caso contrario el aporte sube (Lindberg, 2001), argumento importante ya que el parque nacional Cotopaxi no posee a sus alrededores algún lugar sustituto de visita lo que se refleja en el predominante aporte recíproco.

### **PROMEDIO DEL MONTO APORTADO POR CADA TIPO Y NACIONALIDAD DEL VISITANTE**

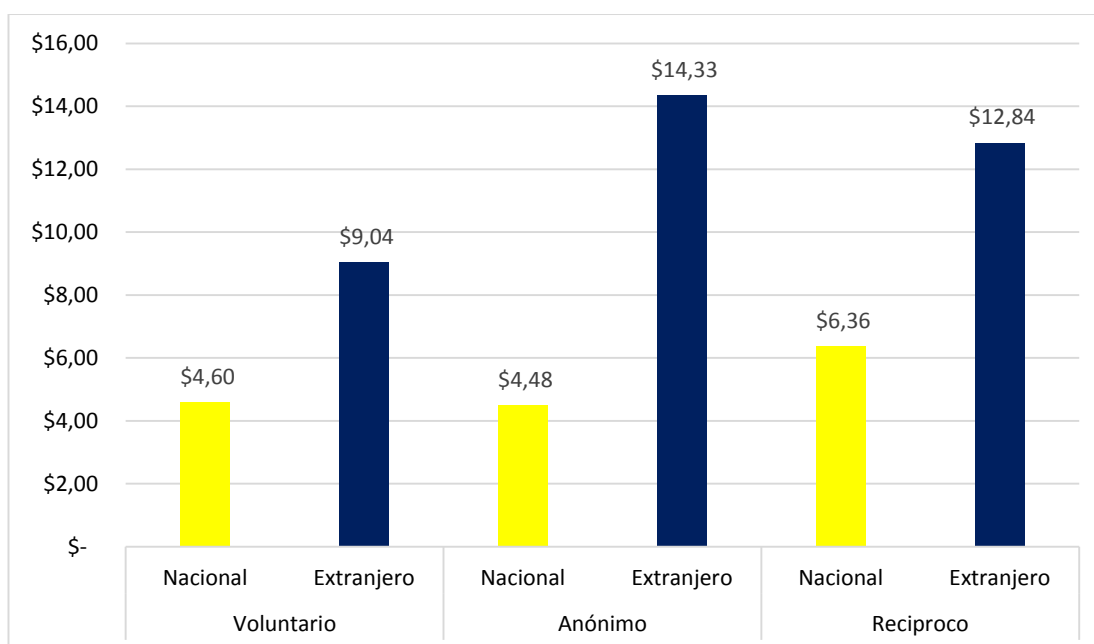
Preguntas ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el acceso a la zona en el hipotético caso de que se lo requiera? y ¿Cuál es su nacionalidad?

**Tabla 11:** Nacionalidad de los visitantes por tipo de aportación

Aporte		Encuestados	Porcentaje	Media
<b>Voluntario</b>	Nacional	72	17,7%	<b>\$4,60</b>
	Extranjero	49	12,0%	<b>\$9,04</b>
	<b>Total</b>	<b>121</b>		
<b>Anónimo</b>	Nacional	132	32,4%	<b>\$4,48</b>
	Extranjero	57	14,0%	<b>\$14,33</b>
	<b>Total</b>	<b>189</b>		
<b>Recíproco</b>	Nacional	47	11,5%	<b>\$6,36</b>
	Extranjero	50	12,3%	<b>\$12,84</b>
	<b>Total</b>	<b>97</b>		

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 18:** Media de aportación por tipos y nacionalidad



**Elaborado por:** María Belén Valle

El parque Nacional Cotopaxi, atrae a turistas tanto nacionales como extranjeros, parte de la investigación es analizar las diferencias que existen al momento de contribuir. Por lo tanto el tipo de aporte voluntario dirigido a 72 turistas nacionales presenta una media de aportación de \$4,60 dólares mientras que turistas extranjeros mantienen una media de \$ 9,04. El tipo de aporte anónimo dirigido a 132 turistas nacionales presenta una media de aportación de \$4,48 dólares mientras que turistas extranjeros mantienen una media de \$ 14,33. El tipo de aporte anónimo dirigido a 97 turistas nacionales presenta una media de aportación de \$6,36 dólares mientras que turistas extranjeros mantienen una media de \$ 12,84.

La mayor contribución proviene de la visita de turistas extranjeros, resultado que se repite en cada tipo de aporte, sin embargo el mayor aporte es de \$14,33 dólares perteneciente a contribución extranjera anónima. En cuanto a contribuciones nacionales la más representativa mantiene una media de \$6,36 en reciprocidad.

Respecto a investigaciones previas la disposición de los visitantes a aportar según (Lindberg, 2001), menciona que los visitantes están dispuestos a pagar mucho más de lo requerido particularmente en visita a países en desarrollo por parte de extranjeros, por lo tanto la presente investigación se acopla a estos resultados debido a que se denota que el mayor aporte proviene de extranjeros.

Desde otra perspectiva el aporte mayoritario de turistas extranjeros a pesar de que el parque nacional registró visitas en su mayoría de turistas nacionales es representativo debido a los montos en que los visitantes extranjeros aportan en mayor cantidad.

### **PROMEDIO DEL MONTO APORTADO POR CADA TIPO Y ESTADO LABORAL DEL VISITANTE**

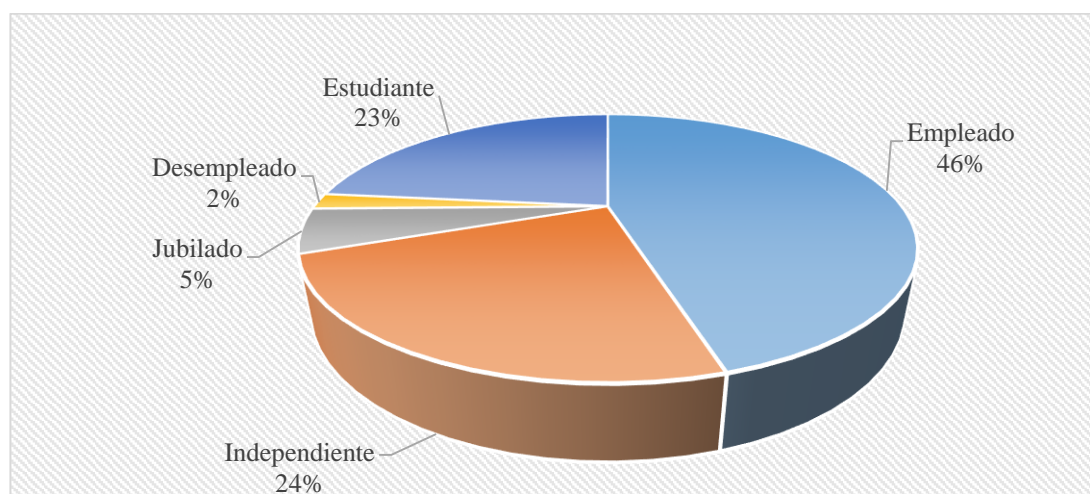
Preguntas: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el acceso a la zona en el hipotético caso de que se lo requiera? y Especifique su Estado Laboral.

**Tabla 12:** Estado laboral del visitante

<b>Estado Laboral</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
Empleado	185	45,45%
Independiente	97	23,83%
Jubilado	22	5,41%
Desempleado	8	1,97%
Estudiante	95	23,34%
	<b>407</b>	

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 19:** Estado laboral del visitante



Elaborado por: María Belén Valle

**Tabla 13:** Media de aportación por tipo y estado laboral

		Encuestados	Porcentaje	Media
<b>Voluntario</b>	Empleado	59	14,50%	\$ 6,32
	Independiente	28	6,88%	\$ 8,04
	Jubilado	10	2,46%	\$ 6,20
	Desempleado	2	0,49%	\$ 16,00
	Estudiante	22	5,41%	\$ 3,73
<b>Total</b>		<b>121</b>	<b>29,73%</b>	
<b>Anónimo</b>	Empleado	73	17,94%	\$ 8,00
	Independiente	51	12,53%	\$ 7,75
	Jubilado	8	1,97%	\$ 7,88
	Desempleado	3	0,74%	\$ 11,67
	Estudiante	54	13,27%	\$ 6,15
<b>Total</b>		<b>189</b>	<b>46,44%</b>	
<b>Recíproco</b>	Empleado	53	13,02%	\$ 8,89
	Independiente	18	4,42%	\$ 11,89
	Jubilado	4	0,98%	\$ 4,00
	Desempleado	3	0,74%	\$ 6,67
	Estudiante	19	4,67%	\$ 11,58
<b>Total</b>		<b>97</b>	<b>23,83%</b>	

Elaborado por: María Belén Valle

En cuanto a resultados del estado laboral de los turistas encuestados en los 3 diferentes tipos de aporte, 185 turistas que representa el 46% son empleados, 97 turistas son independientes representando el 24%, 95 turistas que representan el 23% son

estudiantes, 22 turistas son jubilados que representa el 5%, 8 turistas se encuentran desempleados representando el 2% del total de encuestados. La mayor media de aportación corresponde a turistas desempleados siendo \$16 dólares en aporte voluntario y \$11 dólares en el aporte anónimo.

La mayor parte de turistas que visitan el parque nacional Cotopaxi en cada uno de los tipos de recaudación son empleados cuyo aporte oscila entre \$6 y 8\$ dólares, sin embargo la mayor media de aportación corresponde a \$11,67 dólares. Por otra parte el tipo de contribución voluntaria perteneciente a los turistas que manifestaron estar desempleados es el más alto sin embargo no es representativo debido a que es de apenas el 0,49% de los 189 encuestados por lo cual este dato no es relevante.

Los más dispuestos a realizar un aporte son los empleados ya que reciben un ingreso estable mientras tanto, las personas desempleadas y jubiladas pueden no disponer para aportar, especialmente porque aquellos sin trabajo pueden estar buscando ahorrar dinero hasta que reciban un ingresos nuevamente. Es así que los resultados concuerdan con la investigación realizada por (Yao, 2015) el cual obtiene como resultado que los individuos empleados tenían un 23.2% más de probabilidad de aportar respecto a los desempleados, jubilados y estudiantes.

## **TIPO DE INSTRUCCIÓN DEL VISITANTE**

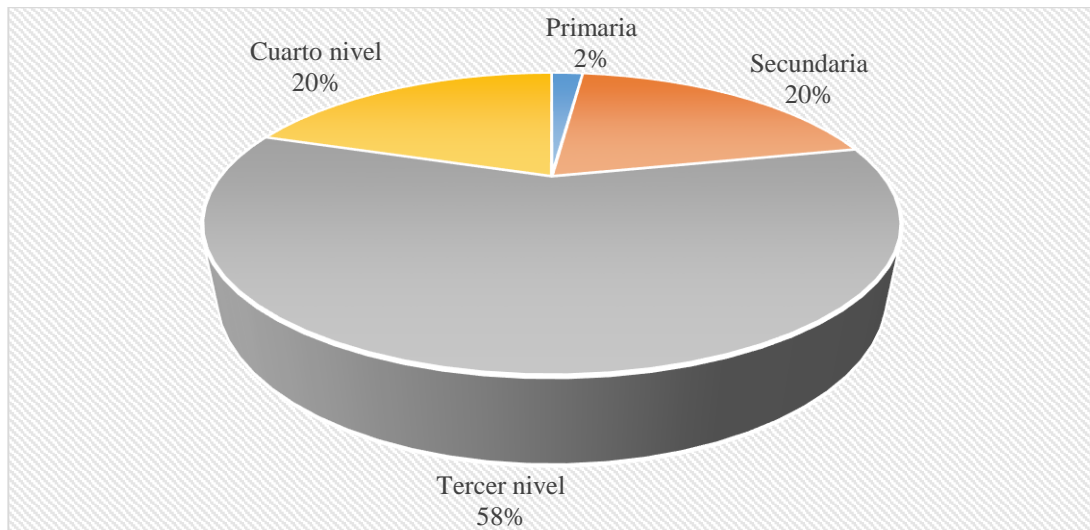
### **Pregunta: Instrucción**

**Tabla 14:** Media del monto aportado por instrucción del visitante

		<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	Primaria	8	1,97%	1,97%	1,97%
	Secundaria	80	19,66%	19,66%	21,62%
	Tercer nivel	238	58,48%	58,48%	80,10%
	Cuarto nivel	81	19,90%	19,90%	100,00%
	Total	407	100,00%	100,00%	

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Tabla 15:** Instrucción de los visitantes



**Elaborado por:** María Belén Valle

En cuanto a datos generales del total de encuestados 8 turistas que representan el 1,97% poseen instrucción primaria, 80 turistas que representan el 19,66% poseen instrucción académica secundaria, 238 turistas que representan el 58,48% poseen tercer nivel de instrucción y finalmente 81 turistas que representan el 19,90% poseen cuarto nivel de instrucción.

La mayor parte de turistas encuestados poseen en su mayoría una instrucción de tercer nivel, representando más del 50% de los turistas, además turistas con educación de cuarto nivel y secundaria mantienen porcentajes similares de 20% cada uno.

Por lo tanto los turistas que aportan mayoritariamente corresponde aquellos con un nivel de educación alto de tal forma que concuerda con (Yao, 2015) quien en su investigación obtiene como resultados que las personas con más educación son ligeramente más propensos a contribuir a un nivel de 0,10 mientras que los empleados tenían un 23,2 por ciento más de probabilidades de ser voluntarios que los desempleados

## PROMEDIO DEL MONTO APORTADO POR CADA TIPO E INSTRUCCIÓN DEL VISITANTE

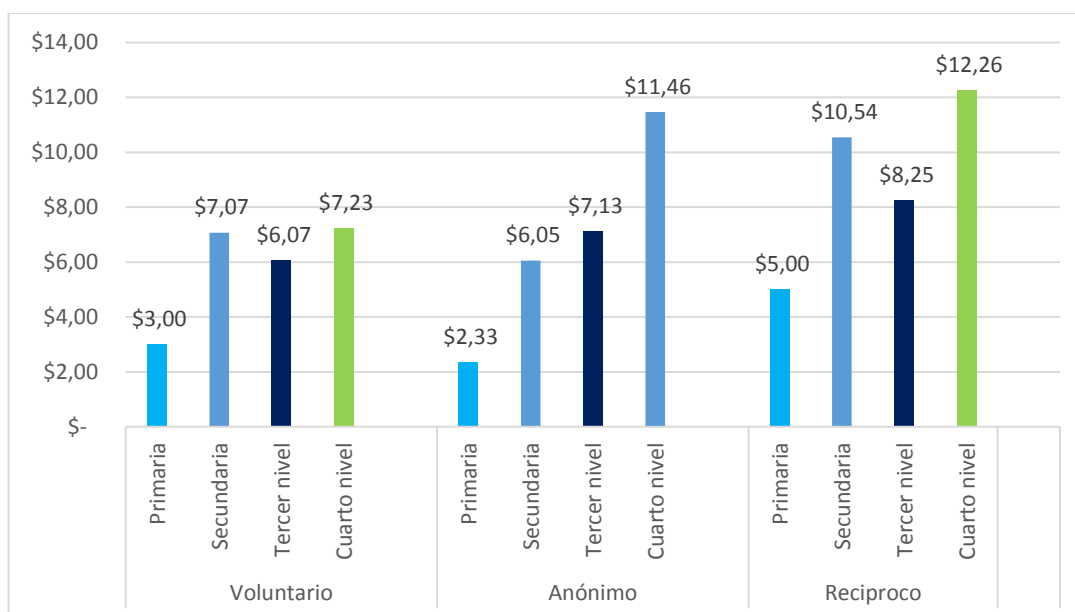
**Preguntas:** Instrucción y ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el acceso a la zona en el hipotético caso de que se lo requiera?

**Tabla 16:** Media de aportación por tipo e instrucción

		Encuestados	Porcentaje	Media
<b>Voluntario</b>	Primaria	3	0,74%	\$ 3,00
	Secundaria	14	3,44%	\$ 7,07
	Tercer nivel	74	18,18%	\$ 6,07
	Cuarto nivel	30	7,37%	\$ 7,23
	<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>29,73%</b>	
<b>Anónimo</b>	Primaria	3	0,74%	\$ 2,33
	Secundaria	42	10,32%	\$ 6,05
	Tercer nivel	116	28,50%	\$ 7,13
	Cuarto nivel	28	6,88%	\$ 11,46
	<b>Total</b>	<b>189</b>	<b>46,44%</b>	
<b>Reciproco</b>	Primaria	2	0,49%	\$ 5,00
	Secundaria	24	5,90%	\$ 10,54
	Tercer nivel	48	11,79%	\$ 8,25
	Cuarto nivel	23	5,65%	\$ 12,26
	<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>23,83%</b>	

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 20:** Media de aportación por tipo e instrucción



**Elaborado por:** María Belén Valle

En el tipo de contribución voluntaria, los mayores montos de aportación provienen de 30 turistas que representan el 7,37% de una total de 121 encuestados, los mismos que poseen instrucción de cuarto nivel y aportan en promedio \$7,23 dólares, seguidamente los turistas con instrucción secundaria ya que aportan en promedio \$ 7,07 dólares

En el tipo de contribución anónima, los mayores montos de aportación provienen de 28 turistas que representan el 6,88% de una total de 189 encuestados, los mismos que poseen instrucción de cuarto nivel y aportan en promedio \$11,64 dólares, seguidamente los turistas con instrucción tercer nivel ya que aportan en promedio \$ 7,13 dólares.

En el tipo de contribución recíproco, los mayores montos de aportación provienen de 23 turistas que representan el 5,65% de una total de 23 encuestados, los mismos que poseen instrucción de cuarto nivel y aportan en promedio \$12,26 dólares, seguidamente los turistas con instrucción secundaria ya que aportan en promedio \$ 10,54 dólares.

Significativamente, los montos máximos son de los visitantes del tipo recíproco con instrucción de cuarto nivel (21 turistas que representa el 22,8% del grupo) cuya media de aporte es de \$11,78; seguido por el aporte del mismo tipo en relación a los visitantes con instrucción de secundaria (24 turistas que representan el 26,1% del grupo) con la media de \$10,54; y de los visitantes del aporte anónimo con instrucción de cuarto nivel (24 turistas que representan el 13,2% del grupo) con una media de aporte de \$10,46.

### **TIPO DE APORTE E INGRESOS MENSUALES DEL VISITANTE**

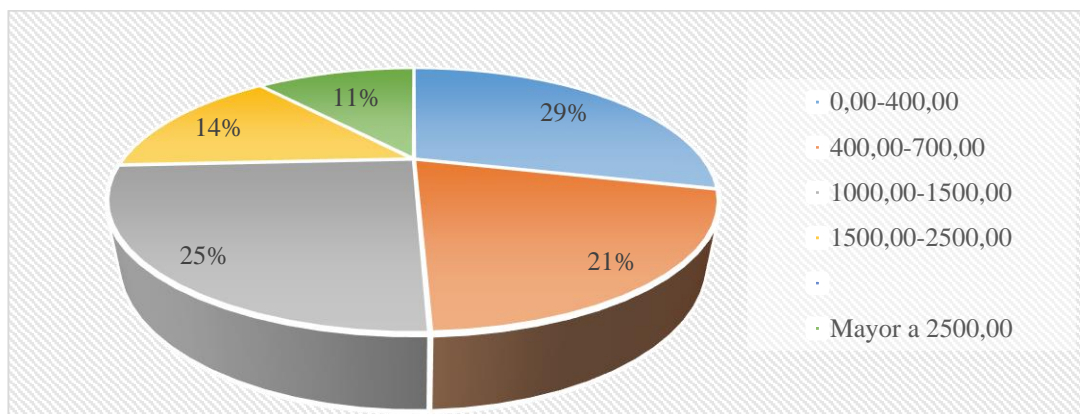
**Pregunta:** ¿Cuál de los siguientes rangos pertenecen a sus ingresos mensuales?

**Tabla 17:** Ingresos mensuales del visitante

		<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	0,00-400,00	117	28,7	28,7	28,7
	400,00-700,00	84	20,6	20,6	49,4
	1000,00-1500,00	101	24,8	24,8	74,2
	1500,00-2500,00	59	14,5	14,5	88,7
	Mayor a 2500,00	46	11,3	11,3	100,0
	Total	407	100,0	100,0	

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 21:** Ingresos mensuales del visitante



**Elaborado por:** María Belén Valle

Mediante la encuesta realizada a los turistas del parque nacional Cotopaxi, se obtuvo que el 29% corresponde a ingresos en el rango de 0,00 a 400 dólares, el 25% ingresos de 1000 a 1500 dólares, el 21 % de 400 a 700 dólares el 15% corresponde a ingresos de 1500 a 2500 dólares finalmente el 11% corresponde a ingresos mayores de 2500.

Los ingresos de los turistas mantienen porcentajes similares, sin embargo la afluencia de turistas cuyo nivel de ingresos corresponde hasta 400 dólares representa el mayor porcentaje con el 28%.

### **PROMEDIO DEL MONTO APORTADO POR CADA TIPO E INGRESOS MENSUALES DEL VISITANTE**

**Preguntas:** ¿Cuál de los siguientes rangos pertenecen a sus ingresos mensuales?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el acceso a la zona en el hipotético caso de que se lo requiera?

**Tabla 18:** Ingresos mensuales del visitante por tipo de aportación

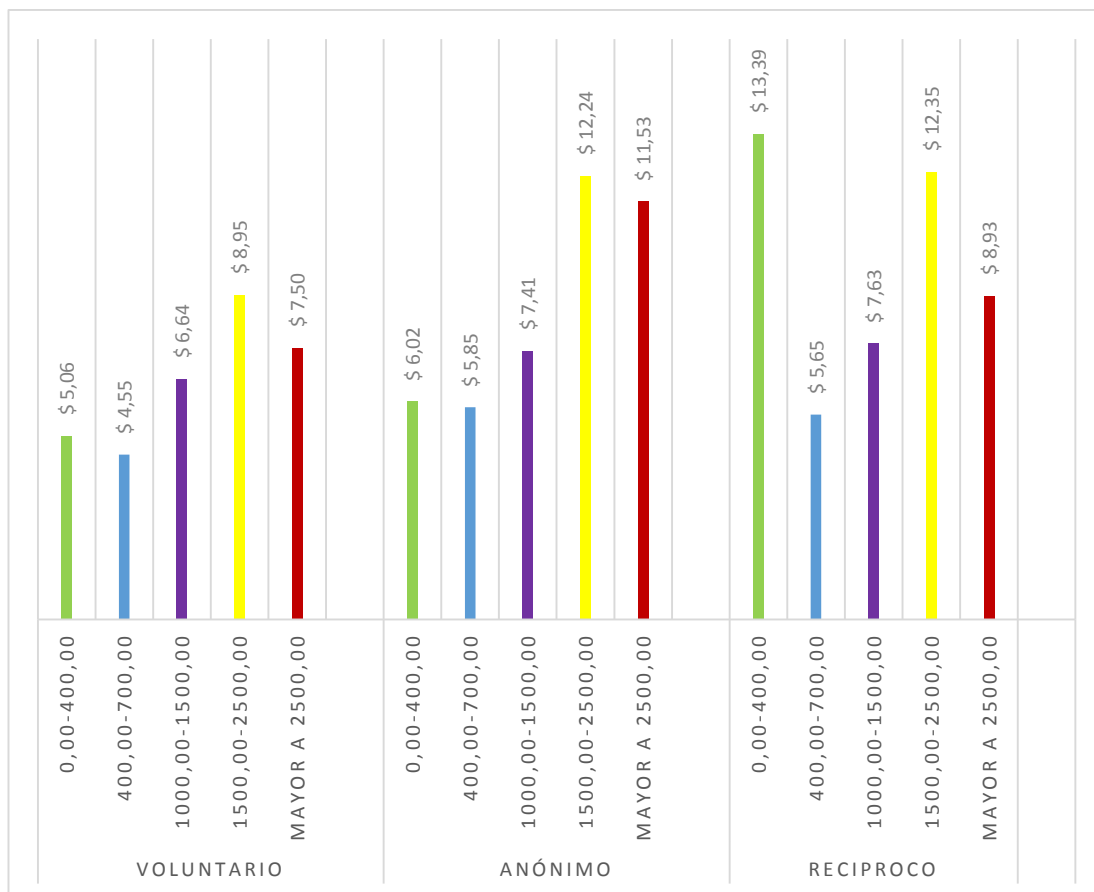
			Encuestados	Porcentaje	Media
Aporte	Voluntario	0,00-400,00	31	7,62%	\$ 5,06
		400,00-700,00	20	4,91%	\$ 4,55
		1000,00-1500,00	36	8,85%	\$ 6,64
		1500,00-2500,00	22	5,41%	\$ 8,95
		Mayor a 2500,00	12	2,95%	\$ 7,50
		<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>29,73%</b>	
Anónimo	0,00-400,00	63	15,48%	\$ 6,02	
	400,00-700,00	41	10,07%	\$ 5,85	



	1000,00-1500,00	49	12,04%	\$	7,41
	1500,00-2500,00	17	4,18%	\$	12,24
	Mayor a 2500,00	19	4,67%	\$	11,53
	<b>Total</b>	<b>189</b>	<b>46,44%</b>		
Reciproco	0,00-400,00	23	5,65%	\$	13,39
	400,00-700,00	23	5,65%	\$	5,65
	1000,00-1500,00	16	3,93%	\$	7,63
	1500,00-2500,00	20	4,91%	\$	12,35
	Mayor a 2500,00	15	3,69%	\$	8,93
	<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>23,83%</b>		

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 22:** Media de aportación por tipo e ingresos mensuales del visitante



**Elaborado por:** María Belén Valle

El nivel de ingresos en los turistas encuestados presenta los siguientes resultados:

Los ingresos de 117 turistas que representan el 28,7% del total de encuestados se encuentran en un rango de 0 a 400 dólares, 84 turistas que representan el 20,6% presentan ingresos que oscilan entre 400 y 700 dólares, 101 turistas que representan el 24,8% presentan ingresos que oscilan entre 1000 y 1500 dólares, 59 turistas que representan el 15,5% cuyo ingresos oscilan entre 1500 y 2500 dólares y finalmente 46 turistas cuyo porcentaje es de 11,3% presentan ingresos que son mayores a 2500.

En cuanto a montos máximos de aportación en la contribución voluntaria es de 8,95 dólares pertenecientes a turistas cuyo ingreso es de 1500 a 2500 dólares, al igual que en la contribución anónima cuya media es de 12,24 dólares con ingresos de 1500 a 2500 dólares. Además el mayor monto de aportación en la contribución recíproca es 13,39 perteneciente a turistas con ingresos entre 0 y 400 dólares.

La recaudación en el aporte Anónimo y Recíproco presentan valores congruentes, el turista cuyo nivel de ingresos se encuentra en un rango de 1500 a 2500 dólares tiende

a aportar en promedio de \$12 dólares. Mientras que la menor aportación se evidencia en turistas cuyo nivel de ingresos oscila entre 400 y 700 dólares.

Por lo tanto la mayor aportación corresponde a turistas cuyo nivel de ingresos es mayoritario es decir a mayor ingreso, mayor aporte (Yao, 2015).

### **EDAD DEL VISITANTE**

**Pregunta:** Señale su Edad

**Tabla 19:** Edad del visitante

	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>
<b>Edad</b>	407	13	71	33,91
N válido (por lista)	407			

**Elaborado por:** María Belén Valle

Según los resultados de la encuesta el Parque Nacional Cotopaxi es visitado por turistas cuya edad media es de 33,9 años. Por otra parte la edad mínima es de 13 años y la máxima es de 71 años. Por lo tanto se puede deducir que generalmente acuden a este destino turístico personas jóvenes y adultas.

Al contrastar con la investigación realizada por Rodríguez (2008) la cual presenta datos de visitantes extranjeros que concentran su edad en el rango de 18 a 29 años, lo cual refleja que el atractivo natural abarca en mayor proporción a quienes deseen visitar el parque.

## RAZÓN DE LA VISITA

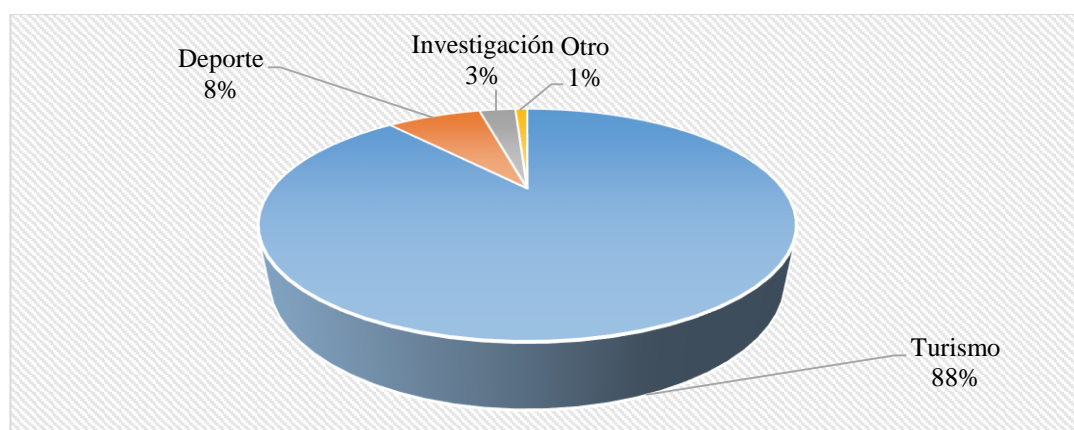
**Pregunta:** ¿Cuál es la razón de su visita?

**Tabla 20:** Razón de la visita

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Turismo</b>	360	88,5	88,5	88,5
<b>Deporte</b>	31	7,6	7,6	96,1
<b>Investigación</b>	12	2,9	2,9	99,0
<b>Otro</b>	4	1,0	1,0	100,0
<b>Total</b>	407	100,0	100,0	

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 23:** Razón de la visita



**Elaborado por:** María Belén Valle

De un total de 407 turistas que visitan el parque nacional Cotopaxi, 360 que representan el 88% lo hacen por turismo, 31 turistas que representan el 7,6% lo hacen por deporte, 12 turistas que representan el 2,9% lo hacen por investigación y 4 turistas que representan el 1% lo hacen por otras razones.

El motivo principal de la visita al parque nacional es por razones de turismo, lugar atractivo por el volcán activo Cotopaxi cuya cima está cubierta de nieve y por la laguna de Limpiopungo. Además el deporte es otra de las razones para visitar el parque ya que ha sido escenario de varias competencias y en relación a la investigación realizada por (Mendoza, Villon, & Yumisaca, 2017) quien afirma que la principal razón para hacer turismo corresponde a la diversión y recreación en un 67% aporta a los resultados obtenidos.

## MEDIO QUE POR EL CUAL EL VISITANTE SE ENTERÓ DE LA EXISTENCIA DEL PNC

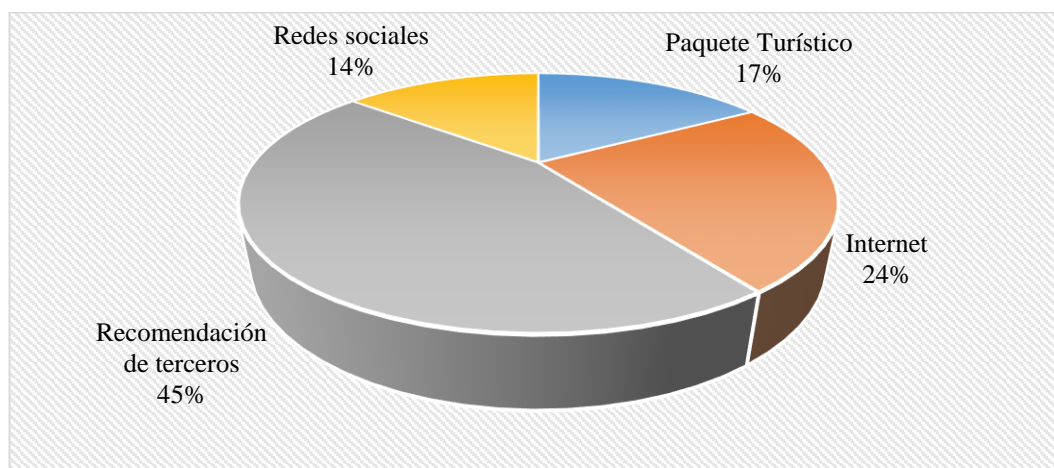
**Pregunta:** ¿Por qué medio usted se enteró la existencia de este parque?

**Tabla 21:** Medio por el cual el visitante se enteró del PNC

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Paquete Turístico	68	16,7	16,7	16,7
	Internet	96	23,6	23,6	40,3
	Recomendación de terceros	185	45,5	45,5	85,7
	Redes sociales	58	14,3	14,3	100,0
	Total	407	100,0	100,0	

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 24:** Medio por el cual el visitante se enteró del PNC



**Elaborado por:** María Belén Valle

De los 407 turistas que visitaron el parque nacional Cotopaxi 58 turistas que corresponde al 14,3% utilizó el internet como medio de información para realizar la visita, 68 turistas correspondientes al 16,7% por medio de paquete turístico, 96 turistas correspondientes al 23,6% por medio de internet, 185 turistas que representan el 45,5% por medio de recomendaciones a terceros. De los encuestados, 64 visitantes (16,5%) se enteraron del parque por paquetes turísticos; 93 (24%) por internet; 175 (45,1%) por recomendación de terceros; y 56 (14,4%) por redes sociales.

Las recomendaciones de terceros han sido la base de comunicación para abrir el turismo y llegar a más visitantes que deseen conocer el parque nacional, cumpliendo con el verdadero valor del servicio el cual está presente en un turista satisfecho.

A diferencia de la investigación titulada Survey on the attitudes of Europeans towards tourism, (2010) la cual menciona que la quinta parte de turistas se van de vacaciones optando por un paquete turístico ya sea reservado por internet o agencia de viajes. Resultado que difiere al de la investigación ya que el medio utilizado corresponde a recomendaciones a terceros.

### TIEMPO PREVISTO PARA LA VISITA

¿Cuánto tiempo piensa permanecer en el área protegida?

**Tabla 22:** Tiempo previsto para la visita

N	Válido	407
	Perdidos	0
Media		5,30
Mediana		4,00
Moda		3
Mínimo		1
Máximo		72

**Elaborado por:** María Belén Valle

De los turistas encuestados el promedio de horas de visita al parque nacional es de 5 horas y 30 minutos, siendo el tiempo mínimo de 1 hora y el tiempo máximo de 72 horas (3 días); la mayoría de encuestados tiene previsto un tiempo de 3 horas para la visita.

El servicio que ofrece el parque nacional Cotopaxi se estima en horas de visita promedio debido a las diferentes rutas por las cuales se pueden acceder y disfrutar del paisaje, el volcán la laguna en inclusive de alimentos.

Por lo que el tiempo estimado de permanencia de los turistas es extenso al considerarlo de 5 horas ya que por lo general según la investigación realizada por (Rodríguez, y otros, 2008) el tiempo de permanencia a áreas protegidas se extiende a 2 horas, sin embargo coincide al establecer que ciertos lugares de visita requieren de mayor tiempo de estadía es el caso de la visita a la playa Los Frailes perteneciente al parque Nacional Machalilla, el cual la permanencia en promedio oscila en 5 horas.

**MEDIA DE TIEMPO PREVISTO (HORAS) PARA LA VISITA POR TIPO DE APORTACIÓN DEL VISITANTE**

Tipo de Aportación

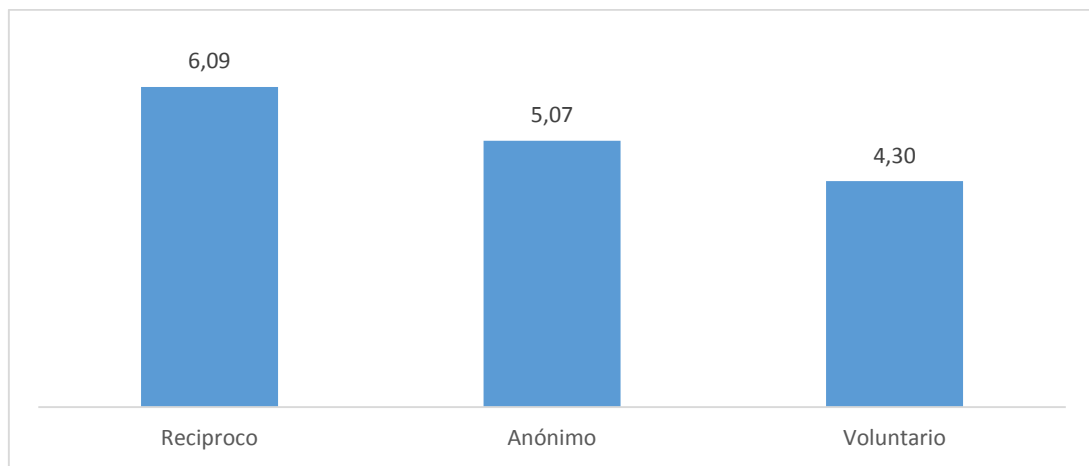
¿Cuánto tiempo piensa permanecer en el área protegida?

**Tabla 23:** Tiempo previsto para la visita

aporte	Reciproco	6,09
	Anónimo	5,07
	Voluntario	4,3

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 25:** Media de tiempo (horas) prevista para la visita por tipo de aportación del visitante



**Elaborado por:** María Belén Valle

El tiempo de visita registrado por lo turistas encuestados en relación a tipo de contribución son los siguientes: El tipo de aportación recíproco registran el máximo tiempo destinado para visita con una media de 6 horas; seguido del tipo de aportación anónimo con una media de 5 y en tercer lugar, el tiempo registrado por los visitantes del tipo de aportación Voluntario con una media de 4 horas. En otras palabras aquellos turistas pertenecientes al tipo de aporte recíproco poseen el valor de visita en horas más alto, respecto a los demás, disfrutan la estadía el paisaje por mucho más tiempo.

## MEDIA DE TIEMPO PREVISTO (HORAS) PARA LA VISITA POR ESTADO CIVIL

Tipo de Estado Civil

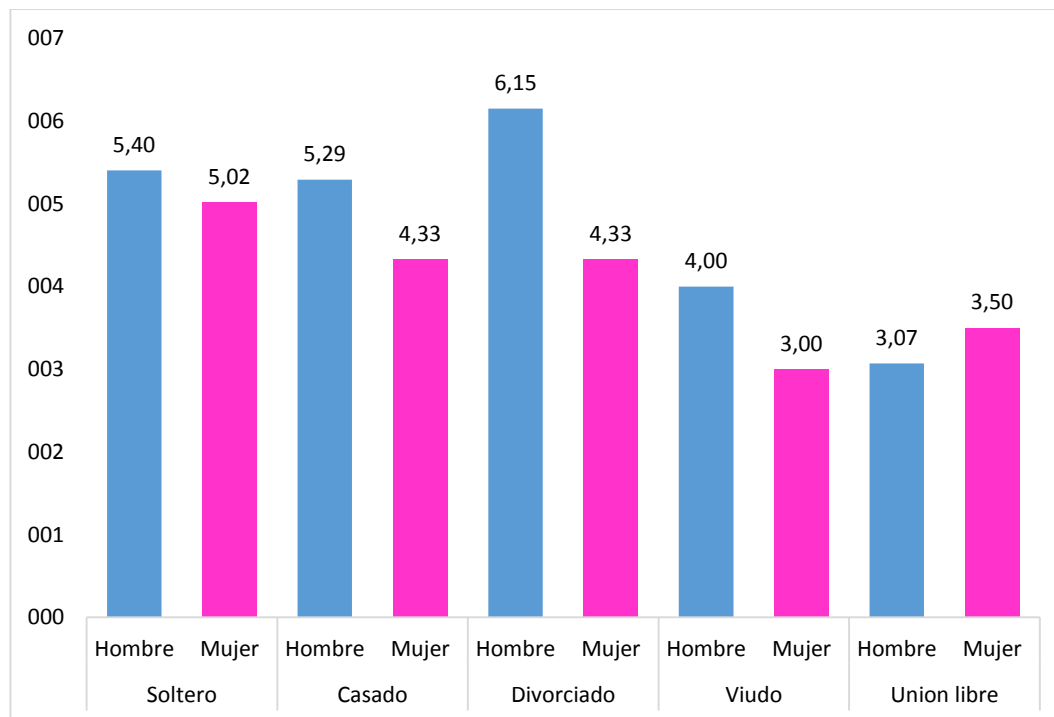
¿Cuánto tiempo piensa permanecer en el área protegida?

**Tabla 24:** Media de tiempo previsto para la visita por estado civil y género del visitante

			Media	Mediana	Moda	Máximo	Mínimo
<b>Estado Civil</b>	<b>Soltero</b>	Hombre	5,4	4	5	72	1
		Mujer	5,02	4	5	15	1
	<b>Casado</b>	Hombre	5,29	3	3	48	1
		Mujer	4,33	4	1	12	1
	<b>Divorciado</b>	Hombre	6,15	5	5	24	1
		Mujer	4,33	3	3	12	1
	<b>Viudo</b>	Hombre	4	4	4	5	3
		Mujer	3	3	3	3	3
	<b>Unión libre</b>	Hombre	3,07	2	2	4	2
		Mujer	3,5	4	2	5	2

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 26:** Media de tiempo previsto para la visita por estado civil y género del visitante



**Elaborado por:** María Belén Valle



El tiempo de visita registrado por lo turistas en relación con su estado civil presenta que los de estado soltero aportan en promedio 5 horas tanto hombres como mujeres, en cuanto al estado civil casado los hombres disponen de 3 horas y las mujeres 4,33 horas. Respecto al estado civil divorciado en el cual los hombres disponen 6,15 horas mientras que la mujer es de 4,33 horas. Por otra parte el estado civil viudo presenta valores de 4 horas en hombres y en mujeres de 3 horas. Finalmente el estado civil de Unión Libre presenta un valor de 3,7 horas para hombres y 3,50 horas para mujeres. Por lo tanto se deduce que los turistas solteros disponen de mayor tiempo para realizar su visita y cabe recalcar que la moda en horas corresponde a 5 horas de visita bajo el resguardo de guías naturistas, guarda parques.

### RELACIÓN ENTRE LOS MIEMBROS DEL GRUPO VISITANTE

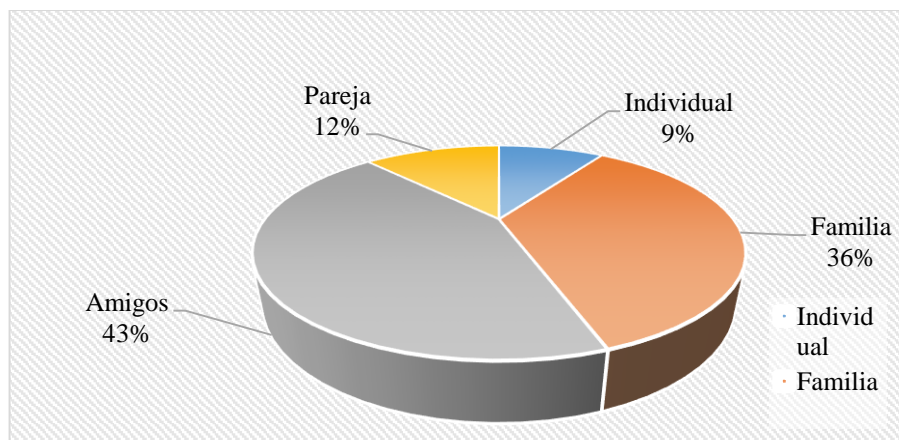
**Pregunta:** Podría usted indicar la relación entre los miembros del grupo turístico

**Tabla 25:** Relación entre los miembros del grupo visitante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Individual</b>	38	9,3	9,3	9,3
	<b>Familia</b>	144	35,4	35,4	44,7
	<b>Amigos</b>	176	43,2	43,2	88
	<b>Pareja</b>	49	12	12	100
	<b>Total</b>	407	100	100	

Elaborado por: María Belén Valle

**Gráfico 27:** Relación entre los miembros del grupo visitante



Elaborado por: María Belén Valle

De un total de 407 visitantes, 38 visitantes que representan el 9,3% lo hacen individualmente; 49 visitantes que representan el 12% lo hacen en pareja; 144 visitantes que representan el 35,4% visitan el parque en familia y 176 visitantes que representan el 43,2% visitan el parque con un grupo de amigos, el mismo que es el más representativo.

La mayor parte de turistas, visitan el parque nacional en compañía de amigos, seguido de familiares, ya que es un lugar de distracción para compartir experiencias y el disfrute del paisaje, resultado que en comparación a la investigación realizada en el parque nacional Podocarpus difiere ya que predomina realizar el viaje en pareja. Sin embargo desde una perspectiva nacional es predominante el viaje con la familia, del cual se obtuvo el resultado, que aproximadamente viajan con una mediana entre 3 y 4 personas (Rodríguez, y otros, 2008).

## PRESUPUESTO PARA LA VISITA

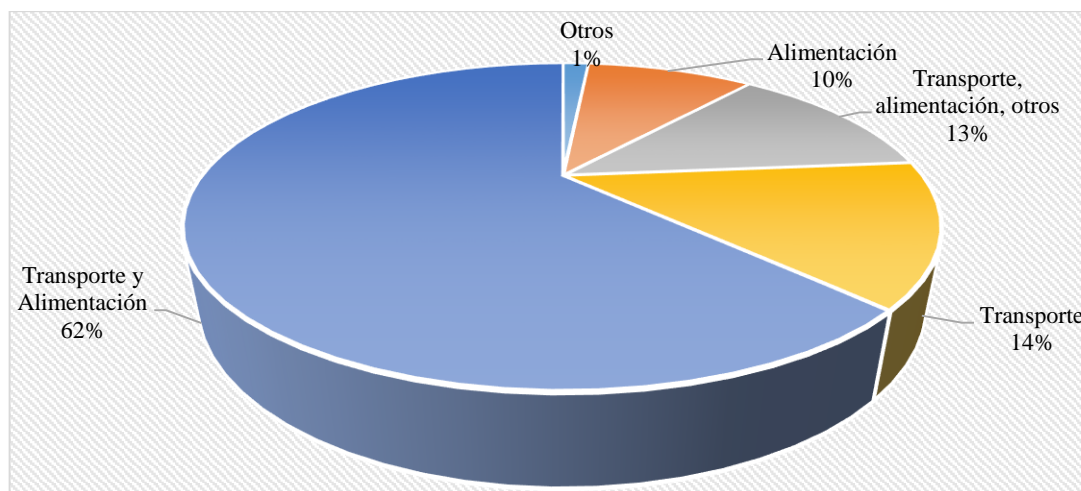
**Pregunta:** Señale el presupuesto que usted destinó para esta visita

**Tabla 26:** Presupuesto para la visita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Transporte</b>	57	14	14	14
	<b>Alimentación</b>	39	9,6	9,6	23,6
	<b>Transporte y Alimentación</b>	254	62,4	62,4	86
	<b>Otros</b>	6	1,5	1,5	87,5
	<b>Transporte, alimentación, otros</b>	51	12,5	12,5	100
	<b>Total</b>	407	100	100	

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 28:** Presupuesto para la visita



**Elaborado por:** María Belén Valle

En cuanto al presupuesto que designan los visitantes al parque nacional 39 turistas representados por el 9,6% presupuestan la alimentación, 51 turistas que representan el 12,5% del visitante presupuestan para transporte, alimentación y otros mientras que 254 turistas que representan el 62,4% presupuestan para transporte y alimentación.

La mayor parte de presupuesto se dirige a gastos de alimentación, transporte seguido por presupuestar solo transporte, con el fin de estimar gastos antes de realizar el viaje.

## EL VISITANTE PUBLICARÍA SUS RECUERDOS EN LAS REDES SOCIALES

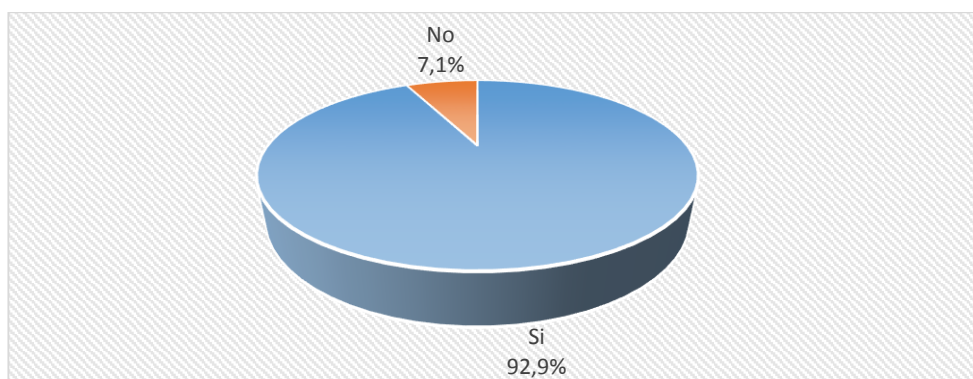
**Pregunta:** Una vez terminada la gira. ¿Publicaría sus recuerdos en las redes sociales?

**Tabla 27:** Publicación en redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	378	92,9	92,9	92,9
	No	29	7,1	7,1	100
	Total	407	100	100	

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 29:** Publicación en redes sociales



**Elaborado por:** María Belén Valle

Del total de 407 visitantes del parque; 378 turistas equivalente al 93% si publicaran sus recuerdos en redes sociales, mientras que 29 turistas equivalente a 7% no publicarían sus recuerdos en redes sociales.

Resultado que confirma la consolidación de las redes sociales como herramienta de comunicación dentro de la sociedad que logra proyectar, compartir y difundir información con grupos específicos (Herrera, 2012).

## EL VISITANTE RECOMENDARÍA VISITAR EL PARQUE A MÁS PERSONAS

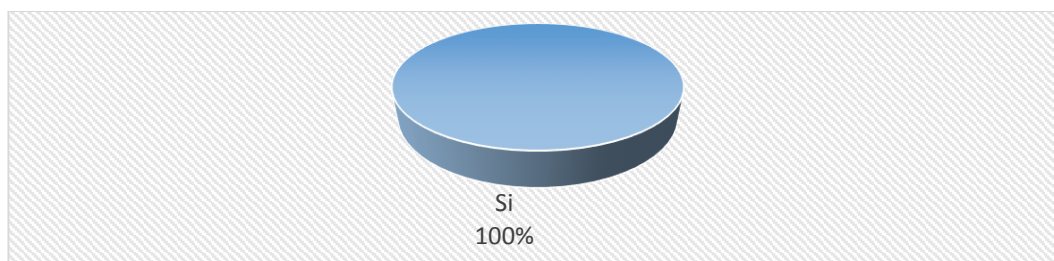
**Pregunta:** Recomendaría visitar el parque Nacional a más personas

**Tabla 28:** El visitante recomendaría el PNC a más personas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	407	100,0	100,0	100,0

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Gráfico 30:** El visitante recomendaría el PNC a más personas



**Elaborado por:** María Belén Valle

La totalidad de encuestados 407, mencionan recomendar la visita al parque nacional Cotopaxi.

Recomendaciones de terceros es el medio de información por el cual visitan el parque nacional, de tal manera que el 100% de los turistas mencionan estar dispuestos a hacerlo lo cual da a conocer que el turista sale satisfecho en cuanto a su experiencia.

Por lo tanto en cuanto a recomendación turística, el resultado del 100% nos indica que es necesario aprovechar este factor, para que más turistas recomienden venir al parque y obtener mayores contribuciones financieras.

## 4.2 Verificación de la Hipótesis

### A) Formulación de la Hipótesis

**Ho:** Las variables determinantes no influyen en el tipo de aporte de los turistas del parque nacional Cotopaxi

**H1:** Las variables determinantes si influyen en el tipo de aporte de los turistas del parque nacional Cotopaxi

### B) Nivel de Confianza del 95%

En base a un nivel de confianza 95% o lo que es lo mismo que con un p-valor o significancia menor que 0,005

### C) Fórmula de regresión logística Multinomial

$$\pi_{in} = \frac{e^{z_{i1}}}{1 + e^{z_{i1}} + e^{z_{i2}} + e^{z_{i3}} + \dots + e^{z_{ik-1}}}$$

$$z_{in} = \beta_{n0} + \beta_{n1}X_{i1} + \beta_{n2}X_{i2} + \dots + \beta_{nj}X_{ij}$$

$\pi_{in}$  Probabilidad de pertenencia del turista al tipo de aporte sea voluntario anónimo o recíproco

$z_{in}$  Valor Z de los Tipos de Aporte, correspondiente al valor del aporte, país de origen, estado civil, presupuesto, medio de información.

$\beta_{nj}$  Coeficiente de la Variables Determinantes para cada tipo de Aporte

$X_{ij}$  Valor del predictor o Variables Determinantes para cada tipo Aporte.

La probabilidad para la última clase k se obtiene por diferencia a 1 (Valencia & Bonifáz, 2018).

### d) Desarrollo

Se formula el modelo para la toma de decisiones considerando que el tipo de aporte es la variable Dependiente, la cual tiene 3 categorías posibles: voluntario, anónimo, recíproco. En la siguiente tabla se muestran todas las variables que inicialmente intervienen en el estudio.

**Tabla 29:** Pruebas de la razón de verosimilitud

Efecto	Criterios de ajuste de modelo	Pruebas de la razón de verosimilitud		
	Logaritmo de la verosimilitud -2 de modelo reducido	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Intersección	690,178 <sup>a</sup>	0,000	0	
edad	691,404	1,226	2	,542
tiempo	695,281	5,103	2	,078
valor aporte	697,693	7,515	2	,023
género	691,472	1,294	2	,524
país	693,586	3,409	2	,182
civil	706,592	16,414	8	,037
laboral	700,912	10,734	8	,217
instrucción	698,343	8,165	6	,226
razón visita	704,151	13,974	6	,030
medio	707,478	17,301	6	,008
acompañantes	697,813	7,635	6	,266
presupuesto	723,176	32,998	8	,000
ingresos	701,998	11,821	8	,159
publicaciones	691,674	1,496	2	,473
visita nuevamente	714,564	24,386	4	,000
recomendación	690,178 <sup>a</sup>	0,000	0	

**Elaborado por:** María Belén Valle

En consideración de que todas las variables no son significativas y para establecer un modelo eficiente, se consideran cinco variables que son seleccionadas para la construcción del nuevo modelo con el objeto de obtener una mejora del ajuste global que permita comprobar nuestras hipótesis.

**Tabla 30:** Pruebas de la razón de verosimilitud

Efecto	Criterios de ajuste de modelo	Pruebas de la razón de verosimilitud		
	Logaritmo de la verosimilitud -2 de modelo reducido	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Intersección	330,277 <sup>a</sup>	0,000	0	
País de Origen	336,460	6,183	2	,045
Presupuesto	364,603	34,326	8	,000
Visita nuevamente	349,619	19,342	4	,001
Estado Civil	348,193	17,916	8	,022
Medio de Información	350,582	20,305	6	,002

**Elaborado por:** María Belén Valle

En cuanto a la medición del estadístico de verosimilitud, se comprueba el ajuste del modelo en su conjunto, por lo cual se puede afirmar a que el modelo es de utilidad en la predicción de la probabilidad de ocurrencia

**Tabla 31:** Información de ajuste de los modelos

Modelo	Criterios de ajuste de modelo	Pruebas de la razón de verosimilitud		
	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	429,055			
Final	330,277	98,778	28	,000

**Elaborado por:** María Belén Valle

En efecto el valor de Chi-cuadrado a la que se aproxima el valor de verosimilitud es de 98,78 con 28 grados de libertad manteniendo una significancia de 0,00

En base al siguiente criterio se tomó la decisión sobre nuestras hipótesis:

$$\text{Significancia} > 0,05 \text{ Acepto } H_0 \text{ y Rechazo } H_1$$

$$\text{Significancia} < 0,05 \text{ Rechazo } H_0 \text{ y Acepto } H_1$$

Rechazamos la Hipótesis Nula: Las variables determinantes no influyen en el tipo de aporte de los turistas del parque nacional Cotopaxi y aceptamos la Hipótesis Alterna: las variables determinantes si influyen en el tipo de aporte de los turistas del parque nacional Cotopaxi con una probabilidad del 5%.  $0,000 < 0,05$  Rechazo  $H_0$  y Acepto  $H_1$



Además el conjunto de observaciones se ajusta debido a los resultados obtenidos de los contrastes estadísticos de Pearson y Deviance presentan un resultado estadísticamente significativo para el modelo, como se puede observar en el p valor de la columna:

Sig. = 0,02 ( $p < 0,05$ ).

**Tabla 32:** Bondad de ajuste

	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Pearson	198,056	162	,028
Deviance	195,561	162	,037

**Elaborado por:** María Belén Valle

Entre otras medidas de ajuste se encuentra Nagelkerke la cual comprueba que la eficacia predictiva de la probabilidad de ocurrencia de las categorías de la variable dependiente en la que se observa que el resultado obtenido es del 25%

**Tabla 33:** Pseudo R cuadrado

Cox y Snell	,215
Nagelkerke	,245
McFadden	,115

**Elaborado por:** María Belén Valle

De las tres categorías de la variable dependiente: Voluntario, Anónimo y Recíproco; solo las dos primeras fueron consideradas conjuntos de coeficientes de regresión logística, también denominados logit.

El resultado de la tabla de clasificación da a conocer el porcentaje global de respuestas observadas frente a respuestas pronosticadas de acuerdo con cada clase de variable dependiente, con un porcentaje de predicción de 57,2% se observa que este valor se ubica por encima del cuartil dos considerado como modelo predictivo medio.

**Tabla 34:** Tabla de clasificación variable dependiente

Observado	Pronosticado			Porcentaje correcto
	Voluntario	Anónimo	Recíproco	
Voluntario	58	59	4	47,9%
Anónimo	32	147	10	77,8%
Recíproco	15	54	28	28,9%
Porcentaje global	25,8%	63,9%	10,3%	<b>57,2%</b>

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Tabla 35:** Estimaciones de parámetros tipo de contribución voluntaria

Aporte <sup>a</sup>	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% de intervalo de confianza para Exp(B)	
							Límite inferior	Límite superior
Intersección	19,055	1,242	235,188	1	,000			
[País de Origen=Nacional]	,420	,334	1,579	1	,209	1,522	,790	2,930
[País de Origen=Extranjero]	0 <sup>b</sup>			0				
→ [Presupuesto=Transporte]	-1,491	,604	6,085	1	,014	,225	,069	,736
[Presupuesto=Alimentación]	,330	,773	,182	1	,670	1,391	,306	6,327
→ [Presupuesto=Transporte y Alimentación]	-1,612	,471	11,700	1	,001	,199	,079	,502
[Presupuesto=otros]	,323	1,514	,046	1	,831	1,382	,071	26,873
[Presupuesto=Transporte, Alimentación y otros]	0 <sup>b</sup>			0				
[visita nuevamente=Si]	,119	,573	,043	1	,836	1,126	,366	3,463
[visita nuevamente=No]	-20,226	6429,062	,000	1	,997	1,644E-09	0,000	. <sup>c</sup>
[visita nuevamente=Posiblemente]	0 <sup>b</sup>			0				
→ [Estado Civil=Soltero]	-17,872	1,046	292,005	1	,000	1,731E-08	2,228E-09	1,344E-07
→ [Estado Civil=Casado]	-18,864	1,045	325,655	1	,000	6,421E-09	8,275E-10	4,981E-08
→ [Estado Civil=Divorciado]	-19,185	1,071	320,729	1	,000	4,658E-09	5,707E-10	3,802E-08
[Estado Civil=Viudo]	-,974	8181,582	,000	1	1,000	,377	0,000	. <sup>c</sup>
[Estado Civil=Unión Libre]	0 <sup>b</sup>			0				
→ [Medio de Información=Paquete Turístico]	1,888	,593	10,135	1	,001	6,608	2,066	21,133
[Medio de Información=Internet]	,344	,526	,428	1	,513	1,411	,503	3,960
[Medio de Información=Recomendaciones a terceros]	,053	,458	,013	1	,908	1,054	,429	2,590
[Medio de Información=Redes Sociales]	0 <sup>b</sup>			0				

a. La categoría de referencia es: Recíproco.

b. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.

c. Se ha producido un desbordamiento de punto flotante al calcular este estadístico. Por lo tanto, su valor se define como perdido del sistema

Elaborado por: María Belén Valle

**Tabla 36:** Estimaciones de parámetro tipo de contribución anónima

Aporte <sup>a</sup>	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% de intervalo de confianza para Exp(B)	
							Límite inferior	Límite superior
Intersección	17,329	,913	360,321	1	,000			
→ [País de Origen=Nacional]	,732	,297	6,071	1	,014	2,078	1,161	3,719
[País de Origen=Extranjero]	0 <sup>b</sup>			0				
[Presupuesto=Transporte]	,290	,578	,252	1	,615	1,337	,431	4,150
[Presupuesto=Alimentación]	,969	,793	1,496	1	,221	2,636	,558	12,463
[Presupuesto=Transporte y Alimentación]	,001	,488	,000	1	,999	1,001	,384	2,605
[Presupuesto=Otros]	1,075	1,395	,593	1	,441	2,929	,190	45,096
[Presupuesto=Transporte, Alimentación y otros]	0 <sup>b</sup>			0				
[visita_nuevamente=Si]	1,130	,611	3,422	1	,064	3,095	,935	10,243
[visita_nuevamente=No]	-,509	,920	,306	1	,580	,601	,099	3,646
[visita_nuevamente=Posiblemente]	0 <sup>b</sup>			0				
→ [Estado Civil=Soltero]	-18,171	,572	1008,005	1	,000	1,283E-08	4,180E-09	3,940E-08
→ [Estado Civil=Casado]	-18,821	,566	1105,540	1	,000	6,703E-09	2,210E-09	2,033E-08
[Estado Civil=Divorciado]	-18,513	0,000		1		9,120E-09	9,120E-09	9,120E-09
[Estado Civil=Viudo]	-,453	8181,582	,000	1	1,000	,636	0,000	. <sup>c</sup>
[Estado Civil=Unión Libre]	0 <sup>b</sup>			0				
[Medio de Información=Paquete Turístico]	,906	,549	2,720	1	,099	2,475	,843	7,264
[Medio de Información=Internet]	,428	,454	,888	1	,346	1,533	,630	3,731
[Medio de Información=Recomendaciones de Terceros]	,056	,395	,020	1	,888	1,057	,488	2,292
[Medio de Información=Redes Sociales]	0 <sup>b</sup>			0				

a. La categoría de referencia es: Recíproco.

b. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.

c. Se ha producido un desbordamiento de punto flotante al calcular este estadístico. Por lo tanto, su valor se define como perdido del sistema

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Tabla 37:** Estimaciones de parámetro tipo de contribución recíproca

Aporte <sup>a</sup>	B	Error estándar	Wald	Gl	Sig.	Exp(B)	95% de intervalo de confianza para Exp(B)	
							Límite inferior	Límite superior
Intersección	-19,055	,923	426,502	1	,000			
[País de Origen=Nacional]	-,420	,334	1,579	1	,209	,657	,341	1,265
[País de Origen=Extranjero]	0 <sup>b</sup>			0				
→ [Presupuesto=Transporte]	1,491	,604	6,085	1	,014	4,440	1,358	14,514
[Presupuesto=Alimentación]	-,330	,773	,182	1	,670	,719	,158	3,271
→ [Presupuesto=Transporte y Alimentación]	1,612	,471	11,700	1	,001	5,013	1,990	12,626
[Presupuesto=otros]	-,323	1,514	,046	1	,831	,724	,037	14,074
[Presupuesto=Transporte, Alimentación y otros]	0 <sup>b</sup>			0				
[visita nuevamente=Si]	-,119	,573	,043	1	,836	,888	,289	2,732
[visita nuevamente=No]	20,226	6429,062	,000	1	,997	608106682,886	0,000	. <sup>c</sup>
[visita nuevamente=Posiblemente]	0 <sup>b</sup>			0				
→ [Estado Civil=Soltero]	17,872	,718	618,987	1	,000	57781064,620	14135923,938	236182045,347
→ [Estado Civil=Casado]	18,864	,718	690,872	1	,000	155750764,221	38154112,586	635797792,455
[Estado Civil=Divorciado]	19,185	0,000		1		214678308,978	214678308,978	214678308,978
[Estado Civil=Viudo]	,974	8181,582	,000	1	1,000	2,649	0,000	. <sup>c</sup>
[Estado Civil=Unión Libre]	0 <sup>b</sup>			0				
→ [Medio de Información=Paquete Turístico]	-1,888	,593	10,135	1	,001	,151	,047	,484
[Medio de Información=Internet]	-,344	,526	,428	1	,513	,709	,253	1,989
[Medio de Información=Recomendaciones a terceros]	-,053	,458	,013	1	,908	,948	,386	2,329
[Medio de Información=Redes Sociales]	0 <sup>b</sup>			0				

a. La categoría de referencia es: Voluntario.

b. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.

c. Se ha producido un desbordamiento de punto flotante al calcular este estadístico. Por lo tanto, su valor se define como perdido del sistema

**Elaborado por:** María Belén Valle

Por lo tanto, del primer conjunto de coeficientes en la fila "Voluntario ", los coeficientes estadísticamente significativos fueron:

**Tabla 38:** Coeficientes estadísticamente significativos voluntaria

Tipo de Contribución: Voluntaria	
[Estado Civil=Casado]	,000
[Estado Civil=Divorciado]	,000
[Estado Civil=Soltero]	,000
[Presupuesto=Transporte y Alimentación]	,001
[Medio de Información=Paquete Turístico]	,001
[Presupuesto=Transporte]	,014

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Tabla 39:** Coeficientes estadísticamente significativos anónima

Tipo de Contribución: Anónima	
[Estado Civil=Casado]	,000
[Estado Civil=Soltero]	,000
[País de Origen=Nacional]	,014

**Elaborado por:** María Belén Valle

**Tabla 40:** Coeficientes estadísticamente significativos recíproca

Tipo de Contribución: Recíproca	
[Estado Civil=Casado]	,000
[Estado Civil=Soltero]	,000
[Presupuesto=Transporte y Alimentación]	,001
[Medio de Información=Paquete Turístico]	,001
[Presupuesto=Transporte]	,015

**Elaborado por:** María Belén Valle

Finalmente el presente modelo permite estimar la probabilidad de que un turista se dirija a un determinado tipo de aportación, en función de variables sociodemográficas del individuo.

Para lo cual en función de los indicadores se reemplaza los datos de la ecuación:

➤ Aporte Voluntario

$$z_{in} = \beta_{n0} + \beta_{n1}X_{i1} + \beta_{n2}X_{i2} + \dots + \beta_{nj}X_{ij}$$

$$\begin{aligned} z_{in} &= 19,055 + 0,420 * 1 - 1,491 * 0 + 0,330 * 0 - 1,612 * 0 + 0,323 * 0 + \\ &0,119 * 0 - 20,226 * 0 - 17,872 * 0 - 18,864 * 0 - 19,185 * 0 - 0,974 * 0 + \\ &1,888 * 0 + 0,344 * 0 * 1 + 0,53 * 0 \\ &= \mathbf{19,81878} \end{aligned}$$

➤ Aporte Anónimo

$$z_{in} = \beta_{n0} + \beta_{n1}X_{i1} + \beta_{n2}X_{i2} + \dots + \beta_{nj}X_{ij}$$

$$\begin{aligned} z_{in} &= 17,3 + 0,73 * 1 + 0,29 * 0 + 0,97 * 0 + 0,00 * 0 + 1,07 * 0 + 1,13 * 0 \\ &- 0,51 * 0 - 18,17 * 0 - 18,82 * 0 - 18,51 * 0 - 0,45 * 0 + 0,91 \\ &* 0 + 0,43 * 1 + 0,06 * 0 \\ &= \mathbf{18,4} \end{aligned}$$

➤ Aporte Recíproco

$$z_{in} = \beta_{n0} + \beta_{n1}X_{i1} + \beta_{n2}X_{i2} + \dots + \beta_{nj}X_{ij}$$

$$\begin{aligned} z_{in} &= -19,055 - 0,420 * 1 + 1,491 * 0 - 0,330 * 0 + 1,612 * 0 - 0,323 * 0 \\ &- 0,119 * 0 + 20,226 * 0 + 17,872 * 0 + 18,864 * 0 + 19,185 * 0 \\ &+ 0,974 * 0 - 1,888 * 0 - 0,344 * 0 * 1 - 0,53 * 0 \\ &= \mathbf{-19,81878} \end{aligned}$$

Cálculo de probabilidad de preferencia al momento de contribuir respecto al tipo de aporte

➤ Aporte Voluntario

$$\pi_{in} = \frac{e^{19,82}}{1 + e^{19,82} + e^{18,48} + e^{zi3} + \dots e^{-19,82}}$$

$$\pi_{in} = 0,7924 * 100$$

$$\pi_{in} = 79\%$$

➤ Aporte Anónimo

$$\pi_{in} = \frac{e^{18,48}}{1 + e^{19,82} + e^{18,48} + e^{zi3} + \dots e^{-19,82}}$$

$$\pi_{in} = 0,2075 * 100$$

$$\pi_{in} = 21\%$$

➤ Aporte Recíproco

$$\pi_{in} = \frac{e^{-19,82}}{1 + e^{19,82} + e^{18,48} + e^{zi3} + \dots e^{-19,82}}$$

$$\pi_{in} = 0,00$$

$$\pi_{in} = 0\%$$

### e) Conclusión

Partiendo de la aceptación de la hipótesis Alternativa la cual menciona que las variables Dependientes si influyen en los Tipos de Aportación y en respuesta a los datos obtenidos del modelo aplicado se presentan los siguientes hallazgos.

De las tres categorías de las variables Dependiente: El Aporte Voluntario, Anónimo y Recíproco mediante el modelo aplicado, se obtienen el conjunto de coeficientes estadísticamente significativos.

En el caso del Aporte o Contribución Voluntaria las características significativas estimadas fueron: Estado civil (Casado, Soltero, Divorciado), Presupuesto (Transporte y Alimentación), Medio de Información (Paquete Turístico).

Con el fin de caracterizar al turista mediante el resultado se puede decir que aquel turista que visita el parque nacional Cotopaxi sugerido o referenciado por un paquete turístico, que además planifica un presupuesto en el que incluya valores de gasto para transporte, alimentación o solo transporte, y en cuanto a su estado civil es casado, soltero o divorciado es probable que realice su aportación y se dirija en el tipo de aporte voluntario.

En el caso del Aporte Anónimo las características significativas fueron: Estado Civil (Casado, Soltero), País de Origen (Nacional).

El turista que visita el parque nacional Cotopaxi de origen nacional es decir ecuatoriano con un estado civil casado o soltero es probable que se incline por un tipo de aporte Anónimo. Resultado que se complementa con los datos obtenidos de estadística descriptiva el cual da a conocer que durante la investigación la mayor parte de encuestados fueron de origen nacional 62% y se direccionaban a una contribución anónima en un 46.4%.

En el caso del Aporte Recíproco la caracterización del turista es equivalente al del tipo de contribución Anónima: Estado civil (Casado, Soltero, Divorciado), Presupuesto (Transporte y Alimentación), Medio de Información (Paquete Turístico).

Definir un comportamiento prosocial que genere beneficio social, es una alternativa de gran importancia ya que la mayoría de las investigaciones se centra en registrar el monto de donaciones financieras ya sea para caridad o cualquier organización sin fines de lucro pero pocas investigaciones hacen referencia a características sociales del donante (Schupp & Priller, 2011)

Los resultados de investigaciones en cuanto a factores influyentes o relevantes se cita el estudio de (McDonald, Arroyos, & Yamasaki, 2017), mencionan que entre los datos demográficos como la edad, el ingreso anual y logro educativo el más determinante en donaciones caritativas es el género, lo cual corroboran varias investigaciones.

Sin embargo para la presente investigación las variables ingresos, edad o instrucción académica fueron excluidas debido a la falta de significancia.



Ciertos atributos demográficos afectan el tipo de contribución, la investigación realizada por (Yao, 2015) utiliza la variable de estado civil como independiente para estimar relaciones que fueron significativas, llegando a uno de los resultados en general los ingresos más altos, proceden de individuos casados es decir son más Caritativos. Resultado equivalente a la presenta investigación ya que la variable estado civil fue de significancia para estimar el modelo adecuado a desarrollar.

Adicionalmente con el fin de corroborar lo anteriormente expuesto se aplica el modelo log lineal el cual realiza una aproximación exploratoria que ayuda a identificar los términos necesarios en un modelo logarítmico lineal.

La tabla de contingencia con los requeridos para el procesamiento se presenta a continuación.

**Tabla 41:** Tabla de contingencia modelo Log-lineal

<b>NACIONALIDAD</b>	<b>GENERO</b>	<b>APORTE</b>	<b>P</b>
NACIONAL	HOMBRE	VOLUNTARIO	44
		ANÓNIMO	72
		RECIPROCO	30
	MUJER	VOLUNTARIO	28
		ANÓNIMO	60
		RECIPROCO	17
EXTRANJERO	HOMBRE	VOLUNTARIO	28
		ANÓNIMO	29
		RECIPROCO	29
	MUJER	VOLUNTARIO	21
		ANÓNIMO	28
		RECIPROCO	21

**Elaborado por:** María Belén Valle

Cabe señalar, que según Pérez, (2014) menciona que la finalidad en el análisis de tablas de contingencia es constatar la existencia de la independencia de variables cualitativas objeto de estudio. Se consideran como una técnica similar a la de regresión múltiple para el caso de variables cualitativas

Inicialmente se especifica el modelo saturado debido a que incluye todos los posibles efectos principales e iteraciones (Pérez, 2014). Se obtiene una descripción global del

análisis indicando que el modelo es jerárquico, en el cual no se han perdido observaciones debido a que se mantiene la muestra de 407 turistas y que la clase generadora coincide con la iteración de orden.

**Tabla 42:** Información de datos selección del modelo

	Válidos	12
Casos	Fuera de rango <sup>a</sup>	0
	Perdidos	0
	Ponderado válido	407
	APORTE	3
Categorías	NACIONALIDAD	2
	GENERO	2

**Elaborado por:** María Belén Valle

La tabla de frecuencias observadas y esperadas presenta residuales equivalentes a 0 en el modelo saturado. Las pruebas de calidad de Ajuste  $G^2X^2$ , cuyo valor es cero dado que el ajuste es perfecto en el modelo saturado

**Tabla 43:** Recuento de casillas y residuos selección del modelo

GÉNERO	APORTE	Observado		Esperado		Residuos	Residuos estándar	
		Recuento <sup>a</sup>	%	Recuento	%			
NACIONAL	HOMBRE	VOLUNTARIO	44,5	10,90%	44,5	10,90%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
		ANÓNIMO	72,5	17,80%	72,5	17,80%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
		RECIPROCO	30,5	7,50%	30,5	7,50%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
	MUJER	VOLUNTARIO	28,5	7,00%	28,5	7,00%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
		ANÓNIMO	60,5	14,90%	60,5	14,90%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
		RECIPROCO	17,5	4,30%	17,5	4,30%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
EXTRANJERO	HOMBRE	VOLUNTARIO	28,5	7,00%	28,5	7,00%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
		ANÓNIMO	29,5	7,20%	29,5	7,20%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
		RECIPROCO	29,5	7,20%	29,5	7,20%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
	MUJER	VOLUNTARIO	21,5	5,30%	21,5	5,30%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
		ANÓNIMO	28,5	7,00%	28,5	7,00%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
		RECIPROCO	21,5	5,30%	21,5	5,30%	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>

a. Para los modelos saturados, se ha añadido ,500 a todas las casillas observadas.

**Elaborado por:** María Belén Valle

Inicialmente los resultados de las pruebas simultáneas indican que la interacción de 3 variables no será idónea a la hora de establecer un modelo debido a (p- valor es mayor que 0,05)

**Tabla 44:** Efectos de K vías y de orden superior selección del modelo

K	gl	Razón de verosimilitud		Pearson		Número de iteraciones	
		Chi-cuadrado	Sig.	Chi-cuadrado	Sig.		
Efectos de K vías y de orden superior <sup>a</sup>	1	11	78,268	,000	89,069	,000	0
	2	7	15,326	,032	15,010	,036	2
	3	2	,037	,982	,037	,982	2
Efectos de K vías <sup>b</sup>	1	4	62,942	,000	74,059	,000	0
	2	5	15,289	,009	14,973	,010	0
	3	2	,037	,982	,037	,982	0

**Elaborado por:** María Belén Valle

Resultados de pruebas de asociación parcial, comprueban la significación de cada efecto individual. Se mantienen en el modelo los efectos con p-valor menor que 0,05

**Tabla 45:** Asociaciones parciales selección del modelo

Efecto	Gl	Chi-cuadrado parcial	Sig.	Número de iteraciones
NACIONALIDAD*GENERO	1	,714	,398	2
NACIONALIDAD*APORTE	2	13,060	,001	2
GENERO*APORTE	2	2,219	,330	2
NACIONALIDAD	1	22,380	,000	2
GENERO	1	8,009	,005	2
APORTE	2	32,552	,000	2

**Elaborado por:** María Belén Valle

A continuación se obtienen las estimaciones del parámetro bajo el modelo saturado, de ser así el valor z absoluto tiene que ser superior o igual a 1,96 o 2,57 para ser considerado significativamente distinto de cero al nivel 0,05 y 0,01

**Tabla 46:** Estimaciones del parámetro selección del modelo

Efecto	Parámetro	Estimación	Error estándar	Z	Sig.	Intervalo de confianza de 95 %	
						Límite inferior	Límite superior
NACIONALIDAD*GENERO*APORTE	1	-,005	,076	-,064	,949	-,153	,144
	2	-,009	,070	-,131	,896	-,146	,128
NACIONALIDAD*GENERO	1	,046	,053	,859	,390	-,059	,150
NACIONALIDAD*APORTE(V1*V3)	1	-,002	,076	-,027	,978	-,151	,146
	2	,229	,070	3,270	,001	,092	,366
GENERO*APORTE	1	,031	,076	,404	,686	-,118	,179
	2	-,097	,070	-1,390	,165	-,235	,040
NACIONALIDAD (V1)	1	,184	,053	3,452	,001	,079	,288
GENERO (V2)	1	,151	,053	2,838	,005	,047	,256
APORTE (V3)	1	-,061	,076	-,799	,424	-,209	,088
	2	,329	,070	4,693	,000	,191	,466

**Elaborado por:** María Belén Valle

Partiendo de que fue descartada la interacción con 3 variables por pruebas simultáneas, el modelo seleccionado contiene la interacción entre la nacionalidad y el aporte la cual es significativa al 99% con un valor absoluto de  $Z = 3,270$ , superior a 2.57, es decir que en cuanto a interacción, son influyentes las variables nacionalidad respecto al aporte exceptuando al género ya que posee un valor  $Z = 1,39$

En el cual se determina que el efecto más intenso de asociación resulta ser el aporte de los turistas nacionales es mayoritario en el tipo de contribución anónima con el 99% de significatividad, Además el aporte de los turistas nacionales posee un efecto intenso de asociación respecto a la contribución voluntaria

## Log lineal general

En base al modelo seleccionado con la variable nacionalidad se procede a estimar el modelo logarítmico lineal en el cual se evalúan los parámetros significativos.

**Tabla 47:** Pruebas de bondad de ajuste

	Valor	gl	Sig.
Razón de verosimilitud	0,000	0	
Chi-cuadrado de Pearson	0,000	0	

**Elaborado por:** María Belén Valle

Los valores absolutos de los parámetros indican la intensidad de la asociación, errores típicos y transformaciones en puntuaciones  $Z$  con el intervalo de confianza correspondiente.

Restricción:  $Z > 1,96$  hay significatividad al 95%

$Z > 2,57$  hay significatividad al 99%

**Tabla 48:** Estimaciones del parámetro Log lineal General

Parámetro	Estimación	Error estándar	Z	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Constante	3,922	,141	27,871	,000	3,646	4,198
[NACIONALIDAD = 1]	-,061	,202	-,303	,762	-,457	,335
[NACIONALIDAD = 2]	0 <sup>a</sup>					
[APORTE = 1]	-,020	,200	-,100	,920	-,412	,372
[APORTE = 2]	,130	,193	,673	,501	-,248	,508
[APORTE = 3]	0 <sup>a</sup>					
[NACIONALIDAD = 1] *	,443	,274	1,619	,106	-,093	,979
[NACIONALIDAD = 1] *	,896	,256	3,493	,000	,393	1,399
[APORTE = 2]						
[NACIONALIDAD = 1] *	0 <sup>a</sup>					
[APORTE = 3]						
[NACIONALIDAD = 2] *	0 <sup>a</sup>					
[APORTE = 1]						
[NACIONALIDAD = 2] *	0 <sup>a</sup>					
[APORTE = 2]						
[NACIONALIDAD = 2] *	0 <sup>a</sup>					
[APORTE = 3]						

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.

b. Modelo: Poisson

c. Diseño: Constante + NACIONALIDAD + APORTE + NACIONALIDAD \* APORTE

**Elaborado por:** María Belén Valle

El parámetro más intenso, resulta ser el correspondiente al tipo de aporte = 2 y nacionalidad =1 equivalente a (país de origen nacional/aporte anónimo) dato que se presenta a continuación en la siguiente tabla:

**Tabla 49:** Intensidad de variable respuesta

	VOLUNTARIO (1)	ANÓNIMO (2)	RECIPROCO (3)
NACIONAL (1)	1,63	3,49	0,00
EXTRANJERO (2)	0,00	0,00	0,00

**Elaborado por:** María Belén Valle

Además existen interacciones que se presentan con bajo nivel de intensidad pero sin embargo denotan su efecto principal, es el caso de la tasa de turistas hombres es superior a la tasa de turistas mujeres.

Existe una baja probabilidad de que los turistas nacionales que visiten el parque y se inclinen por una contribución de aporte voluntario a diferencia de que turistas nacionales se inclinen hacia un aporte anónimo

El tipo de aporte anónimo es superior respecto al voluntario y reciproco

Para estimar el modelo logit se considera la interacción de las variables: tipo de aportación como variable dependiente y al género y nacionalidad como variables independientes por lo cual se presenta Z y sus intervalos de confianza.

**Tabla 50:** Prueba de bondad de ajuste

	Valor	gl	Sig.
Razón de verosimilitud	0,000	0	
Chi-cuadrado de Pearson	0,000	0	

a. Modelo: Logit multinomial

b. Diseño: Constante + APORTE + APORTE \* NACIONALIDAD

**Tabla 51:** Medida de asociación

Entropía	,015
Concentración	,016

a. Modelo: Logit multinomial

b. Diseño: Constante + APORTE + APORTE \* NACIONALIDAD

**Tabla 52:** Estimaciones de parámetro Logit

Parámetro	Estimación	Error estándar	Z	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Constante [NACIONALIDAD = 1]	3,861 <sup>a</sup>					
[NACIONALIDAD = 2]	3,922 <sup>a</sup>					
[APORTE = 1]	-,020	,200	-,100	,920	-,412	,372
[APORTE = 2]	,130	,193	,673	,501	-,248	,508
[APORTE = 3]	0 <sup>b</sup>					
[APORTE = 1] * [NACIONALIDAD = 1]	,443	,274	1,619	,106	-,093	,979
[APORTE = 1] * [NACIONALIDAD = 2]	0 <sup>b</sup>					
[APORTE = 2] * [NACIONALIDAD = 1]	,896	,257	3,493	,000	,393	1,399
[APORTE = 2] * [NACIONALIDAD = 2]	0 <sup>b</sup>					
[APORTE = 3] * [NACIONALIDAD = 1]	0 <sup>b</sup>					
[APORTE = 3] * [NACIONALIDAD = 2]	0 <sup>b</sup>					

El tipo de aporte que realice el turista depende significativamente de la nacionalidad del visitante sea ecuatoriano o extranjero.

El efecto significativo, según muestra la puntuación Z (3,534) y sus intervalos de confianza. Valor que contribuye a que la razón logarítmica de que el turista nacional direccione su contribución al tipo de aporte anónimo es de 0,916 veces.

Es decir como  $e^{0,916} = 2,5$ , se equivale a la razón de contar con un aporte anónimo de un turista nacional es de 2,5 veces frente a que realice un aporte voluntario o recíproco. La contribución anónima ha sido tema de investigación experimental, que se han llevado a cabo en dirección a valorar y estimar la preferencia del donante.

Tal es el caso de la investigación realizada por Dufwenberg & Muren, (2006) el cual examina experimentalmente cómo la generosidad de una persona depende del grado de anonimato entre donante y receptor.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- La industria del turismo, una de las más importantes a nivel mundial que permiten compartir ecosistemas, biodiversidad y experiencias de las cuales las áreas protegidas, abarcan el 20% del territorio nacional, situando al parque nacional Cotopaxi como el más visitado.
- En lo referente al objetivo 1: “Definir las características sociodemográficas y financieras del turista frente a la conducta de aportación”. Se concluye que el perfil general del turista que visita el Parque Nacional Cotopaxi, en su mayoría son de nacionalidad ecuatoriana. El género de los visitantes que predomina es el masculino. La edad del turista en promedio es de 33 años, la principal razón de visita es por turismo en un 89%. El turista disfruta del atractivo en compañía de amigos en mayor porcentaje. El promedio de horas de visita al parque es de alrededor de 5 horas. La ocupación de los turistas es empleado en un 46% e independientes en un 24% y se deduce que el 70% de los turistas que visitan el parque nacional pertenecen a la población económicamente activa.
- En cuanto a tipos de contribuciones financieras el 46% corresponde a contribución anónima el 30% voluntaria y el 24% recíproca. En el cual el tipo de contribución recíproca a pesar de ser la de menor proporción en cuanto a las encuestas, es la que más impacto tiene en recaudación.
- La nacionalidad es una variable determinante en diferentes aspectos tanto en volumen de visitas al parque como en recaudación, de tal forma que predomina el volumen de visitas al parque de turistas nacionalidad ecuatoriana, sin embargo hay más recaudación de turistas extranjeros con una media considerable de 14 dólares mediante contribución anónima. En cuanto a la instrucción académica la mayor recaudación proviene de turistas con un nivel de instrucción de tercer y cuarto nivel en cada uno de los tipos de aporte.



- En lo referente al objetivo 2: “Aplicar un método de análisis estadístico para categorizar las variables del perfil del turista respecto al tipo de contribución”. La investigación sintetiza 16 variables que han sido consideradas en la encuesta mediante el modelo de regresión logística multinomial a 5 variables que aportan a direccionar al tipo de contribución financiera más adecuado con un porcentaje de predicción del 57,2%. Las variables significativas que aportan al modelo son el país de origen del turista, presupuesto planificado, visita reiterada, estado civil, medio de información.
- Finalmente de acuerdo con el objetivo 3: “Identificar las variables significativas que inciden en las aportaciones financieras de los turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi”. Con el fin de caracterizar al turista mediante el resultado se puede decir que aquel sugerido o referenciado por un paquete turístico, que además planifica un presupuesto en el que incluya valores de gasto para transporte, alimentación o solo transporte, y en cuanto a su estado civil es casado, soltero o divorciado es más probable que realice un aporte de tipo voluntario.
- El turista ecuatoriano que visita el parque nacional Cotopaxi con un estado civil casado o soltero es más probable que se incline por un tipo de aporte Anónimo. Resultado que se complementa con los datos obtenidos de estadística descriptiva el cual da a conocer que durante la investigación la mayor parte de encuestados fueron de origen nacional 62% y se direccionaban a una contribución anónima en un 46.4%.
- Además se puede concluir que el tipo de aporte que realice el turista depende significativamente de la nacionalidad del visitante sea ecuatoriano o extranjero la razón logarítmica de que el turista nacional dirija su contribución al tipo de aporte anónimo es de 0,916 veces. Es decir el aporte anónimo de un turista nacional es de 2,5 veces frente a que realice un aporte voluntario o recíproco.

## **5.2 Recomendaciones**

- A las instituciones públicas a cargo de velar por el cuidado de la biodiversidad de Áreas protegidas y en específico al Ministerio de Turismo quien potencia los atractivos, se recomienda hacer uso de los resultados de la presente investigación en cuanto al perfil del donante y las variables determinantes en la voluntad de contribución del turista, debido a que la deficiencia financiera es la principal

debilidad de la gestión gubernamental por lo que se deben considerar nuevos enfoques alternativos de recaudación.

- Se recomienda a la Academia continuar con investigaciones en beneficio de la sostenibilidad financiera de organizaciones sin fines de lucro, debido a la recesión y situaciones críticas que vive el país. Además, es importante que la academia aporte con estudios en respuesta a necesidades reales y demandas específicas para el país y para beneficio de todos. Se recomienda continuar con estudios complementarios a la presente temática y aplicar el estudio en diferentes temporadas del año y feriados para obtener un perfil completo de los turistas que visitan el parque considerando que los extranjeros son quienes más aportan.
- Finalmente al Parque Nacional Cotopaxi se recomienda continuar brindando la oportunidad a la Academia para contribuir con investigaciones científicas que respondan a problemáticas reales. Y así de esta forma Academia conjuntamente con el PNC puedan diseñar y ejecutar acciones necesarias para mejorar sus atractivos turísticos que son muy privilegiados y reconocidos a nivel mundial además de ser el orgullo de todos los ecuatorianos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adamson, M. (2008). ¿Son sostenibles las áreas protegidas? *Ciencias Económicas*.
- Aguirre, J. A. (2017). Asignación de recursos, satisfacción del visitante, administración y manejo de parques nacionales en Costa Rica, Honduras y Nicaragua. *Turismo y Patrimonio Cultural*, 5, 353-370. doi:10.25145/j.pasos.2007.05.026
- Aguirre, J. A. (2017). Asignación de recursos, satisfacción del visitante, administración y manejo de parques nacionales en Costa Rica, Honduras y Nicaragua. *Turismo y Patrimonio Cultural*, 5, 353-370. doi:10.25145/j.pasos.2007.05.026
- Albaladejo, I., & Díaz, M. (2005). Rural tourism demand by type of accommodation. *VI(6)*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.013>
- Alpizar, F., Carlsson, F., & Johansson-Stenman, O. (2008). El anonimato, la reciprocidad y la conformidad: Evidencia de voluntaria contribuciones a un parque nacional en Costa Rica. *Revista de Economía Pública*, 1047 - 1060.
- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). *Estadística para Administración y Economía*.
- Andrade, M. (s.f.). Relación entre las características sociodemográficas de los turistas y la formación de la imagen del destino. Aplicación al caso del turismo rural en Galicia.
- Banco Central del Ecuador. (2019). Banco Central del Ecuador. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>

- Berrocal, F., Mateos, A., & Pérez, A. (2015). Estudio de la demanda del Turismo en el parque nacional y reserva de la biosfera de Monfrangue. Cuadernos de Turismo(35), 231-257. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-EstudioDeLaDemandaDelTurismoEnElParqueNacionalYRes-5034761.pdf
- Brañas Garza, P., & Paz Espinoza, M. (2011). Economía experimental y del comportamiento. *Globe*, 32(2), 185-193. Obtenido de <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1953.pdf>
- Briceño, W. (2010). Un alternativa de análisis Multivariante para medir el desarrollo Humano en países latinoamericanos. *Electrónica Ciencias Gerenciales*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/782/78212944002.pdf>
- Brida, J., Osti, L., & Barquet, A. (2010). doi:<https://doi.org/10.1002/jtr.778>
- Castillo Urco, C., Gamboa Salinas, J., & Castillo, D. (2019). Aproximación del modelo CAGE para la internacionalización de los productos textiles del Ecuador. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, 9-37. doi:<https://doi.org/10.32719/25506641.2019.5.1>
- Castillo, E., Martínez, F., & Vázquez, E. (2015). EL TURISMO EN ECUADOR. NUEVAS TENDENCIAS EN EL TURISMO SOSTENIBLE Y. *Revista Galega de Economía*.
- Castro, A. (2014). *Planeación Financiera*. Mexico: Grupo editorial Patria.
- Cho, M., Lemon, L., Levenshus, A., & Childers, C. (21 de January de 2019). Current students as university donors?: determinants in college students' intentions to donate and share information about university crowdfunding efforts. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*.

- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Biodiversidad y recursos naturales. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Dayour, F. (2013). Characteristics of budget travelers: the case of backpackers in the Cape Coast Elmina area Ghana. *African Journal of Hospitality, , Tourism and Leisure*, II(4). Obtenido de <file:///G:/ARTICULOS%20TESIS/presupuesto.pdf>
- Department of Tourism, Culture, Industry and Innovation . (2016). Vacation visitor profile. Government of Newfoundland and Labrador.
- Díaz, C. (2002). Estratificación Socio demográfica de la ciudad de Córdoba aplicando técnicas de Análisis Multivariante. Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/1663/Tesis%20de%20Cecilia%20Diaz%20%28Definitivo%20con%20%20C3%ADndice%29.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Dufwenberg, M., & Muren, A. (2006). Generosity, anonymity, gender. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 42-49.
- Eagles. (2009). Governance of recreation and tourism partnerships in parks and protected areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 231-248. Obtenido de [file:///C:/Users/MATRIZ%20CAJAS%2001/Downloads/governance\\_tourism\\_nationalparks.pdf](file:///C:/Users/MATRIZ%20CAJAS%2001/Downloads/governance_tourism_nationalparks.pdf)
- Eagles, P. (29 de Marzo de 2010). Trends in Park Tourism: Economics, Finance and Management. *Journal of Sustainable Tourism*. doi:10.1080/09669580208667158
- Eagles, P. (5 de October de 2013). Research priorities in park tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. doi:10.1080/09669582.2013.785554

- El telégrafo. (2014). Competitividad Turística. Economía y Negocios.
- Emerton, L. (2006). Sustainable Financing of Protected Areas. A global review of challenges and options. Best Practice Protected Area Guidelines, 109.
- Fehr, E. (2006). La economía de la imparcialidad, reciprocidad y altruismo. Instituto de Investigación Empírica en Economía,. Obtenido de <file:///C:/Users/Biblioteca/Downloads/La%20economia%20de%20la%20justicia%20reciprocidad.en.es.pdf>
- Gandullia , L., Parciasepe, P., & Lezzi, E. (Agosto de 2017). Charitable giving and self-esteem: an experimental investigation.
- García, T., Montero, C., Ruiz , V., Vasquez , M., & Álvarez , W. (2008). Aplicación de la regresión logística multinomial en la detección de factores Económicos que influyen en la productividad de los sectores Industriales. Revista Ingeniería, 15(3). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/707/70712293003.pdf>
- Goldstein, N., Griskevicius, V., & Cialdini, R. (2012). Reciprocidad por Proxy: Una nueva estrategia para estimular la cooperación. Sage Publishing Ciencias Administrativas trimestrales. doi:10.1177 / 0001839211435904
- Guarderas, M. (s.f.). Lineamientos y Herramientas para un manejo de Áreas Protegidas.
- Gutiérrez Pulido, H., & De la Vara Salazar, R. (2008). Análisis y Diseño de Experimentos (Segunda ed.). (McGRAW-HILL/INTERAMERICANA, Ed.) México. doi:978-970-10-6526-6

- Hernández Mota, J. (2010). Inversión pública y crecimiento económico: Hacia una nueva perspectiva de la función del gobierno. *Economía: teoría y práctica*(33).  
Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-33802010000200003](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-33802010000200003)
- Higinio, J., & Curvo , R. (2016). Valoración económica del parque Nacional Natural Corales de Profundidad. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/mar/v45n1/v45n1a06.pdf>
- Hillel, O., & Eagles , P. (Enero de 2008). Improving protected area finance through tourism.
- Ley de Turismo. (2014). Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ley Forestal y de Conservación de áreas naturales y vida silvestre. (2004). De las Áreas Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/ley-forestal.pdf>
- Lin, G., & Chen, L. (2006). Identification of homogeneous regions for regional frequency analysis using the self-organizing map. Taiwan. Obtenido de <http://ntur.lib.ntu.edu.tw/bitstream/246246/85074/1/31.pdf>
- Lindberg, K. (2001). Protected Area Visitor Fees. Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism.
- Live Science. (12 de 09 de 2018). National Parks. Obtenido de National Parks: <https://www.livescience.com/topics/national-parks>

- Martínez Quintana, V. (2017). EL TURISMO DE NATURALEZA: UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE. *Arbor*. doi:10.3989/arbor.2017.785n3002
- McDonald, R., Arroyos, D., & Yamasaki, Y. (2017). The Determinants of Charitable Donation understanding its relation with psychological preferences. Obtenido de [http://www.abef.jp/conf/2017/common/doc/poster/06\\_G01\\_PR0001.pdf](http://www.abef.jp/conf/2017/common/doc/poster/06_G01_PR0001.pdf)
- Mendoza, A., Villon, S., & Yumisaca, J. (2017). Perfil Sociodemográfico del turista de la provincia de Santa Elena en Ecuador.
- Mesh, D., Brown, M., Moore, Z., & Hayat, A. (2011). Gender differences in charitable giving†. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 342-345. doi:10.1002/nvsm.432
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018). Presupuesto General del Estado.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018). PROFORMA DEL PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO.
- Ministerio de Turismo. (2014). PLANDETUR.
- Ministerio del Ambiente. (2005). Análisis de las necesidades de financiamiento del Sistema Nacional de Áreas Naturales protegidas del Ecuador. Ministerio del Ambiente. Obtenido de <https://www.cbd.int/financial/finplanning/Ecuador-fundingneedsprotectedareas.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (2010). Situación Actual y manejo del parque Nacional Cotopaxi. Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/242256/31+PLAN+DE+MANEJO+COTOPAXI+3.pdf/9de2bd76-135a-4385-8d34-5069435372fa>



Ministerio del Ambiente. (2015). Áreas protegidas del Ecuador socio estratégico para el desarrollo. Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/346525/Areas+Protegidas+del+Ecuador.pdf/390b099f-6f57-4d38-bf17-cea3a138caf5>

Ministerio del Ambiente. (2015). Estrategia de Sostenibilidad Financiera del Sistema Nacional de Areas Protegidas. Grupo consultor Mentefactura.

Ministerio del Ambiente. (2016). Áreas protegidas aportan a la economía del Estado. Somos Snap. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/sites/default/files/media/BOLETIN%2013%20FINAL.pdf>

Ministerio del Ambiente. (2018). Ecosistemas. Estadísticas del Patrimonio Natural del Ecuador Continental. Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/4978508/ECOSISTEMAS+CONSERVADOS+DEL+ECUADOR+CONTINENTAL.pdf/ffa34825-b865-42fd-b7f4-4fdcd849a93c>

Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2015). Estrategia de Sostenibilidad Financiera del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/346525/Estrategia+de+Sostenibilidad+Financiera+del+SNAP.pdf/f1ef1719-5c4e-46a0-8ef5-49eb1c60a119>

Ministerio del Ambiente. (s.f.). Sistema Nacional de áreas protegidas del Ecuador. Obtenido de Registro de Visitas a áreas protegidas: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/reporte-de-visitas>

- Ministerio el Ambiente. (2013). Manual para la Gestión Operativa de las áreas Protegidas del Ecuador. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Manual-para-la-Gestio%CC%81n-Operativa-de-las-A%CC%81reas-Protegidas-de-Ecuador-finalr.pdf>
- Palacio, L. A., & Parra, D. (2014). El dilema de la contribuci{on voluntaria a Bienes Publicos: Una revisi{on de trabajos experimentales. Cuadernos de Economía. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-47722014000100006](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722014000100006)
- Peña, X., Hoyo, C., & Tuesta, D. (2014). Determinantes de la inclusión financiera en México a partir de la ENIF 2012. Obtenido de [https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2014/06/WP\\_1414.pdf](https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2014/06/WP_1414.pdf)
- Pérez, C. (2014). Técnicas estadísticas con variables categóricas. Madrid, España: Ibergarceta.
- Pérez, C. (2015). Técnicas de minería de datos e inteligencia de negocios IBM SPSS modeler. Madrid: Ibergarceta Publicaciones.
- Perugini, M., Gallucci, M., Presaghi, F., & Ercolani, A. (12 de Diciembre de 2003). The Personal Norm of Reciprocity. Revista Europea de Personalidad. doi:10.1002/per.474
- Piga, C. (2003). Territorial Planning and Tourism development tax. Annals of Tourism Research, 30(4), 886-995. doi:10.1016/S0160-7383(03)00061-6

- Priller, E., & Schupp, J. (2011). Social and economic characteristics of financial and blood donors in Germany. *DIW Economic Bulletin*, 1(6), 23-30. doi:2192-7219
- Quinteros de Contreras, M. E. (Diciembre de 2011). Una mirada a los Parques Nacionales en el Mundo. *Visión Gerencial*(2), 405-418.
- Saayman , M., & Saayman, A. (Diciembre de 2008). Estimating the Economic Contribution of Visitor spending in the Kruger National Park to the Regional Economy. *Journal of Sustainable Tourism*, 67-81. doi:http://dx.doi.org/10.1080/09669580608668592
- Schneider, & Budruk, M. (1999). Displacement as a response to the federal recreation fee program. 76-84. Obtenido de file:///G:/Visitor-management2\_13.pdf
- Schupp, J., & Priller, E. (2011). Social and Economic Characteristics of Financial and Blood Donors in Germany. *DIW Economic Bulletin*.
- Serefoglu, C. (23 de July de 2018). Determination of visitors' willingness to pay to enter Karagol Natural Park of Ankara, Turkey. *AGROBUSINESS*. doi:10.1590/0103-8478cr20170869
- Sistema Nacional de Areas Protegidas. (Marzo de 2016). Áreas protegidas aportan a la economía del Estado. *SomosSnap*, 1-16. Obtenido de [https://www.undp.org/content/dam/ecuador/docs/documentos%20proyectos%20ambiente/pnud\\_ec%20BOLETIN%202013%20FINAL.pdf](https://www.undp.org/content/dam/ecuador/docs/documentos%20proyectos%20ambiente/pnud_ec%20BOLETIN%202013%20FINAL.pdf)
- Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Ecuador. (2015). Parque Nacional Cotopaxi.
- Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. (2015). SNAP.

- Small, D., & Simonsohn, U. (Octubre de 2008). Friends of Victims: Personal Experience and Prosocial Behavior. Universidad de Pennsylvania Scholarly Commons, 532-542. doi:<http://dx.doi.org/10.1086/527268>
- Soetevent, A. (2006). El anonimato, experimento de Campo en 30 iglesias.
- Tereucan, J., Briceño, C., & Gálvez, J. (2016). Equivalencia y valor en procesos de reciprocidad entre los mapuches. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/105/10546932009.pdf>
- Valencia, R., & Bonifáz, A. (2018). Modelo de Regresión Logística Multinomial. Journal of Pharmacy & Pharmacognosy Research.
- Vallejos, A., & Arroyo, Y. (2011). Investigación social mediante encuestas. Ciencias Sociales y Jurídicas.
- Vázquez, R. (2005). Plan Nacional de Competitividad Turística. Ministerio del Turismo de Ecuador.
- Walls, M. (January de 2013). Paying for State Parks. Resources for the future, 37.
- Walls, M., & . (2013). Paying for State Parks. Resources for the future.
- Widyaningrum, I. (August de 2012). Financing Strategy of National Park Model a Study in Gunung Halimun Salak National Park, West Java Indonesia. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/8cd3/ff57d9cf7bd1a871bef4f5a6422002f0a3a7.pdf>
- World Travel & Tourism Council. (2018). World Travel & Tourism Council. Obtenido de Annual Reaserch 2019 : <https://www.wttc.org/>

World Travel & Tourism Council. (2019). Travel & Tourism Economy Impact 2019 World. Economic Reserch Manager. Obtenido de <https://www.wttc.org/>

World Travel Awards. (15 de Septiembre de 2018). Obtenido de <https://ecuador.travel/es/world-travel-awards/>

Yao, K. (2015). Who Gives? The Determinants of Charitable giving, volunteering, and ther relationship. Wharton Research Scholars. Obtenido de [http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1129&context=wharton\\_research\\_scholars](http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1129&context=wharton_research_scholars)