



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**Percepción del turista durante su visita y estancia en las haciendas turísticas de la
provincia de Cotopaxi**

Guanoluisa Chingo, Alba Geoconda y Pérez Rodríguez, Shakyra Pamela

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Trabajo de integración curricular, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo.

Ing. Acosta Fernández, Aldrin Geovany

30 de agosto del 2022

Latacunga



TESIS-GUANOLUISA ALBA Y PEREZ SHAKYRA.pdf

Scanned on: 16:0 August 29, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	688
Words with Minor Changes	674
Paraphrased Words	854
Omitted Words	0



Website | Education | Businesses

Escaneado con CamScanner

Firma:

Ing. Acosta Fernández Aldrin Geovany

Director



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Certificación

Certifico que el trabajo de integración curricular: **“Percepción del turista durante su visita y estancia en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi”** fue realizado por las señoritas **Guanoluisa Chingo, Alba Geoconda y Pérez Rodríguez, Shakyra Pamela**, el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizada en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Latacunga, 29 de agosto del 2022

Firma:

.....
Ing. Acosta Fernández, Aldrin Geovany

C. C.: 1713651428



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Responsabilidad de Autoría

Nosotras, **Guanoluisa Chingo, Alba Geoconda**, con cédula de ciudadanía n° 0504151614 y **Pérez Rodríguez, Shakyra Pamela**, con cedula de ciudadanía n° 175010997, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de integración curricular: **“Percepción del turista durante su visita y estancia en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi”** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 29 de agosto del 2022

Firmas

Guanoluisa Chingo, Alba Geoconda

Pérez Rodríguez, Shakyra Pamela

C.C.: 0504151614

C.C.: 1750109975



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Autorización de Publicación

Nosotras **Guanoluisa Chingo, Alba Geoconda**, con cédulas de ciudadanía n° 0504151614 y **Pérez Rodríguez, Shakyra Pamela**, con cedula de ciudadanía n° 1750109975, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de integración curricular: **“Percepción del turista durante su visita y estancia en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi/nuestra responsabilidad.

Latacunga, 29 de agosto del 2022

Firmas

Guanoluisa Chingo, Alba Geoconda

C.C.: 0504151614

Pérez Rodríguez, Shakyra Pamela

C.C.: 1750109975

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se ha realizado con mucho esfuerzo y dedicación, lo cual va dedicado principalmente a Dios y a la Virgencita del Rosario de Baños de Agua Santa por darme la sabiduría, dedicación e inspiración para llegar a cumplir una de mis primeras metas.

A mis abuelitos Andrés y Rebeca, quienes son el tesoro maravilloso que Dios me ha dado ya que han estado junto a mi desde pequeña brindándome su amor y confianza, a mis padres Patricia y Mario, quienes han sido un soporte fundamental dentro de mi vida y que me han ayudado a superar todas las adversidades que se han presentado para poder alcanzar una de las metas que me he trazado en mi vida profesional.

A mi guerrero Patricio Guanoluisa, quién me ha enseñado a valorar lo maravilloso que es la vida, apreciar a la familia, a no perder la fe y seguir adelante sin rendirme, eres un ejemplo de vida que por muy larga sea la tormenta el sol siempre va a volver a brillar.

A mi hermana Johana, por el soporte moral que me ha brindado durante mi vida estudiantil y a mis sobrinas Kristhel y Bianca, desde que llegaron a mi vida han llenado de alegría mis días y a todas aquellas personas quienes de una u otra manera me han ofrecido su apoyo para a llegar a cumplir el objetivo trazado.

Con Cariño, Alba

Agradecimiento

Al culminar el presente trabajo de investigación, quiero agradecer a Dios y a la Virgencita del Rosario de Baños de Agua Santa por darme la fuerza y dedicación para superar las adversidades que se han presentado dentro de este proyecto.

A mis queridos abuelitos Andrés Chingo y Rebeca Lema, por los valores que me han inculcado, y en especial a mi madre Patricia Chingo, por motivarme y ser un ejemplo en mi vida, que gracias a su trabajo y sacrificio supo brindarme su apoyo incondicional ya que sin dicha ayuda no sería posible tan anhelado sueño.

A mis tíos Fernando y Doris quienes han sabido aconsejarme y guiarme dándome su confianza y enseñanzas durante este largo trayecto estudiantil. De igual manera a mi cuñado Jorge Pérez quien considero como un hermano y me ha dado una gran lección de vida que es valorar el amor de una madre.

A mis profesores que han transmitido sus conocimientos durante mi trayecto estudiantil para poder ser un profesional de excelencia, especialmente a mi tutor Ing. Aldrin Acosta, que me ha brindado su guía y apoyo para poder encaminar y desarrollar de mejor manera el proyecto de titulación.

A mis amigas Estefanía y Amy, por brindarme su sincera amistad y a verme permitido compartir momentos increíbles a su lado gracias por escucharme y apoyarme en todo momento. Finalmente, a la señora Mónica Veloz por el aprecio y confianza que me ha brindado al trabajar en su empresa, por entenderme y por las nuevas enseñanzas que me ayudaran a crecer profesionalmente.

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación dedico a:
Dios por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante
de mi formación profesional.

A la persona más importante de mi vida, quien prometí dedicar mi esfuerzo académico durante
los años de formación profesional, la Virgencita de Guadalupe quien ha sido mi compañera,
amiga y confidente a lo largo de mi vida como la dadora de todas las gracias que he recibido
durante todo mi camino estudiantil

A mis amados padres Luis Pérez y Consuelo Rodríguez quienes me han dado su eterno amor,
paciencia y esfuerzo en cada etapa de mi vida, por ser los principales promotores de un sueño
que siempre anhelaron ver a su hija una profesional, por confiar y creer en mí, por brindarme su
incondicional apoyo para poder lograr terminar esta meta, pero sobre todo por sus oraciones
interminables las cuales me iluminaron, cuidaron y me acompañaron en cada día de mi vida .

A mi enamorado Carlos Barrionuevo por su inmenso amor, apoyo incondicional y mi motivación
diaria durante todos estos años de vida académica encaminada siempre al éxito , por ser un
ángel en mi vida, brindándome su dedicación y constancia permanente a pesar del cansancio
de sus estudios y trabajo nunca me dejo desamparada siendo el timón de mi vida para lograr
cumplir el sueño de verme una profesional y juntos lograr un día formar un hogar.

A mi hermana Paola Pérez por ser la persona que desde el inicio hasta el final de mi etapa
profesional me motivo a seguir adelante sin derrumbarme y siempre mantenerme en pie
mediante sus consejos que me inspiraba para poder lograr terminar este logro.

Con amor, Shakyra

Agradecimiento

Culminar este trabajo de investigación me llena de felicidad y agradecimiento a todas aquellas personas que me acompañaron a lo largo de este caminar principalmente a: Dios por la vida, salud y sabiduría para poder terminar esta etapa, a mi preciosa Virgencita de Guadalupe por todos los milagros y favores que he recibido por intersección suya durante toda mi vida.

A mi abuelito Federico Rodríguez quien en vida confió en verme un día profesional por ser el ejemplo de perseverancia para lograr cumplir este sueño, a mi abuelita Luz Salinas quien le agradezco por sus inmensos consejos sabios e historias de valentía y lucha y que, aunque no estén para verme terminar mi etapa estoy segura que hoy me estarán cantando una bella canción acompañada de los ángeles del cielo.

A mis papitos quienes les agradezco todo lo que soy y lo que tengo por ser los instrumentos que Dios me brindo para que me guíen, me acompañen, me cuiden y me apoyen siempre a pesar de las adversidades, como no agradecerles porque sin ustedes no hubiera sido posible terminar esta meta y aunque sé que nunca poder pagarles como lo merecen acepten esta humilde tesis como un pago de amor infinito.

A mi enamorado Carlos Barrionuevo a quien no tengo palabras para agradecerle por su inmenso amor que traspasa fronteras de distancia y cansancio con tal de estar cerca de mi lado y verme hoy triunfar, por ser mi felicidad encajada en una sola palabra AMOR, por ser mi pilar fundamental de vida y ser con quien quisiera pasar el resto de mi vida a su lado con la bendición de Dios, de mi madre y de nuestro niño Jesús.

A mi querido tutor de tesis al Msc. Aldrin Acosta, a quien agradezco por ser un segundo papa para mí, desde el inicio que me dio clases hasta la fecha de hoy que tuve la dicha de que me acompañara en el presente trabajo de investigación con amor y exigencia para ver un día sus frutos terminar. Dios le pague por su paciencia, apoyo y cariño que Dios y la Virgencita le bendigan siempre.

A mi hermana Paola por ser la persona que con su esfuerzo diario ha sido mi inspiración para no rendirme y sobre todo por su orgullo de verme un día triunfar , a Gustavo Cruz quien considero como un hermano y quien me ha apoyado durante este tiempo con sus consejos y medios para llegar a cumplir esta etapa y finalmente a mi querida Sra. Aurorita quien desde el principio me acompaño y me brindó su apoyo incondicional para verme un día profesional.

Hoy con mucho cariño les agradezco enormemente.

A mis estimados docentes por sus valiosos conocimientos, paciencia y entrega en cada clase recibida en especial: Al Ing. Carlos Alban director de la carrera de Licenciatura en Turismo por su apoyo y estima durante todo mi ciclo académico, a la Ing. Diana Altamirano quien ha sido una docente de empuje y liderazgo las cuales sus clases impartidas sirvió para hoy terminar este proyecto de investigación, a mi estimada Dra. Consuelo Acurio por ser mi consejera universitaria y la que gracias a su arduo trabajo he sido becada en cada semestre estudiantil. Al Ing. Luis Palomino por ser un docente de trabajo y esmero y con quien he tenido la dicha de no dormir conociendo conocimientos que sirvieron para la elaboración del presente trabajo, a la Ing. Maricela Pulloquina por ser la docente y amiga, la persona que me forjo con miel y hiel con trabajo de excelencia y no de medias, con esfuerzo alto y no con esfuerzo bajo simplemente gracias por ser la docente con pasión y trabajo.

A la Abog. Eliana Rosero por sus valiosos conocimientos y consejos en la vida personal y profesional y quien ha sido la docente más directa y sincera para decir las palabras correctas para el caminar diario, a la Ing. Mayra Quiñonez por ser más que una docente una amiga que siempre admire por su perseverancia frente a una adversidad siendo un impulso para seguir adelante.

Finalmente, al docente que más considero y estimo con mucho cariño al Ing. Juan Tapia por brindarme su confianza, su estima, sus valiosos conocimientos que seguro sin ellos no hubiera podido llegar hasta este momento, pero sobre todo por su cariño y admiración que ha tenido para mí, Dios le pague y siga adelante.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula	1
Reporte de verificación de contenido.....	2
Certificación	3
Responsabilidad de autoría	4
Autorización de publicación	5
Dedicatoria	6
Agradecimiento.....	7
Dedicatoria	8
Agradecimiento.....	9
Índice de contenido	11
Índice de tablas.....	15
Índice de figuras	17
Resumen.....	19
Abstract	20
Capítulo I: Introducción	21
Antecedentes	21
Justificación e importancia.....	23
Alcance.....	24
Planteamiento del problema	25
Formulación del problema	27

Objetivos de investigación.....	27
<i>Objetivo general</i>	27
<i>Objetivos específicos</i>	27
Idea a defender	27
Hipótesis	28
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	28
<i>Variables dependientes</i>	28
<i>Variables independientes</i>	28
Capítulo II: Marco Teórico	29
Haciendas turísticas en el Ecuador: Una forma de hacer turismo rural	29
<i>Haciendas turísticas en Cotopaxi, una oferta de turismo rural</i>	33
<i>Recreación y estancia en haciendas turísticas</i>	41
<i>Servicios turísticos en alojamientos rurales</i>	44
<i>Actividades turísticas del turismo rural</i>	46
Turista y su percepción del mundo rural	49
<i>Percepción de los servicios</i>	52
<i>Percepción de las actividades recreativas en entornos rurales</i>	58
Panorama mundial, nacional y provincial de las demandas de turismo rural.....	58
<i>Demandas del turismo rural en el Ecuador</i>	60
<i>Perfil del turista en Ecuador</i>	63
Capítulo III: Diseño metodológico	65
Enfoque de la investigación.....	65
Tipos de métodos.....	65

Modalidad de investigación	67
<i>Análisis de Campo</i>	<i>67</i>
<i>Análisis documental - bibliográfico</i>	<i>68</i>
Instrumentos de recolección de datos	70
<i>Descripción de instrumentos</i>	<i>71</i>
Población y muestra	82
<i>Anfitriones Turísticos</i>	<i>82</i>
<i>Turistas</i>	<i>84</i>
Procesamiento y análisis de Datos	87
<i>Testimonios de los anfitriones turísticos</i>	<i>88</i>
<i>Análisis documental de testimonios de los turistas</i>	<i>100</i>
Capítulo IV: Resultados de la investigación	141
Barómetro una iniciativa de opiniones	141
<i>Importancia de un Barómetro.....</i>	<i>142</i>
Diseño de la propuesta.....	142
<i>Barómetro del turismo rural</i>	<i>143</i>
<i>Gama de colores</i>	<i>143</i>
<i>Márgenes</i>	<i>143</i>
<i>Fuente</i>	<i>143</i>
<i>Estructura:</i>	<i>144</i>
<i>Desarrollo de la propuesta</i>	<i>144</i>
<i>Portada.....</i>	<i>145</i>
<i>Contraportada.....</i>	<i>145</i>
<i>Presentación.....</i>	<i>146</i>

<i>Índice</i>	146
Resultados	147
Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones	150
Conclusiones	150
Recomendaciones	152
Bibliografía	153
Anexos	162

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Catastro de haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi</i>	35
Tabla 2 <i>Distribución de alojamientos turísticos rurales en el Ecuador</i>	45
Tabla 3 <i>Actividades turísticas del turismo rural</i>	46
Tabla 4 <i>Proyecciones estimadas del Mintur del 2022 al 2025</i>	61
Tabla 5 <i>Registro de turistas que optan por el turismo rural</i>	61
Tabla 6 <i>Instrumentos de recolección de datos</i>	71
Tabla 7 <i>Cronograma de visitas en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi</i>	78
Tabla 8 <i>Haciendas Turística en la provincia de Cotopaxi</i>	82
Tabla 9 <i>Resumen de las haciendas turísticas de Cotopaxi</i>	83
Tabla 10 <i>Calculo de la muestra para turistas</i>	85
Tabla 11 <i>Datos generales: Genero del turista</i>	100
Tabla 12 <i>Datos generales. Edad del turista</i>	101
Tabla 13 <i>Datos Generales. Nacionalidad del turista</i>	102
Tabla 14 <i>Datos informativos</i>	104
Tabla 15 <i>Datos informativos</i>	106
Tabla 16 <i>Datos informativos</i>	107
Tabla 17 <i>Datos informativos</i>	109
Tabla 18 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 1</i>	111
Tabla 19 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 2</i>	112
Tabla 20 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 3</i>	114
Tabla 21 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 4</i>	116
Tabla 22 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 5</i>	117
Tabla 23 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 6</i>	119
Tabla 24 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 7</i>	121
Tabla 25 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 8</i>	122

Tabla 26 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 9</i>	124
Tabla 27 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 10</i>	126
Tabla 28 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 11</i>	127
Tabla 29 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 1</i>	129
Tabla 30 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 2</i>	131
Tabla 31 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 3</i>	133
Tabla 32 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 4</i>	134
Tabla 33 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 5</i>	135
Tabla 34 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 6</i>	137
Tabla 35 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 7</i>	138

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Árbol de Problemas</i>	26
Figura 2. <i>Perfil del Turista Nacional</i>	63
Figura 3 <i>Ficha de encuesta para turistas nacionales y extranjeros</i>	74
Figura 4 <i>Ficha de entrevista de anfitriones de las haciendas turísticas de Cotopaxi</i>	76
Figura 5 <i>Ficha de entrevista Hacienda San Joaquín</i>	89
Figura 6 <i>Ficha de entrevista Hacienda Posada de Tigua</i>	95
Figura 7 Datos generales: Género del turista	100
Figura 8 <i>Datos generales: Edad del turista</i>	101
Figura 9 <i>Datos generales. Nacionalidad del turista</i>	103
Figura 10 <i>Datos informativos</i>	105
Figura 11 <i>Datos informativos</i>	106
Figura 12 <i>Datos informativos</i>	108
Figura 13 <i>Datos informativos</i>	109
Figura 14 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 1</i>	111
Figura 15 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 2</i>	113
Figura 16 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 3</i>	114
Figura 17 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 4</i>	116
Figura 18 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 5</i>	118
Figura 19 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 6</i>	120
Figura 20 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 7</i>	121
Figura 21 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 8</i>	123
Figura 22 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 9</i>	124
Figura 23 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 10</i>	126
Figura 24 <i>Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 11.</i>	128
Figura 25 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 1</i>	130

Figura 26 Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 2	131
Figura 27 Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 3	133
Figura 28 Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 4.	134
Figura 29 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 5.</i>	136
Figura 30 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 6</i>	137
Figura 31 <i>Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 7</i>	139
Figura 32 <i>Gama de colores cálidos: Medios</i>	143
Figura 33 <i>Portada de la propuesta</i>	145
Figura 34 <i>Contraportada de la propuesta</i>	145
Figura 35 <i>Presentación de las haciendas objeto de estudio</i>	146
Figura 36 <i>Índice de contenidos</i>	146

Resumen

En América del Sur, uno de los países con un alto contenido turístico es el Ecuador, por la amplia diversidad de climas y paisajes además de la gastronomía hace que cualquier persona se motive a visitarlo y disfrutarlo, por lo que en el país se ha generado la apertura hacia el desarrollo de la tendencia del turismo rural donde el turista puede interactuar con la naturaleza, la historia, la cultura que permiten evidenciar el potencial natural que posee este país. El presente estudio se encuentra enfocado en analizar la percepción del turista durante su visita y estancia de los establecimientos rurales que perfilan a nivel turístico en la provincia de Cotopaxi, por lo que se procedió a la elaboración de un estudio del turismo rural mediante el barómetro de indicadores globales, obteniendo de esta manera información que permitió delimitar claramente la situación foco de estudio, por lo que se procedió a la aplicación de un encuesta de preguntas diseñadas con escala de Likert, con una muestra de 166 individuos, donde se documentó los testimonios de los turistas que se encuentran utilizando los servicios en las haciendas turísticas, al igual que la documentación de los testimonios de los turistas que se encuentran realizando actividades en sitios rurales de Cotopaxi y de esta manera recolectar de la fuente directamente cada una de las impresiones que facilitó a la investigación determinar la línea de tendencia de los consumidores en el mercado turístico de las haciendas rurales.

Palabras clave: turismo rural, haciendas turísticas en Cotopaxi, percepción del turista, barómetro.

Abstract

In South America, one of the countries with a high tourist content is Ecuador, due to the wide diversity of climates and landscapes, as well as gastronomy, it motivates anyone to visit and enjoy it; in recent years in the country began the development of the trend of rural tourism where the tourist can interact with nature, history, culture that allow to demonstrate the natural potential that this country possesses. The present study is focused on analyzing the perception of the tourist during his visit and stay of the tourist farms of the province of Cotopaxi, for which a study of rural tourism was carried out through the barometer of global indicators, obtaining from In this way, information that allowed to clearly delimit the situation that was the focus of the study, for which a survey of questions designed with a Likert scale was applied, with a sample of 166 individuals, where the testimonies of the tourists who were found were documented. using the services in the tourist farms, as well as the documentation of the testimonies of the tourists who are carrying out activities in rural areas of Cotopaxi and in this way collect directly from the source each one of the impressions that facilitated the investigation to determine the trend line of consumers in the tourist market of rural farms.

Keywords: rural tourism, tourist farms in Cotopaxi, tourist perception, barometer.

Capítulo I

Introducción

Antecedentes

Dentro de América del Sur, Ecuador ha sido un territorio con extensa variedad de atractivos naturales y culturales, algunos visitantes vienen a este país a explorar y practicar el turismo rural, debido a que ofrece un entorno natural y actividades al aire libre que son aprovechados por los turistas, que desean conocer destinos en los que se pueda tener una experiencia única y auténtica en contacto directo con el ambiente para impulsar un turismo sustentable, que contribuya a la optimización de las condiciones de vida de la población. (MINTUR, 2019).

Hoy en día el turismo en el Ecuador se considera una línea fuerte en relación a la apertura de generación de nuevos ingresos lo que permite un avance progresivo en las zonas, debido a la gran extensión de recursos y atractivos en la oferta turística, los cuales se materializan pues dada la abundancia de recursos y el potencial turístico es donde brinda oportunidades de ingresos comunitarios y desarrollo sostenible, lo que lo convierte en atractivo a la actividad económica del sector, con un porcentaje del 2.2% del producto interno bruto (PIB) para el año 2019 representa la tercera forma de ingresos no petroleros más significativas del país, generando un incremento en las oportunidades laborales y de organizaciones turísticas (MINTUR, 2020)

En referencia a la época donde se generó a nivel mundial por razones de la pandemia del COVID-19, restricciones por razones sanitarias, el aporte presentado por el turismo al PIB en el año 2020 tuvo un decaimiento del 1%, siendo la sexta fuente de ingresos no petroleros con un total de 705 millones de dólares, sin embargo sigue siendo la primera en la balanza de servicios de alojamientos y alimentación, (MINTUR, 2020) mientras que en el año 2021 tuvo un aumento del 17.4% debido a la reactivación del consumo interno, impulsada por el plan de vacunación con una mejora en el mercado laboral turístico (BCE, 2022).

Aunque territorialmente, Ecuador representa un pequeño espacio físico, se encuentra enfocado en el desarrollo turístico estrechamente relacionado hacia la naturaleza y acervo cultural, estar en este lugar es encontrarse con gente amable, historia y tradiciones, siendo un destino fascinante que ofrece aventura, multiculturalidad, gastronomía de herencia ancestral, arte y servicios complementarios que permite al turista vivir experiencias de convivencia en entornos rurales a fin de realizar actividades de ocio y recreación (ESADE, 2002).

En relación con la región Sierra Centro del país al recorrer el territorio se encuentra la cordillera de los andes, la cual, invita a conocer la Provincia de Cotopaxi; un lugar de hermosos paisajes y de los más diversos atractivos turísticos naturales y culturales, como lo demuestran su arquitectura vernácula que aún se mantiene presente, donde las haciendas son un referente y atrayente en zonas rurales de la provincia, debido a los bienes tangibles e intangibles que se conservan y que han venido influyendo en la oferta turística (Fuentes, 2017).

La provincia de Cotopaxi es notada y visitada por los interesados en el turismo en el ambiente y el turismo rural, debido al valor intrínseco de las haciendas turísticas que no solo brindan alojamiento ni resort sino también servicios de alimentación, actividades y herencia natural donde el ser humano ha dejado una huella en la historia como un medio de acercamiento para obtener un ambiente pacífico, libre de contaminación, paisajes agradables, áreas verdes no urbanizadas con la finalidad de escapar de la rutina diaria (Amat, 2012).

Por consiguiente, las haciendas al formar parte de la oferta de turismo en la provincia de Cotopaxi de acuerdo al catastro turístico se registran un total de 11 haciendas turísticas de tal modo que sean promotoras para impulsar el turismo rural a través de un intercambio de experiencias entre residentes y visitantes al proponer diferentes servicios de los que brindan comúnmente los establecimientos tradicionales que acojan tranquilidad, conexión con el entorno y simbolismo autónomo del lugar (Zambrano y otros, 2017).

Los establecimientos rurales con tendencia al turismo en Cotopaxi posee diversos atractivos físicos entre los que se evidencian el arte estilo colonial, haciendas con arquitectura de la época, además de áreas de trabajo que destacan las herramientas habituales para el desarrollo de las faenas en la ganadería, acompañadas del paisa de la zona, acogiendo a turistas nacionales y extranjeros ,es decir que en cada estancia produzca una nueva percepción en cuanto a sus experiencias y recorridos dentro de las instalaciones, para potenciar la mejora económica de la comunidad y hacer uso de los recursos endógenos de mismas con el afán de que visiten los pueblos aledaños a la provincia y sus alrededores (Leon & Calvopiña, 2019).

Dentro de estos lugares se identifican los valores patrimoniales, e históricos que han venido conservado a largo de los años, cabe mencionar que familias con más influencia social y política del país residían en estos lugares debido al confort y bienestar que sentían dentro del sitio, algunas fueron casas de ilustres presidentes, líderes industriales y escritores, los cuales, luego de una época abrieron las instalaciones para la recepción de personas ofreciendo el hospedaje de manera que produzcan encanto y deleite para conocer la provincia de Cotopaxi (Burbano, 2019).

Por lo que las haciendas turísticas, al caracterizarse como lugares de interrelación familiar e interacción con la comunidad permite al turista experimentar un enriquecimiento personal y crecimiento individual porque no solo es un observador sino, a su vez pasa a ser un participante activo de la localidad durante su estancia y visita, por lo tanto, la primera impresión que tenga sobre el destino será el medio decisivo que permita el regreso o despedida del mismo (Gonzalez, 2011).

Justificación e importancia

El presente estudio se enfoca en la percepción del turista durante la visita y estancia de las haciendas turísticas de la Provincia de Cotopaxi, generando información actualizada de

gran relevancia no solo para la provincia sino a su vez para los prestadores de servicio turístico y para el ministerio de turismo, en donde se reflejen datos que permitan establecer el escenario actual en relación a lo que piensa el turista luego de la experiencia vivida, para de esta manera documentar y analizar cada uno de los resultados.

Estos indicadores determinaran cada una de las debilidades y fortalezas presentadas en la actualidad, y así redireccionar los objetivos hacia metas más reales, generar planes de acción que proyecten la zona como referente de destino turístico ideal, diseñar estrategia de marketing que logren captar la atención y motiven al turista nacional y extranjero, así como iniciar el desarrollo de la marca región, lo que impactará positivamente en el desarrollo de la zona de forma integral.

Además, este estudio establecerá una metodología de análisis que puede ser empleada en todos los sectores turísticos del país y del mundo, por el nivel de amplitud y alcance de este, generando un gran aporte al sector foco de análisis; de igual forma desde el punto de vista metodológico genera una perspectiva diferente hacia la investigación pues mediante la propuesta será referente para otros investigadores.

Alcance

El presente trabajo de investigación tiene como alcance conocer el enfoque del turismo en espacios rurales en las cuales intervienen las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi siendo considerados sitios de relajación y descanso, permitiéndole al turista tener una experiencia vivencial en contacto con la naturaleza por lo cual analizar las percepciones que tienen los visitantes conlleva conocer sus criterios durante su visita y estancia en estos alojamientos.

Por lo tanto, se establecerá las diferentes variables críticas a través de una documentación testimonial de turistas y anfitriones de cada uno de los establecimientos quienes proporcionaran la información necesaria para obtener un estudio del turismo rural

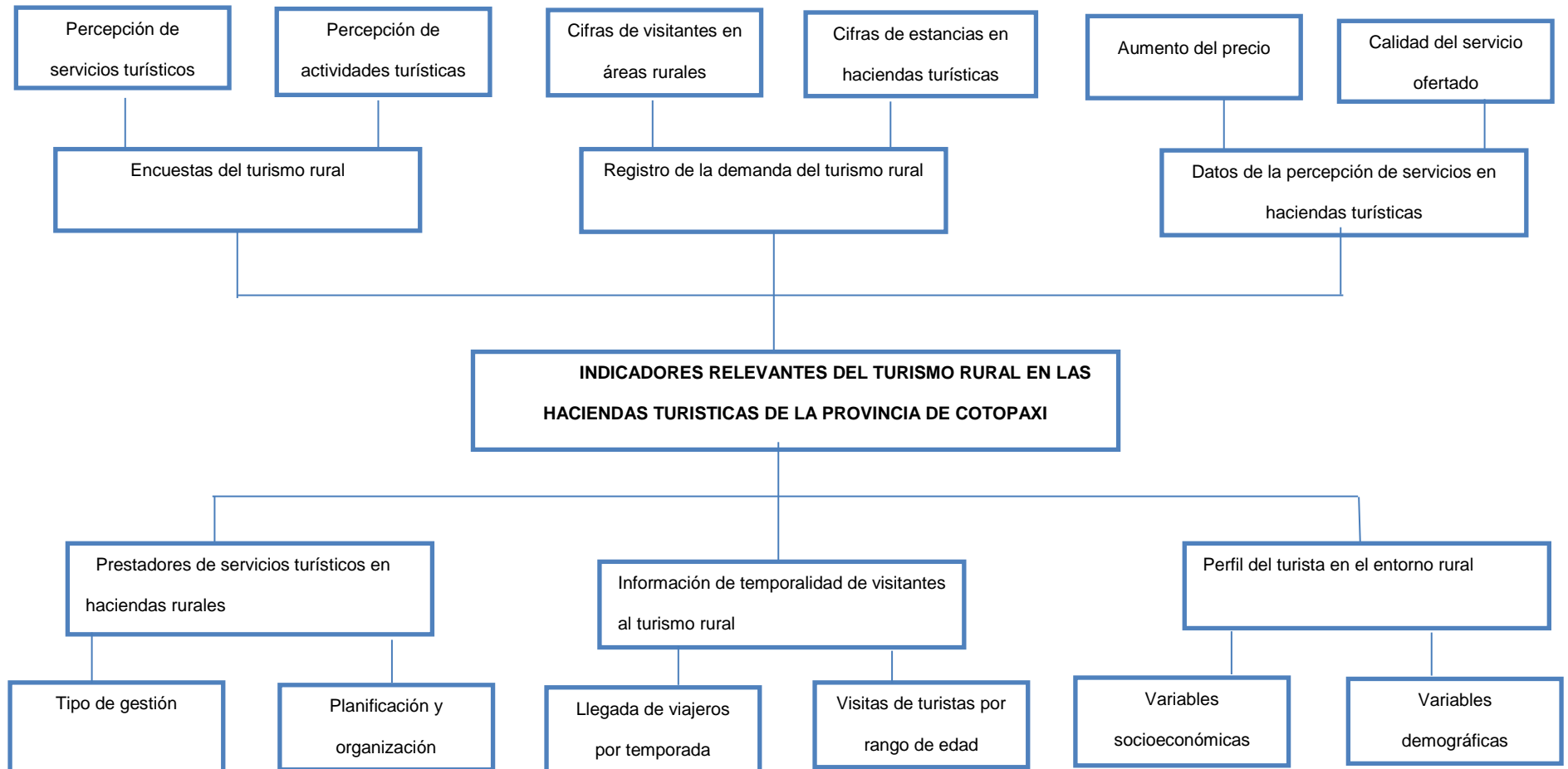
mediante un barómetro de indicadores estadísticos que será la propuesta de ayuda para recopilar toda la información obtenida.

Planteamiento del problema

El crecimiento del turismo en las haciendas ubicadas en los sectores rurales de la Provincia de Cotopaxi, se han convertido en una actividad potencial de desarrollo productivo, las cuales han sido implementadas y adaptadas al medio rural, que combina el disfrute de obtener nuevas experiencias en contacto con la naturaleza, historia arte y deguste de la gastronomía típica, que aún conservan estos lugares haciendo que esta zona sea atractiva y atrayente para el turista.

Lo antes expuesto, presenta el desarrollo de la provincia originando aprendizajes nuevos especialmente en las haciendas turísticas, las cuales, actualmente carecen de información directa, en cuanto al perfil del turista rural y las preferencias con relación a la forma como los servicios y actividades adquiridas durante la visita y estancia en el sitio, limitando la respuesta en relación al registro de la demanda del turismo rural y temporalidades de meses con más llegadas de turistas.

Cuando se carece de indicadores turísticos genera pérdida de mercado y desmotivación a ser un destino turístico, esto depende del tipo de gestión, planificación y organización aplicada en la hacienda por parte del anfitrión o administrador, de tal manera que se conserve en el mercado permitiendo evaluar las tendencias del sitio en cuanto a la sostenibilidad, impactos ambientales y los recursos económicos que generen a través de los turistas. Estos datos nos ofrecen una serie de elementos que participan de forma directa o indirecta dentro del turismo, pero el más relevante y significativo es la que emite el turista por la experiencia vivida en la zona, pues siendo el protagonista en contribuir a la primera fuente de impresiones para dictaminar criterios de acuerdo con las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social con el enfoque de plantear la optimización de la calidad del servicio para hacer del lugar una experiencia inolvidable.

Figura 1*Árbol de Problemas*

Nota. En la figura se expone el árbol de problemas en el cual se identifican las causa y efectos del problema central.

El presente estudio se enfoca en la percepción del turista durante su visita y estancia de las haciendas turísticas de la Provincia de Cotopaxi, generando datos de gran relevancia no solo para la provincia sino a su vez para los prestadores de servicio turístico, en donde se reflejen datos que permita establecer el escenario actual en relación a lo que piensa el turista luego de la experiencia vivida, de tal forma que se generen estrategias para potenciar el turismo rural en la zona.

Formulación del problema

¿Cómo la percepción del turista influye en las visitas y estancias a las haciendas turísticas de la Provincia de Cotopaxi?

Objetivos de investigación

Objetivo general

- Recabar las percepciones que los turistas tienen durante su visita y estancia en una hacienda turística y el grado de aceptación.

Objetivos específicos

- Elaborar un estudio del turismo rural mediante el barómetro de indicadores globales.
- Documentar los testimonios de los turistas que se encuentran utilizando los servicios en las haciendas turísticas.
- Documentar los testimonios de los turistas que se encuentran realizando actividades en sitios rurales de Cotopaxi.

Idea a defender

La percepción del turista es fundamental para entender lo que él desea partiendo de la idea que las haciendas son establecimientos que ofrecen servicios y actividades complementarias en entornos rurales donde el turista tiene la oportunidad de experimentar

lo vivido durante su visita y estancia obteniendo una imagen realista del lugar en relación a la vivencia autónoma.

Hipótesis

- ¿Al analizar la percepción del turista durante la visita y estancia en una hacienda turística se podría determinar el grado de aceptación?

Variables de la investigación

Variables dependientes

Visita y estancia en las Haciendas turísticas

Variables independientes

Percepción del turista

Capítulo II

Marco Teórico

Ecuador tiene fijadas características hacia un turismo vinculado a la naturaleza y cultura, en particular la región Sierra Centro del país al ser atravesada por la cordillera de los andes invita a conocer la Provincia de Cotopaxi; un lugar de biodiversidad y fuerte potencial turístico, algunos visitantes vienen a explorar y practicar actividades en espacios rurales y al aire libre que son aprovechados para conocer alojamientos distintos e innovadores como las haciendas turísticas que acojan tranquilidad, conexión con el entorno y simbolismo autónomo caracterizada por los valores patrimoniales e históricos que han venido conservado a largo de los años convirtiéndose en una nueva forma de hacer turismo rural.

Haciendas turísticas en el Ecuador: Una forma de hacer turismo rural

La explotación del entorno rural para desarrollar actividades turísticas actualmente desarrolla un crecimiento relevante y significativo, generando un interés particular en diferentes escenarios. Según Bardon, (1990) señaló que “el turismo rural es un concepto muy amplio que incluye tanto el agroturismo o agroturismo, como cualquier actividad turística. No se realiza otro calendario en las zonas rurales” (pág. 68).

Así mismo, Blanco & Benaya, (1994) lo presentan como “aquellas actividades recreativas y turísticas que se realizan en el medio rural y en la naturaleza incluyendo, por tanto, todas las formas de turismo asociadas a dichos términos ecoturismo, agroturismo, turismo cultural, turismo de aventura, turismo deportivo” (p. 128).

Según Gilbert (1992), “el turismo rural, ya sea en áreas agrícolas o naturales escasamente pobladas, consiste en viajes y alojamiento” (p. 123). Por lo expuesto anteriormente el turismo rural, que se podría ubicar en los definidos como turismo alternativo o innovación en la oferta de productos turísticos, es una manera de hacer turismo expresamente determinada por medios ambientales. Debido a que la mentalidad ecológica que apenas está en desarrollo en el sistema social apertura la presencia de consumidores que demandan una

alternativa que genere una propuesta distinta en relación al disfrute del espacio libre en la jornada y disfrute con la familia.

Mas, sin embargo, aún es un tipo de turismo a baja escala, pero con tendencia al crecimiento, por lo que podría llegar a convertirse en una práctica de masas que se posicione en el mercado hasta el punto de sustituir la actual practica de turismo (Kieffe, 2018). Como todo este producto turístico, se desarrolla atravesando un proceso en el cual, adquiere cada vez mayor solidez y estabilidad en el área donde se desarrolla. Pero debe mantenerse en una constante reorientación que permita la adaptación en las nuevas circunstancias del mercado. No generando una transformación radical de la oferta actual, sino, fortaleciendo las tendencias a la conservación del ambiente, la mínima intervención del ser humano para no afectar la biosfera del entorno, a fin de promover elementos que sean determinantes y generen valor agregado a la propuesta.

Además, hay que considerar que este tipo de oferta posee un producto diferente por los diversos elementos que le caracterizan, como son la satisfacción de los requerimientos del ser humano mediante la intervención activa en la elaboración de alimentos, por lo que permite que el turista desarrolle la experiencia de no solo elaborar alimentos sino adentrarse en la cotidianidad de una familia de campo, por lo que este aspecto no es un elemento que motive a todos los turistas a desarrollarlo por no considerarlo interesante, pues está orientado solo para aquellos que estén enfocados hacia el descanso y la vivencia de nuevas experiencias; siendo en este caso la segunda característica la generación de datos en relación a la dinámica de producción agrícola, pues este tipo de turismo, genera la experiencia que impacta en los recuerdos de las personas, el medio rural, así como las costumbres y cultura.

Una tercera característica, es la satisfacción de necesidades emocionales, como el estar abierto al contacto con la naturaleza, así como experimentar los sublimes momentos de silencio, vivir en un ambiente rustico, así como los sonidos propios del ambiente que le rodea. Pero en muchas ofertas este tipo de características son omitidas, por lo que estas

circunstancias son determinantes para desarrollar una serie de aspectos que se adapten a los que participan en este segmento, donde se incluyen el diseño de planes de marketing por parte de los entes que integran este sector a razón tanto públicas como privadas para ofrecer una correcta orientación hacia lo que realmente debe contener la oferta turística y generar una percepción clara entre lo que se oferta y lo que el turista realmente espera (De Sousa & Tissiane, 2019).

También, se debe considerar la intervención de los sectores públicos y privados ambos desde las perspectivas en que los intereses particulares de cada sector contienen dentro del turismo rural, siendo mayor la participación por parte del Estado, por la facultad que posee en la relación a la parametrización de las tareas desarrolladas en el campo en referencia a la protección y conservación del ambiente, por lo que las empresas privadas deben orientarse en concordancia con lo antes expuesto a razón de mantener el cumplimiento del marco legal establecido. Es por esto importante que no solo el turista sino además la sociedad en general conozca todos los datos referentes al turismo rural y de esta forma se contextualiza que el disfrute genera no solamente derechos sino, además deberes con la naturaleza y la protección de la misma.

Por lo que, en el Ecuador, por lo que plantea en estudios realizados por el Ministerio de Turismo del Ecuador (M.I.N.T.U.R., 2019) el turismo rural ecuatoriano se apertura en el año de 1986, para todas aquellas instalaciones que se encuentran en condiciones de cumplir con la normativa de establecimientos, originando un aumento progresivo y sostenido en los años 2000 al 2001, lo que de forma automática se transforma en incremento de ingresos para la zona. Esto se origina como alternativa a solventar la situación económica del sector agropecuario y la tendencia a nuevos gustos por parte de los habitantes de la urbe, motivado al incremento demográfico y económico de estas zonas.

Ecuador es un país de reciente desarrollo en cuanto al turismo rural, pues en el año 2003 solicitó a la Organización Mundial del Turismo (O.M.T., 2003) una emisión para definir un programa de turismo rural, mediante el informe denominado bases para el desarrollo del turismo rural en el país y el PLANDETUR donde señala la posibilidad de uso de instalaciones rurales para ser orientadas en el desarrollo turístico, lo que se proyecta como una herramienta alternativa para solventar los requerimientos de ingresos, con la premisa de la protección de la naturaleza, así como el incremento de requerimiento de personal para solucionar la nueva dinámica que se activa con este proceso (M.I.N.T.U.R., 2019)

Las tendencias de recreación generan un giro significativo por parte de las personas que habitan en zonas urbanas hacia las zonas rurales, a razón de vivir experiencias únicas que en la cotidianidad no es posible. Por lo que la zona del campo se encuentra con más frecuencia como destino preferido a los turistas no solo del país sino además de los del extranjero. Esta preferencia es por el disfrute de los paisajes, productos, historia y cultura que ofrece la zona, con la finalidad de recreación, descanso en las áreas al aire libre, residencias, elaboración de artesanías, experimentar las faenas diarias de la producción en el campo y los animales, transmitiendo el bienestar que este tipo de vida ofrece, sin afectar el medio ambiente (García, 2013).

Como se puede evidenciar, es notable la diversidad en la oferta turística que facilitan las haciendas turísticas en el Ecuador, ubicadas entre 2.600 a 4.200 metros sobre el nivel del mar en el callejón interandino. En este sentido es importante resaltar las diversas zonas que poseen este tipo de actividad, en la actualidad se sustentan mediante este tipo de práctica, complementando la economía de las comunidades lo que garantiza la apertura en la diversidad en las fuentes de ingreso generando liquidez de forma directa no solo a los operadores turísticos, incluye a los propietarios de las instalaciones y los comercios de la zona pues todos se dinamizan en el marco de esta demanda. Ya que un grupo comunitario que gestione de manera exitosa el turismo posee motivación, capital social sólido, proyección a largo plazo,

excelente organización, alto nivel en la solución de contrariedades, liderazgo sano, elevado sentido de la pertenencia y del trabajo en equipo (Ramos, 2018).

Este tipo de turismo y además asistencia en el alojamiento en el país ha tenido obstáculos para posicionarse en el mercado turístico, pese a ello, un grupo de personas que desarrollan actividades de agricultura en la sierra ecuatoriana consolidaron la asociación de haciendas turísticas desde el punto de vista legal (Rodas et al., 2019) además se encuentran orientados hacia la alianza estratégica con otras provincias del país y de esta forma ofrecer una mejor y amplio servicio que se interesen en conocer la riqueza ecológica, agrícola y ganadera con la idea de unir y conformarse como una asociación para convertirse en un gran centro a nivel tanto del país como el resto del mundo, por lo cual los socios han creado con éxito fuentes de empleo e ingresos que hoy se han duplicado en las diferentes actividades dentro de cada uno establecimiento.

Esta asociación se dedica a actividades de fomento del turismo que surge de gestiones comerciales en el año 2007, como una organización que estimula la participación de la comunidad en general, realizando aportes desde la capacidad individual a razón de promover y estimular el turismo de la comunidad en las zonas rurales del país, ofreciendo recreación y alojamiento en las diversas haciendas turísticas que poseen para desarrollar este tipo de actividad. Donde la recreación y el disfrute se genere fuera del entorno habitual del individuo, por lo que el enfoque es hacia el desarrollo de una propuesta que genere una nueva perspectiva siendo una condición adicional que revaloriza la oferta turística la interacción con el medio ambiente.

Haciendas turísticas en Cotopaxi, una oferta de turismo rural

Las instalaciones turísticas vigilan el enriquecimiento y mejora de las ofertas ofrecidas brindando una gama de servicios básicos y complementarios para satisfacer las necesidades de los visitantes bajo estándares de calidad regulados por organismos nacionales e internacionales que promueven las estancias turísticas siendo un lugar necesario para formar

un servicio único y óptimo en la estadía del visitante de forma cómoda que satisfaga sus necesidades.

Actualmente se encuentran registrados en la provincia de Cotopaxi alrededor de 100 alojamientos obtenidos a través del portal del (M.I.N.T.U.R., 2019) , los cuales se encuentran divididos en los siete cantones de la provincia: La mana alrededor de 14 alojamientos con 373 habitaciones, Latacunga alrededor de 54 alojamientos con 948 habitaciones, Pangua 2 alojamientos con 40 habitaciones, Pujilí 11 alojamientos con 123 habitaciones, Salcedo 6 alojamientos con 121 habitaciones, Saquisilí 2 alojamientos con 28 habitaciones y finalmente el cantón Sigchos 11 alojamientos con 145 habitaciones.

Por consiguiente, los diferentes cantones de la provincia de Cotopaxi constan con alojamientos extra hoteleros pertenecientes a la clasificación de Hosterías como: la mana con 3 alojamientos teniendo la categoría de tres estrellas con un total de 45 habitaciones, Latacunga con 3 alojamientos teniendo la categoría de tres estrellas con un total de 45 habitaciones, Pujilí con 5 alojamientos teniendo la categoría de tres estrellas con un total de 63 habitaciones, Salcedo con 4 alojamientos teniendo la categoría de una y tres estrellas con un total de 91 habitaciones, Saquisilí con 1 alojamiento teniendo la categoría de tres estrellas con un total de 10 habitaciones y finalmente Sigchos con 3 alojamientos teniendo la categoría de una y dos estrellas con un total de 56 habitaciones.

Por tanto, según el Reglamento de Alojamientos Turísticos del Ecuador, son “aquellas situadas en reservas naturales y dotadas de establecimientos que, según la categoría, ofrezcan servicios de alojamiento en habitaciones privadas con baño y aseos privados y/o compartidos. áreas pobladas, cuya construcción puede tener valor genético, histórico y cultural, tales como siembra, jardinería ecológica, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vínculos comunitarios, etc.”

A partir de esta definición se encuentran registradas 2 haciendas turísticas ubicadas en la provincia de Cotopaxi (MINTUR, catastro de alojamientos turísticos 2021), las cuales

cumplen con los requisitos necesarios para hacerlas, pero no solo basta contar con estas haciendas por ende se ha tenido que realizar una investigación para saber el número exacto de haciendas que son turísticas, teniendo como antecedente la investigación de (Molina & Pallo, 2021) que realizan un catastro de haciendas turísticas por categoría: patrimoniales y turísticas patrimoniales.

Los establecimientos de alojamiento turístico que se encuentran registrados en Cotopaxi son un total de 11 haciendas turísticas patrimoniales las mismas que cuentan con servicios y actividades, además de su importancia histórica y su valor patrimonial, aportando de esta manera al desarrollo del turismo rural de la provincia siendo un servicio necesario para el turista, debido a que se mantiene en constante movimiento de un lugar a otro dentro de un determinado tiempo, interviniendo ahí el servicio de alojamiento donde el turista puede buscar hospedajes de acuerdo a sus gustos y preferencias.

En la siguiente tabla se muestran la clasificación de las haciendas turísticas por cantones de la provincia de Cotopaxi, las cuales han sido verificados mediante llamadas telefónicas con los dueños de estos establecimientos dando constancia de que se encuentran hasta la actualidad brindando el servicio turístico a los visitantes nacionales y extranjeros.

Tabla 1

Catastro de haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi

Cantón	Hacienda	Tipo de Hacienda	Descripción	
			Patrimonial	Turística
Latacunga	San Joaquín	Hacienda Turística	Debido a que su edificación donde guarda antecedentes históricos y en su interior conservan objetos que	Ofrece los servicios de alojamiento y alimentación, conjuntamente con

Cantón	Hacienda	Tipo de Hacienda	Descripción	
			Patrimonial	Turística
			representan la cultura andina.	actividades como el ciclismo de montaña.
				Ofrece los servicios de
			Por su construcción que presenta tres estilos arquitectónicos (Inca Imperial, Español Colonial y Republicano), cada uno de ellos con una conservación entre optima y buena.	alojamiento, alimentación y guía, conjuntamente con actividades de: cabalgata, ciclismo de montaña, trekking, caminata, avistamiento de aves y visita al ordeño.
	Hacienda San Agustín de Callo	Hacienda Turística		
			Posee una construcción con más de 400 años de construcción, además de que posee conservación y la integración con el entorno, y su arquitectura.	Ofrece servicios de alimentación y guía, conjuntamente con actividades de: cabalgata, caminata, camping, avistamiento de aves, visita al ordeño.
	Hacienda Tambo Mulaló	Hacienda Turística		
			Posee el estilo de su construcción y su estado de concepción,	Ofrece servicios de alojamiento y alimentación,
	Hacienda Hato Verde	Hacienda Turística		

Cantón	Hacienda	Tipo de Hacienda	Descripción	
			Patrimonial	Turística
			pues los materiales que hasta la actualidad se puede observar se han recogido de lugares como las piedras volcánicas o las tejas y sillares desde las canteras de Pujilí.	conjuntamente con actividades de: cabalgata, ciclismo de montaña, caminata y avistamiento de aves
	Hacienda la Ciénega	Hacienda Turística	Posee un valor histórico que, además de su integración con el entorno que la rodea, así como también por la antigüedad de su construcción	Ofrece servicios de alojamiento y alimentación, conjuntamente con actividades de: cabalgata, ciclismo de montaña, trekking, camping, avistamiento de aves y vida al ordeño.
	Hacienda La Calera	Ninguna	Debido a que gran parte de la construcción ha sido refaccionada por otros materiales perdiendo así su valor	No ofrece ningún servicio y actividad.

Cantón	Hacienda	Tipo de Hacienda	Descripción	
			Patrimonial	Turística
			arquitectónico y por otro lado el estado de conservación no es el óptimo	
	Hacienda Cuchitingue	Ninguna	Debido a que no presenta una correcta conservación de la construcción, y no ha sido parte de un hecho histórico de importancia	No ofrece ningún servicio y actividad.
	Hacienda Tilipulo	Hacienda Turística	Posee una historia, además de haber formado parte de la independencia de varias ciudades, así como también por su arquitectura, su capilla, reloj solar.	Ofrece servicios de guianza conjuntamente con actividades de: trekking, camping, caminata y avistamiento de aves.
Salcedo	Hacienda Nagsiche	Hacienda Turística	Posee una construcción que se encuentra muy bien conservada, y por otro lado se busca salvaguardar cada uno	Ofrece servicios de: alojamiento alimentación, guianza y transporte, conjuntamente con

Cantón	Hacienda	Tipo de Hacienda	Descripción	
			Patrimonial	Turística
			de sus legados y rasgos históricos con los que cuenta	actividades de: cabalgata, caminata, trekking, camping, avistamiento de aves, visita al ordeño y paseo en carreta.
	Hacienda La Campana	Patrimonial	Debido a los años de antigüedad que esta posee, pese a que su estado de conservación no es el óptimo.	No ofrece ningún servicio y actividad.
Pujilí	Hacia Posada de Tigua	Hacienda Turística	Debido a su antigüedad y la conservación de la construcción.	Ofrece servicios de: alojamiento y alimentación, conjuntamente con actividades de: cabalgata, ciclismo de montaña, trekking, caminata, escalada, avistamiento de aves, visita al ordeño y paseo en carreta.

Cantón	Hacienda	Tipo de Hacienda	Descripción	
			Patrimonial	Turística
La Maná	Hacienda San Vicente	Hacienda Turística	Posee un gran valor histórico y se encuentra en buen estado de conservación, así como también no altera su entorno.	Ofrece servicios de: alojamiento, alimentación y guianza, conjuntamente con actividades de: cabalgata, trekking, caminata, avistamiento de aves y visita al ordeño
	Hacienda Las Colinas	Hacienda Pre-Turística	No posee aspectos patrimoniales y su edificación actual.	Ofrece servicios de: alojamiento y alimentación, conjuntamente con actividades de: ciclismo de montaña, trekking, caminata, camping y avistamiento de aves.
Sigchos	Hacienda San José	Hacienda Turística	Posee una edificación de estilo colonial, se encuentra en un excelente estado de conservación y se	Ofrece servicios de: alojamiento alimentación y guianza conjuntamente con actividades de: cabalgata, ciclismo de

Cantón	Hacienda	Tipo de Hacienda	Descripción	
			Patrimonial	Turística
			integra armoniosamente con su entorno.	montaña, trekking, caminata, avistamiento de aves y visita al ordeño.
			Debido a que no presenta una correcta conservación de la construcción, y no ha sido parte de un hecho histórico de importancia	
Saquisilí	Hacienda La Merced	Ninguna	No posee aspectos patrimoniales	No ofrece ningún servicio y actividad.
	Hacienda Buen Día	Ninguna		No ofrece ningún servicio y actividad.

Nota. Esta tabla muestra el listado de las haciendas por su valor patrimonial y turístico distribuidas en cada cantón de la provincia de Cotopaxi.

Recreación y estancia en haciendas turísticas

El ser humano es un ente bio-psico-socio-histórico, como como individuo que reacciona, conoce y aprende tiene la capacidad de manifestar en el pensamiento el entorno que le rodea donde el participa, modifica según la percepción y la realidad según la conveniencia. Este cambio se sustenta en el avance de los conflictos y la superación de intereses, requerimientos y la forma de satisfacerlas mediante el ciclo de generación de valor, en esta dinámica son de relevancia las necesidades, en este sentido, la recreación es considerada una exigencia social, psicológica y cultural, la cual, debe ser satisfecha mediante acciones que perfilan características específicas como formar parte de la experiencia, el manejo de una información

que desarrolla una historia, durante el tiempo disponible que posee el consumidor, la posibilidad de libertad de selección, con un enfoque variado según la motivación del individuo. En este sentido, la recreación es una serie de actividades mediante el cual el ser humano obtiene alteraciones en la conducta, obrar, pensar y sentir (Peñaranda & Velazco, 2017).

La recreación turística se desarrolla en contextos, hoteleros, empresariales o al aire libre, desarrollando actividades que contribuyan al desarrollo del ser humano (Riera, 2018). Estas actividades se pueden considerar en el cumplimiento de ciertos elementos como la libertad, debido a la carencia de restricciones que el individuo experimenta lo que hace que el nivel de presión o exigencia sea casi nulo; el placer es otro elemento que interviene en el desarrollo de esta dinámica, debido a la ejecución de actividades que son seleccionadas por el turista en perspectiva del disfrute generando sensaciones únicas que llevan a generar esta sensación; así mismo cumple con una tarea formativa, debido a la adquisición de conocimientos e información que el individuo desconoce, y este se perfila en alta o baja intensidad de contenido según lo el tipo de intención con la que se desarrolla la actividad, por lo antes expuesto todas estas características se podrían contextualizar en el turismo rural.

Dentro del contexto de análisis las haciendas turísticas son apreciadas por atractivos turísticos rurales que ofrecen tranquilidad como la conexión con la naturaleza y magnificencia del contenido histórico auténtico, pues son una representación simbólico cultural y física sobre la historia de un país desde los inicios hasta el legado actual; por lo que, mencionando un breve referencial de los orígenes de estas, las haciendas en la sierra ecuatoriana, se inician como resultado de la producción agrícola y comercial de las provincias del centro y norte durante el periodo colonial español, vía Colombia, así como Guayaquil, Quito y Tulcán que orienta la compra y arrendamiento de tierras y terratenientes (Segovia, 2018) lo que aloja un alto contenido de patrimonio histórico cultural que genera un valor agregado al atractivo natural que constituye la zona.

Como se expone el patrimonio se encuentra constituido por diversas interacciones, como es el caso específico de instalaciones rurales donde esta simbiosis natural y cultural permite desarrollar un recurso con gran valor histórico, social y cultural, considerando que la herencia natural se materializa en contexto físico donde el individuo ha presentado un legado el cual determinó un aporte (Ayuso et al., 2019). Como herencia cultural del pasado donde solo la sociedad atribuye el valor según el momento de la historia representado en el lugar.

En el sentido turístico, existe una fusión del patrimonio de la naturaleza y la cultura, que genera una relación con el turismo, con tal fuerza que hasta se podría hablar de una nueva industria del patrimonio. Además de que, este tipo ha representado un rol de dinamización socioeconómica en los últimos años, siendo un pionero para el desarrollo local de las comunidades (Segovia, 2018). Bajo esta premisa, es posible visualizar que existen nuevos enfoques de alternativas óptimas para el estímulo del turismo rural basado en el valor cultural, pero para esto es importante determinar el valor histórico cultural de los diferentes elementos que forman parte de la diversificación del turismo rural, entre estos como se menciona en el Plan Nacional de Turismo 2030, diseñado por (M.I.N.T.U.R., 2020) se considera a las antiguas haciendas establecimientos turísticos que se encuentran normados y categorizados tanto los servicios como las actividades en el Reglamento de Alojamiento Turístico emitido el 24 de marzo del 2015.

Cuyo objetivo principal es la regulación de la actividad turística de alojamiento, donde se expresan las obligaciones y derechos tanto de los huéspedes como de los establecimientos de alojamiento turístico, además de la normalización del registro inspección e identificación, del procedimiento para otorgar la licencia para el establecimiento, así como la clasificación y categorización de las empresas y las diferentes modalidades en la oferta de alojamiento turístico, a razón de delimitar claramente los márgenes de acción de las entidades que prestan

el servicio y de esta manera garantizar el orden, control y correcta planificación dentro del sector.

La oferta turística presenta el atractivo natural de la zona con vegetación según la época del año, disfrute del clima propio de la sierra ecuatoriana, gastronomía típica la cual puede ser elaborada por los propios turistas, mediante la experiencia culinaria y conservando las tradiciones de la zona; así como comida e internacional, cabalgatas, visita de sembradíos, criadero de animales, elaboración de alimentos apegados a las antiguas tradiciones según la cultura que este ubicada en el área, caminatas guiadas, participación en las actividades de los residentes como parte de la experiencia turística, contacto directo con la tierra, seguridad y disfrute de los atractivos de forma exclusiva, senderismo, paseos en bicicleta, ordeño de vacas, de igual manera, ofrece diversas formas del alojamiento según el requerimiento del turista.

Servicios turísticos en alojamientos rurales

Según lo establece la normativa el alojamiento turístico que cuente con la estructura física acorde para genera la oferta de conforme a la categoría son localizadas dentro de los paisajes naturales o áreas cercas a centros poblados (MINTUR, 2016), son los considerados como alojamiento rural, debido a que también la estructura física puede tener bienes de patrimonio que ofrecen valor agregado para aquellos turistas que se interesan o que se motivan por este tipo de actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, aspectos culturales y patrimoniales relacionado con la comunidad local entre otras; permite el disfrute en contacto con el medio para la correcta alimentación de alimentos y bebidas, sin que esto sea limitante para proporcionar de manera adicional servicios complementarios, con un mínimo de cinco habitaciones.

Este es uno de los elementos que mayor valor agregado ofrece pues el cliente siempre está orientado a la vivencia de una experiencia única, sin abandonar la comodidad que una propuesta de alojamiento debe aportar, es por ello que la oferta de alojamiento turístico es muy

variada y está supeditada a lo que tenga el cliente como objetivo y la capacidad monetaria para adquirirlo, además del lugar donde se encuentre el destino turístico. En este sentido las haciendas rurales en el Ecuador son una propuesta efectiva para este tipo de turismo, pues al ofrecer la comodidad, el diseño arquitectónico y el peso histórico se encuentran ubicadas en zonas donde la naturaleza se demuestra en todo el esplendor posible.

Según (M.I.N.T.U.R., 2016) dentro de los servicios turísticos los alojamientos rurales deben presentar, servicios y accesorios de limpieza y cuidado personal, áreas de uso común, áreas deportivas, botiquín de primeros auxilios, acceso a internet, centro de negocios, frigobar, habitaciones según la capacidad de la estructura física, que van desde habitaciones sencillas hasta habitaciones compartidas quintuples, suites bien sea junior o normal, además la oferta puede tener el paquete todo incluido que facilita un solo pago para el disfrute de todas la oferta turística del hotel. Por lo que la oferta turística varía según la capacidad de las instalaciones y la categorización según la entidad que norma esta característica.

De esta manera en el Ecuador se han estructurado un plan de promoción turística donde se presenta diferentes rutas alternas para que visiten y conozcan las haciendas turísticas.

Tabla 2

Distribución de alojamientos turísticos rurales en el Ecuador

Rutas	Provincias
Ruta Nro. 1	Cotopaxi Tungurahua Chimborazo
Ruta Nro. 2	Pastaza Morona Santiago
Ruta Nro. 3	Guayas Azuay Cañar

Nota. Esta tabla muestra la distribución de rutas de los alojamientos turísticos rurales en el Ecuador dividido en las diferentes provincias. Recuperado de (M.I.N.T.U.R., 2020)

En estas zonas se desarrollan servicios de alojamiento en el marco del cumplimiento de lo norma establecida por el Estado ecuatoriano, previamente expuesta. Convirtiendo el hospedaje en una única experiencia por el complemento que ofrecen las actividades turísticas en este entorno rural.

Actividades turísticas del turismo rural

Siendo la actividad turística, todo aquello que el turista desarrolla bien sea para realizar deportes, aprender, conocer, disfrutar, en este sentido se presentan la Tabla 2, la cual, describe modalidades, categorías y actividades turísticas de forma detallada.

Tabla 3

Actividades turísticas del turismo rural

Modalidad	Categoría	Actividad
Turismo tradicional	Relacionadas con el sol y la playa	Visitas aglomeradas en playas Prácticas de esquí paseo en moto, actividades acuáticas en complejos turísticos
	Actividades culturales en grandes ciudades	Visitas a sitios históricos en grandes ciudades Visitas a eventos musicales, concursos o ferias en grandes ciudades.
	Otras actividades de esparcimiento en lugares con lujosa infraestructura	Disfrute de visitas a restaurantes lujosos, discotecas, casinos,

Modalidad	Categoría	Actividad	
Turismo alternativo	Ecoturismo	Talleres de educación ambiental	
		Senderismo interpretativo	
		Observación sideral	
		Rescate y observación de flora y fauna	
		Observación de ecosistemas	
		Observación geológica	
			Observación de atractivos naturales
	Turismo de Aventura	Montañismo	
		Rapel	
		Cabalgata	
Escalada			
Ciclismo de montaña			
		Caminata	
Turismo rural		Talleres artesanales	
		Etnoturismo	
		Eco arqueología	
		Agroturismo	
		Preparación y uso de medicina tradicional	
		Talleres y disfrute gastronómico	
		Fotografía rural	
		Aprendizaje de dialectos	
		Vivencias místicas	

Nota. Esta tabla muestra las modalidades, categorías y actividades turísticas que se desarrollan entorno al turismo rural en el Ecuador. Recuperado de (Ivanova & Ibáñez, 2017)

Por lo antes expuesto es importante señalar que se presentó toda la información referente al tema incluyendo modalidades y categorías que no son foco de este estudio, debido a que mediante este documento se exponen claramente cada una de ellas integrándose en cada una y permite delimitar claramente al turismo rural y cada una de las actividades que se perfilan. Según la oferta presentada por (M.I.N.T.U.R., 2021) este coincide claramente con la tabla previamente presentada. Mas, sin embargo, es importante señalar la innovación en la oferta para de esta manera generar la atención del turista es por ello relevante la percepción del mismo a razón de alinearse propiamente con los requerimientos de este.

Las ventajas que algunos territorios presentan se deben a las características que ofrece el potencial rural referente a la capacidad productiva lo que genera una ampliación en las actividades rurales agrícolas tradicionales. Según Barrera, (2017) señala que “algunas actividades en el marco de pluriactividad rural en Europa, donde nace el modelo de la multifuncionalidad” (p92) , se vienen realizando:

- i. Actividades parcialmente agrícolas en específico la comercialización de productos originarios del predio generando valor agregado a la propuesta de experiencia turística y culinaria.
- ii. La recreación y el turismo, sustentado en los recursos que posee el establecimiento, considerando deportes extremos, deportes de desarrollo en la naturaleza.
- iii. Alianzas estratégicas con entidades para la protección del paisaje, generación de energía eólica.
- iv. Otro tipo de actividades que generen incremento en el empleo de los habitantes de la zona que no solo participa en las gestiones de agricultura, sino que, además, forme parte de la dinámica del turismo.

En este sentido es importante resaltar, los beneficios que las actividades turísticas rurales pueden presentar, inicialmente el primer beneficiado es el turista que decide alejarse del ruido, pocas oportunidades de un verdadero descanso, la dinámica en que se desarrolla la vida en la rapidez requerida para solventar situaciones, todo esto acumulado genera un impacto negativo tanto físico como emocional en el mismo (Goeldner & Brend, 2019); y al desarrollar cada una de las actividades que presenta la oferta turística el individuo le genera la posibilidad de restaurar el estado psicológico por la exposición prolongada a experiencias negativas, ira, miedo, mal humor minimizando la capacidad de respuesta en el trabajo, además de afectar el entorno social. Lo que origina nuevas experiencias e impresiones alejado del entorno habitual.

Además, a nivel socioeconómico no solo para el Estado por la captación de impuestos, también a nivel local y regional, generando oportunidades de empleo calificado y no calificado, origina igualmente, un conjunto de divisas representativo, incrementando los ingresos así como el producto interno bruto, desarrolla la infraestructura que estimula el desarrollo del comercio local y nacional, diversifica la economía, posee un alto poder multiplicador, amplía conocimientos educativos y culturales, eliminando barreras a nivel de lenguaje, cultural, social, racial, políticas y religiosas; en relación al sector ambiente las acciones que se generen en base al turismo rural pueden realizar un efecto multiplicador, mediante la siembra de árboles y el rescate de fauna por parte de los turistas, como parte de la mano de obra bien orientada al beneficio de la naturaleza, motiva al preservación del patrimonio ambiental de la zona, sustenta la mejora y protección del área, estimula el entendimiento a nivel global.

Turista y su percepción del mundo rural

El turismo busca generar nuevas experiencias, es por ello requerido conocer la percepción de los turistas durante su visita o estadía en las haciendas turísticas. Según los autores (Rivera et al., 2020) menciona que la expectativa es la experiencia a lo que los consumidores responden con sus vivencias como las buenas experiencias que promoverán la absorción de estímulos productivos mientras que las malas experiencias producirán que sean

rechazados y no vuelvan a visitar ni conocer un lugar donde la experiencia no fue la deseada ni la que tenían en mente” (p. 34). El sentido visual para los turistas está orientado hacia la información sensitiva, que se origina del atractivo que se consolidan con experiencia previas que contribuyen a afianzar lo vivido dentro de los diferentes lugares que compartieron durante sus visitas

Por ende, la percepción del turista, es de gran importancia, ya que la primera impresión que se lleven será la imagen del destino turístico, enfocándose en la seguridad, accesibilidad, precios y calidad del servicio, es decir, con un criterio positivo o negativo que tenga el turista, ayudará a mejorar la gestión del atractivo y de esta manera deseen volver a visitar el lugar. Ya que Sánchez, (2017) considera que la percepción del turismo “no es un proceso lineal del estímulo y respuesta de un sujeto pasivo, es una serie de procesos en constante interacción, el turista y la sociedad tienen un papel muy activo en la conformación de percepciones particulares cada grupo social” (p. 10).

De igual forma, se genera como un proceso de conocimiento del consciente el cual, se sintetiza en el reconocimiento, interpretación y significancia en la construcción de la percepción de juicios en relación a las impresiones generadas en el entorno en relación a la experiencia, en la que participan otros procesos psíquicos como el conocimiento, la retentiva y la representación física (Márquez & Sánchez, 2017). Cada actividad desarrollada por el turista posee significativa influencia en los estímulos que se originan por medio de la visualización de un destino, ya que esto le motiva a determinarlo como beneficioso o perjudicial.

El individuo genera estímulos mediante los sentidos. Que generan a la vez una respuesta inmediata bien sea emocional o psicológica en concordancia con los hechos en que se encuentre, el sentido de la vista le permite generar una interpretación del mundo que le rodea, desde la perspectiva turística se capta el paisaje de un destino; proporcionando al turista una cuantiosa información de alta calidad en relación con el destino o paisajes turísticos que

este observa ofreciéndole al cerebro más datos que otros sentidos, por los detalles en relación al entorno y colores (Braidot, 2019).

Con respecto al sentido del olfato, toma intervención en una proporción significativa de las emociones originadas por el turista, por lo que los olores agradables percibidos estimulan el área de los lóbulos frontales, mientras que los olores desagradables generan estimulación en las amígdalas y la corteza de los lóbulos temporales. De igual forma en conjunto con el gusto este sentido interviene de manera significativa para que de esta forma se genere el diseño de la imagen de algunas vivencias de la actividad turística (Izaguirre, 2012). Así también, el sentido del tacto ofrece al turista la posibilidad de valorar las sensaciones y descubrir por el mismo el medio en que se encuentra, lo que puede influir en la decisión de compra del individuo, así como la participación en la negociación y más aún cuando el ambiente es gratificante para el turista, por lo que no debe existir contradicción entre lo que siente y visualiza la persona, por lo que este sentido influye en todos los elementos representativos en la dinámica de la gestión turística debido a que representa una percepción elevada del medio en que se encuentra.

Para la elaboración de la experiencia turística el sentido del oído contribuye de forma significativa, el sonido que acompañe la experiencia con el resto de los sentidos puede generar placer o malestar, lo que significa un momento de decisión importante, esto disminuye la emisión de serotonina en el cerebro por lo que podría originar depresión, agresividad o felicidad (Braidot, 2019). Es por ello que las actividades turísticas en el turismo rural deben contener motivación física para de esta manera generar la reducción de la fatiga mediante la ejecución de una actividad física que permita al cuerpo aligerar todas las tensiones, además deben generar motivación cultural son un ingrediente principal en este tipo de actividad promoviendo la variedad y valiosa información en relación a la región que se visita de la arquitectura, cultura e historia, también la motivación social que fomenta entre los que participan la interacción con otras personas e intercambiar impresiones y compartir las experiencias; la motivación por el

cambio de ambiente, esto lo genera la oferta turística mediante un debido plan de marketing que expone cada una de las actividades a desarrollar y la garantía de vivir experiencias únicas, en cuanto a la generación de placer en todos los sentidos que en el ambiente rutinario no las podría vivir; otro elemento que debe poseer la actividad turística rural es la generación de prestigio al edificar dentro del marco de la realidad, el contexto del desarrollo de las actividades, lo que al mismo tiempo garantiza la motivación al entretenimiento

La percepción se transporta a la experiencia, y que el individuo genera una reacción por lo que una experiencia agradable optimizará la percepción de los sentidos y elevará la recepción de los estímulos, por lo que, si se desarrolla un escenario desfavorable, esta información será rechazada (Rivera et al., 2020). En el artículo “La percepción de los cruceristas estadounidenses sobre el servicio turístico de calidad ofrecido por los guías de turista en Maztlan” explica que la realidad no es percibida en otras palabras, todos pueden ver, pero no todos ven lo mismo, ya que la percepción está influenciada por la cultura de cada individuo (Sánchez, 2017)

En vista de lo ya mencionado, para analizar la percepción que tiene el turista durante la estadía o visita en las haciendas turísticas, será fácil realizar al momento que han consumido el servicio de esta manera se evidenciará el grado de satisfacción que tenga la persona y por ende conocer la opinión acerca de los servicios brindados en las haciendas turísticas. Existe cierto grado de dificultad al momento de considerar una valoración referente a la calidad de los servicios debido a los diferentes criterios y expectativa que tiene cada individuo. Por esta razón, es fácil medir la calidad de los servicios cuando los turistas ya los han consumido, es decir al momento de hacer uso de un servicio turístico se puede evidenciar el grado de satisfacción y a su vez conocer la opinión que tiene los visitantes sobre los servicios (Kim & Morrison, 2017).

Percepción de los servicios

Desde los orígenes de la civilización los seres humanos se han motivado al desarrollo de procesos de determinación de la calidad, evidenciándose en la segmentación de los niveles

de productos o servicios basados en esta variable, por lo que se puede observar en la actualidad que este elemento prevalece en el criterio del consumidor. Siendo la presentación de productos o servicios de calidad un elemento que beneficia altamente a todos los que participan en esta dinámica, permitiendo así la fidelización del cliente, el posicionamiento de la marca, la recomendación que permite incrementar la cartera de clientes. Y si se realiza por medio de la percepción y expectativas de los propios clientes origina un mayor beneficio (Zeitham y otros, 2019).

Mas, sin embargo, el caso específico del servicio es altamente complejo el proceso de análisis, evaluación, y control esto corresponde a las diversas características, entre las que destaca intangibilidad debido a que no se pueden almacenar ni transportar, no existe transferencia de propiedad o pertenencia por lo que no se puede patentar, heterogeneidad considerando que el trance percibido por el visitante es elevado, inseparabilidad debido a que se encuentran fusionados producción, distribución y consumo y el servicio turístico que se perfila según lo que se consideran alojamiento, restauración, guía e interpretación natural o histórica cultural, transporte, actividades recreativas culturales, deportivas y de aventura (Maldona & Hernandez, 2017).

La calidad de los servicios turísticos es la oferta que esperan los clientes con bienes de consumo básicos, que es entrega y consumo simultáneos mientras que en el turismo, los resultados de la evaluación del servicio son fundamentales porque las percepciones de los turistas difieren según sus características socioeconómicas o culturales. En un estudio realizado por (Castellucci, 2019) se entiende que los turistas han aumentado las exigencias en cuanto a los aspectos cualitativos y cuantitativos de los servicios dentro de los atractivos turísticos. Por esta razón, los destinos turísticos deben analizar la competitividad en relación a la calidad de los servicios que otros entes ofertan.

Para abordar la problemática que enfrenta la calidad en el turismo es importante tener en cuenta la satisfacción de los turistas en relación con el destino turístico y por otra parte

analizar el desarrollo sostenible de las comunidades o sociedades, ya que, forman parte de la calidad global. Para combatir los impactos negativos causados por el aumento de la actividad turística, es importante conocer las percepciones y expectativas de los visitantes sobre los lugares, ya que la creación de sistemas de calidad puede ayudar a garantizar la seguridad de los turistas dentro de los atractivos y recursos turísticos.

Por lo que (Lopez & Arcila, 2014) desarrollaron un estudio que analizó variables significativas como la fidelización de los turistas a la región, con el fin de conocer el número de veces que lo han visitado, con quien realizan el viaje, si lo hacen solos, o con familiares o amigos, la razón por la cual visitan la región. Para caracterizar a los turistas se determinó su edad, nivel de aprendizaje, situación laboral y lugar de procedencia. En cuanto a las percepciones de los turistas sobre los servicios e infraestructuras turísticas, se valoraron los siguientes aspectos: accesibilidad de las vías, señalización de los servicios, limpieza de los atractivos, precio de los servicios, calidad de la restauración, expectativas, percepciones de los turistas Nivel de satisfacción.

Para los profesionales y gestores de turismo se evaluaron las siguientes cuestiones: transporte, infraestructura, oferta turística diversa, señalización turística, seguridad de los recursos turísticos, calidad y mantenimiento de los atractivos. Se tuvo en cuenta la importancia del transporte, la gastronomía, los hoteles, las calificaciones de accesibilidad y la industria del turismo para evaluar la percepción pública de la zona. Finalmente, en este análisis, para conocer la percepción del turismo en esta región y luego encontrar una solución que pueda alcanzar el mayor nivel de satisfacción, se realiza una comparación entre tres actores y los puntos identificados con o en desacuerdo (Lopez & Arcila, 2014)

En este sentido (Zeitham y otros, 2019), mencionan que estudiar a los clientes para obtener información sobre comportamientos tanto positivos como negativos sirve para mejorar la gestión dentro de las organizaciones, generando conocimiento acerca del comportamiento del consumidor y los patrones que generan influencia en la decisión de adquirir el producto o

servicio. Situación que se debe mantener en contante seguimiento debido a que no todos los ser humanos perciben las experiencias de la misma manera, es decir, todas las personas pueden ver, pero no todas ven lo mismo, esto sucede porque la percepción está influenciada por la cultura de cada individuo (Sanchez, 2013).

Por lo que el valor de la calidad del servicio debe ser algo excelente para diferenciarse de sus competidores, especialmente en el sector turístico. Además, cabe mencionar que los servicios están directamente relacionados con las necesidades humanas, por lo que es relevante considerar cada una en todos los clientes mediante la calidad del servicio es ahora una variable esencial para la competitividad en las empresas dedicadas principalmente a la actividad turística y competitividad con un enfoque empresarial se expresa como la capacidad que poseen las empresas para generar beneficios mediante la correcta administración de sus recursos y habilidades de esta manera lograr posicionar sus productos y servicios como líderes en el mercado, es decir, lograr conseguir aquel factor diferenciador (Castro y otros).

Por lo que es relevante que las empresas turísticas consideren ciertos elementos que determinan de forma clara la percepción de los servicios tales como la empatía, es un factor importante ya que demuestra el interés de la empresa por lo clientes mediante la atención personalizada, horarios flexibles y orientación hacia la satisfacción de los requerimientos; la fiabilidad demuestra el desempeño en relación a los servicios ofertados; así como la seguridad que la empresa presenta al cliente mediante la capacidad, conocimientos y habilidades del personal que desarrolla la actividad y en este caso se perfila mucho más la capacidad de respuesta de manera eficaz, eficiente y efectiva para evidenciar el interés prioritario de solventar alguna situación, considerando que los elementos tangibles son representativos dentro de este contexto, tales como, instalaciones, equipos, materiales, alimentos y bebidas.

Todo lo antes expuesto genera un consolidado que marca la diferencia en relación al servicio que el cliente percibe pues será determinante en la recomendación y en el retorno del

mismo. Por lo que se debe mantener un registro de los clientes que emplean los servicios de la entidad turística, lo que origina una base de datos valiosa, pues consolida todos los datos personales de cada uno de los turistas y país de origen, motivación, para generar datos puntuales y de esta manera reorientar las gestiones orientándose siempre hacia los requerimientos del cliente pues esta información marca la tendencia y genera el resultado en comparación en referencia de lo que se ofertó en concordancia con lo que percibió el cliente.

Se debe considerar además que el conjunto de empresas que conforman la industria turística genera una diversidad de servicios que forman parte de los que se ofrece a las personas, perfilando gustos, tendencias y requerimientos en particular por lo que es indispensable el conocer toda la información posible para así satisfacer los requerimientos siempre anticipando, además de esta forma también se crean necesidades que permiten aumentar las opciones en la oferta turística (Pérez, 2019).

Dentro de los servicios que ofertan las haciendas se encuentran el servicio de alimentos y bebidas que logra establecer criterios de evaluación en referencia a la calidad del servicio tiene estrecha relación con la calidad ofrecida por parte de los operadores turísticos, ya que esto genera información que permite evaluar el contexto y generar estrategias para la optimización del mismo de manera inmediata, lo que genera un impacto sobre el desarrollo de la comunidad en general, ya que es determinante sobre el posicionamiento de la zona como potencial turístico no solo a nivel nacional, sino además internacionalmente. Por la proyección que la zona ofrece de esta manera el turista determina que tan atractivo podría ser experimentar una visita a este lugar.

En una investigación realizada por (Armijos y otros, 2019), en la costa ecuatoriana lograron determinar que no todos los productos ofrecidos exponen la calidad esperada, así como la variedad de la oferta es limitada, en este sentido se expone una debilidad que impacta de forma negativa en la percepción de esta zona por parte del turista para ser visitado de manera recurrente. Es importante señalar que este estudio no pertenece a la zona foco de esta

investigación, se evidencia claramente como la experiencia del turista es un importante referente para proyectar la zona.

Partiendo del hecho de que la expectativa prevalece ante lo que se generó como referencia al cliente mediante la publicidad empleada, de allí, lo importante al momento de generar la oferta turística, al diseñarla debe mantener un alcance real para crear una idea lo más cercana a la realidad y de esta manera las expectativas no serán superiores a lo ofertado. Lo cual inicia desde la presentación o imagen del área, la calidad de recibimiento que se realiza, la rapidez con que se genera la respuesta, así como la calidad de los productos alimenticios ofrecidos, como se puede observar esta dinámica crea el ambiente idóneo para preparar al cliente a recibir la oferta gastronómica (Jimenez, 2013).

Según (Espinoza y otros, 2016) en un estudio realizado en un restaurante donde se midió la percepción de los clientes del servicio prestado expone que la calidad de servicio es un elemento preponderante dentro de cualquier empresa y con mayor relevancia frente a un restaurante ya que este elemento agrega valor a la gestión realizada, incrementando la brecha que se genera en comparación con la competencia por la ventaja competitiva que se origina. Considerando que los elementos con que cuenta la empresa son tangibles por medio de los alimentos, donde la calidad, sabor y presentación marcan la diferencia; además de los elementos intangibles que son representados por el servicio.

Por lo que se puede determinar claramente, que estos elementos son la base primordial para generar una percepción beneficiosa ante el cliente en relación a la oferta que se presente de alimentos y bebidas, pues es una variable determinante en la selección del área por parte de los clientes, tomando en cuenta que esta percepción por lo general no se mantiene con el cliente, esta se propaga hacia el entorno social del mismo. Siendo en este caso un ente multiplicador de la experiencia.

Percepción de las actividades recreativas en entornos rurales

Lo experimentado por el hombre se fija en la mente y cuando lo revive se generan las mismas sensaciones como si fuese en ese momento y es mediante a lo observado que estas sensaciones se hacen presentes en el ser humano, es por ello importante para el turismo que lo vivido por el turista en relación a las actividades recreativas supere las expectativas. Todo esto se debe manejar con mucha cautela ya que la referencia es directa hacia el aspecto de la memoria y una vez fijada esta percepción se mantiene fija, por lo que el cliente se crea una imagen la cual, al momento de repetir la experiencia ya que este posee un parámetro de comparación.

La opinión sobre la oferta turística es individual solo mediante la vivencia individual hacen de compartir con los pueblos de la zona y las habitantes, así como las actividades habituales que forman parte de la cultura de la zona, el desarrollo de talleres gastronómicos que motiven a procesar los alimentos típicos de manos del cliente; también generar experiencias místicas que hagan de lo desconocido un misterio por las leyendas, rituales místicos de los pueblos ancestrales, de igual forma apreciar la arqueología, la biosfera mediante caminatas o traslados llenos de emoción única e incomparable son una infinita posibilidad de opciones para el disfrute, que marcan la diferencia en relación a la oferta turística (Espejo, 2016).

Panorama mundial, nacional y provincial de las demandas de turismo rural

El crecimiento de turismo rural es significativo en todo el mundo ya que la (OMT, 2020), llamo el año del “Turismo y Desarrollo Rural”, por lo que cada una de las estrategias diseñadas por esta entidad que rige el turismo a nivel mundial en conjunto con los países aliados, se encuentran redireccionadas hacia el enfoque de maximizar el bienestar personal por medio del disfrute del turismo.

En cuanto a España de acuerdo al barómetro del turismo rural del 2018 publicado en la página de club rural menciona que la mayoría de viaje se producen en fines de semana salvo

momentos puntuales, por lo que los viajeros eligen visitar destinos próximos para no invertir demasiado tiempo en el viaje. Así, el 32.29% prefiere lugares a menos de 2 horas (Clubrural, 2018) mientras que en el barómetro del año 2020 menciona que debido a la pandemia despierta un interés a los viajeros por el turismo rural, siendo el que es más considerado por los turistas (Clubrural, 2020).

Por ende, el sector rural empieza a ver en el turismo una importante fuente de beneficios en cuanto a lo económico por el complemento a las rentas agrícolas, como socioculturales, por la conservación de la población en las zonas rurales y ambiental ya que protege sus recursos naturales, es por ello que representa un 10 y 15 % del total del turismo mundial, principalmente en Europa, ya que representa un incremento de segmentos. De la misma manera en América del Sur evidencia un incremento en los últimos diez años de un 7,1%, ubicándose en un 2% más que el promedio del continente americano. En sentido la (OMT, 2009) estima que para el 2010, el arribo de los turistas en América del Sur se incrementa en un 22% al 23%.

Por otro lado, según el Censo de Población y Vivienda (INEC,2010), la población femenina en el área rural es de 153.739 mujeres, y se proyecta para el año 2020 una población de 164.494 mujeres se dedica principalmente a la producción agroturística para el autoconsumo. Según el Instituto Nacional de Estadísticas e Investigaciones (INEC), Ecuador cuenta con 1.149 parroquias., representando el 68.45% del territorio rural. (Briones, 2019).

El 20% del territorio nacional conservado es representado por las áreas protegidas que se encuentran distribuidas en todo el territorios continental e insular, En el caso de la provincia de Cotopaxi tiene un 21.82% de cobertura de áreas protegidas con 135.002 personas, cada área alberga riqueza biológica, paisajística, servicios ecosistémicos que generan beneficios para las comunidades rurales, estos aspectos permiten que en ellas se desarrollen diferentes actividades turísticas y de recreación en zonas rurales.

Por consiguiente, la provincia de Cotopaxi representa el 2.8% de la población nacional correspondiente a 409.205 habitantes con una densidad poblacional promedio de 67 habitantes por kilómetro cuadrado. La población rural representa el 70% de la población provincial correspondiente a 288.235 habitantes, mientras que la población urbana es el 30% con 120.970 habitantes (PDOT Cotopaxi, 2018). Al año 2020 se proyecta una población adicional de 79.511 habitantes, es decir en este año la provincia tendrá una población total de 488.716 habitantes (PDOT Cotopaxi, 2018).

Cotopaxi está conformada por 7 cantones distribuidas en 45 parroquias, la cual el 73.3% representa el territorio rural. (GAD Provincial Cotopaxi, 2018). Cuentan con espacios importantes de recreación tradicional para el sector rural con sitios colectivos como: haciendas turísticas, áreas naturales para la práctica de camping, caminata, tracking, senderismo, visita al ordeño, entre otros. Todos estos espacios comunitarios constituyen un encuentro entre la naturaleza y el visitante de manera tal que los parques nacionales sean uno de los lugares más atractivos.

El principal atractivo turístico es el Parque Nacional Cotopaxi según los datos registrados en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador en el año 2021 hasta el mes de septiembre se registra un total de 177.763 visitantes seguido la reserva ecológica los Ilinizas con un total de 79 404 visitantes y por último el Área Nacional de Recreación el Boliche con un total de 23 854 visitantes nacionales y extranjeros. (MAE, 2021).

Demandas del turismo rural en el Ecuador

La información presentada por los diversos entes referentes al turismo, posicionan al Ecuador como el principal destino ideal en Latinoamérica para experimentar vivencias únicas donde el contacto con la naturaleza prevalece. En este sentido el (MINTUR, 2020) generó el plan de estimación turística para el 2022 y las proyecciones al 2025, lo que se evidencia en la

Tabla 4*Proyecciones estimadas del Mintur del 2022 al 2025*

Meta	2022	2025
Aumentar el ingreso por turismo receptor	704,67 millones de dólares	2.434,60 millones de dólares
Incrementar la llegada de extranjeros	590.006 personas	2.000.000 de personas
Crecimiento del empleo en actividades turísticas	460.498 puestos de trabajo	495.820 puestos de trabajo

Nota. Esta tabla muestra las proyecciones turísticas que tendrá el Ecuador hasta el año 2025.

Recuperado de (MINTUR, 2020)

Considerando que el turismo rural en alojamiento representa un 0,64% de las ventas generadas por alojamiento turístico, las proyecciones para el 2025, se estiman con 15,58 millones de dólares de ingreso por turismo rural, 12.800 clientes y 3.173 puestos de trabajo (MINTUR, 2020).

Para el año 2021 se evidenció variaciones significativas del turismo externo que, representa estas variaciones únicamente el 0,64% de estos ingresos se orientan hacia el turismo rural. Siendo la realidad para el sector turismo lo que evidencia la Tabla 4.

Tabla 5*Registro de turistas que optan por el turismo rural*

Año	Turismo Internacional	Turismo Rural
2020	400.083	2.561
2021	434.620	2.782

Nota. Esta tabla refleja el número de llegadas de turistas que optan por el turismo rural del año 2020 al 2021. Recuperado del (MINTUR, 2020)

Los datos registran en el Ministerio de turismo, en el último feriado de 24 de mayo, el incremento de viajes represento un 106% más que en 2019, sin embargo, al compararse con 2021, equivale a 182% más. Las provincias que recibieron más turistas fueron Azuay, Pichincha, Manabí, Guayas, Santa Elena, Tungurahua y Napo. (Ministerio de Turismo , 2022)

Entre las principales provincias visitadas por turistas extranjeros están: Pichincha (65%) y Guayas (51%) lo cual puede ser justificado por la presencia de los aeropuertos internacionales en sus capitales. Otras de las provincias como más visitas esta Santa Elena (24,1%), Manabí (16,1%) y Galápagos (14%) presentan un índice de vista importante en el país (Ministerio de Turismo, 2019)

En cuanto al turismo comunitario de Ecuador, su desarrollo es uno de los ejes de la cartera del Estado. Este tipo de turismo se entiende como un tipo de turismo rural en el que la gestión de los recursos y beneficios está obligada a la comunidad en la que se encuentra el atractivo turístico. Este tipo de turismo promueve actividades que respetan el patrimonio cultural y el medio ambiente con el fin de promover un turismo sostenible que contribuya a mejorar la calidad de vida de las regiones visitadas. (Ministerio de Turismo, 2021)

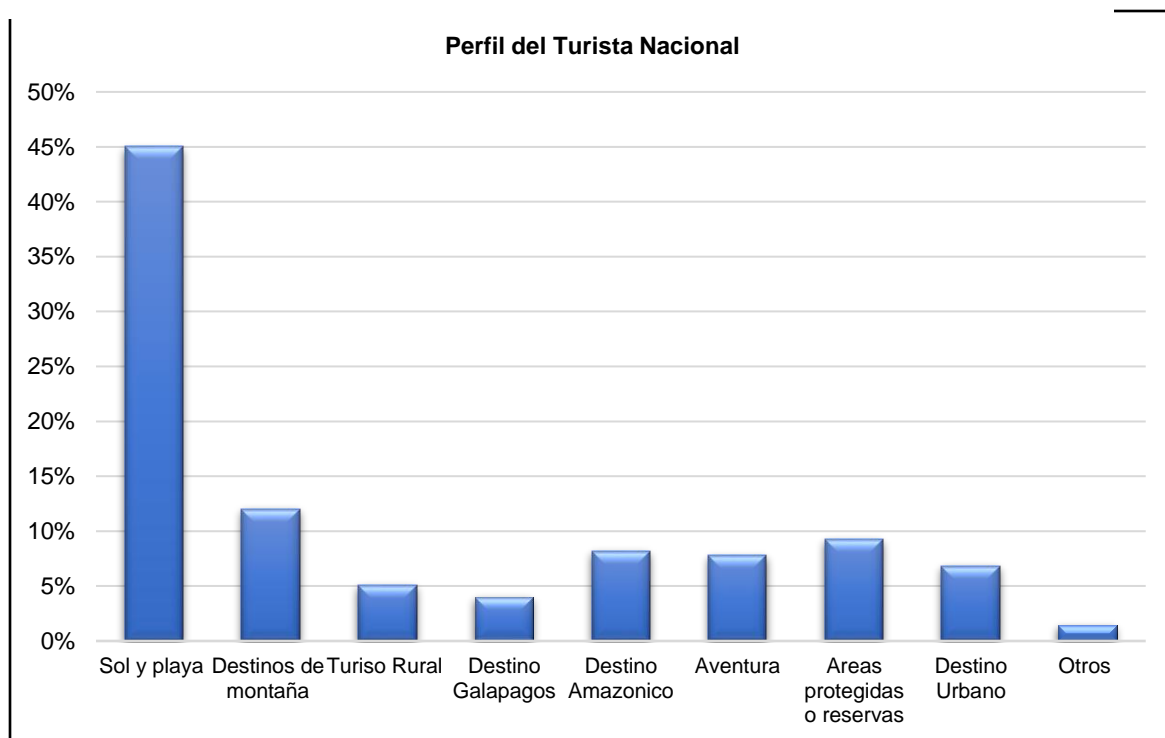
Por consiguiente, el turismo se convirtió en una de las principales actividades generadoras de divisas en el país, hasta el año 2019 se ubicó como la tercera fuente de ingresos no petroleros, sin embargo, al año 2020 se desplaza al sexto lugar. Mientras que el año 2022, el gasto turístico sumó 215 millones; esto es 38 millones más que en el 2019. Este aumento se genera debido al volumen de turistas nacionales en cual representa el 90% de las personas realizan viajes en temporada de feriados, como también la llegada de turistas internacionales que vienen al país a valorar las riquezas naturales y culturales que tienen en el territorio (MINTUR, Plan Estratégico Institucional 2021-2025). En la siguiente tabla se muestran los datos de llegadas de turistas internacionales al Ecuador:

Perfil del turista en Ecuador

El estudio del perfil del turista, permite obtener información que permita generar un perfil que facilite conocer a los consumidores desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo (Gonzalez, 2011). A nivel mundial el sector turístico ha avanzado también es del punto de vista del consumidor ya que este ha generado exigencias en la medida que se ha creado una mayor apertura hacia el disfrute, el confort y la calidad en el servicio, a nivel de turistas nacionales la preferencia es los destinos del sol y playa en un 45%, mientras que el 12% prefiere el destino montaña y el 5,07% realiza turismo rural (MINTUR, 2020).

Figura 2.

Perfil del Turista Nacional



Nota. Esta tabla muestra los índices de porcentaje respecto al tipo de turismo que optan para hacer turismo en Ecuador. Recuperado del (MINTUR, 2020)

Como se puede evidenciar la playa es el destino más común para los habitantes del Ecuador, en las temporadas de vacaciones se puede evidenciar que tres de cada 10 selecciona

los destinos rurales, estar en contacto con el aire puro, la naturaleza, el silencio, la luz de la montaña, los atardeceres, y con los animales con el fin de mejorar su calidad de vida. Destaca además que los viajeros benefician así a pequeños emprendimientos que componen el 80 % de las haciendas dedicadas al turismo (Fuentes, 2017)

En cuanto a actividad de mayor interés para los turistas extranjeros está asociada al Turismo Cultural (58,9%), seguido por el Ecoturismo (20,8%), Turismo de Sol y playa (15,9%), Turismo de Deportes y Aventura (3,2%) y otras actividades (1,2%). Esto se debe a que Ecuador es uno de los países más biodiversos a nivel mundial, que goza de diversas ventajas comparativas, tanto en el ámbito cultural como natural, para aquellos turistas que deseen tener una experiencia única y auténtica en contacto directo con áreas naturales y culturales ya que el país cuenta con diversos patrimonios culturales de la Humanidad según la UNESCO (Ministerio de Turismo, 2019).

Debido a la variedad de espacios naturales, ofrece una gran variedad de actividades relacionadas con la naturaleza, Ecuador es un destino que todo ecoturista desea visitar ya que es una de los países con mayor biodiversidad, y en el tema de ecoturismo goza de diversas ventajas comparativas, las que deben consideradas para motivar la visitas de turistas que se encuentran con la expectativa de visitar este tipo de zonas ya que la experiencia del contacto directa con el medio ambiente es una propuesta significativamente atractiva (MINTUR, 2019).

Es importante señalar que el turista en el Ecuador presenta un perfil muy particular, ya que se encuentra en edades comprendidas entre 16 y 45 años, además no existe una tendencia de genero pronunciada, por lo que estos datos ofrecerán una mejor comprensión de las tendencias en general, tales como consumo, destinos preferentes, las cuales se deben tomar en cuenta para incrementar los niveles de demanda en relación al turismo.,

Capítulo III

Diseño metodológico

El presente capítulo, refiere a la metodología que va a seguirse en la investigación para “lograr los objetivos propuestos o para probar la hipótesis formulada” (Hurtado & Toro, 2007, p.92), a través de un conjunto de procedimientos lógicos, que permiten el descubrimiento y análisis de los supuestos del estudio y reconstruir la información desde las concepciones teóricas convencionalmente operacionalizadas (Balestrini, 2006)

Enfoque de la investigación

El proyecto está enfocado en la investigación básica descriptiva, pues según Gay (1996) “La investigación descriptiva, comprende la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas a la situación corriente de los sujetos del estudio, es decir que para este análisis se recopila estándares importantes que se consideren para poder medir la calidad de los servicios y de esta manera poder determinar la percepción que tienen los turistas durante su estancia o visita en las haciendas turísticas.

Tipos de métodos

La investigación tiene dos métodos, el método cuantitativo utiliza como herramienta la selección y estudios de datos, además este método ayuda a la comprobación de la hipótesis establecida. Por lo tanto, este enfoque se basa en el control numérico y el uso de datos estadísticos para construir con precisión estándares de población. Por otra parte, el mismo autor expone que el enfoque cualitativo o método no tradicional, se basa en recolectar datos sin intervención numérica, sin conteo y utilizando la descripción y la observación de tal forma descubrir y depurar ítems de investigación (Gómez, 2006).

Por tanto, la investigación tendrá un método cuantitativo debido a que este método pretende obtener datos estadísticos sobre la percepción de los turistas durante su visita y estancia en haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi. Es decir, los datos proporcionados y la información recolectada, permite establecer mediante indicadores el nivel de satisfacción

que perciben los turistas en los servicios y actividades que ofertan en estos establecimientos. Una vez obtenido los resultados, se podrá adquirir indicadores reales de cifras que al momento se encuentran inexistentes.

Además, el método cualitativo permitirá identificar diversos eventos que conllevaran a un resultado específico, es decir, permite identificar la realidad de aquellas cifras que no fueron o no pudieron ser anticipados antes de la encuesta, los mismos que pueden ser positivos y negativos. Asimismo, el método permite observar o interactuar con las haciendas turísticas del objeto de estudio mediante la técnica de trabajo de campo, ya que se observa la interacción que se genera entre los anfitriones y los turistas que llegan de visita o estancia dentro de las mismas.

Así mismo se empleará el método inductivo – deductivo, el cual se encuentra estructurado por procesos invertidos, ya que mediante la inducción se diseñan generalizaciones partiendo de los elementos comunes que integren a los casos, partiendo de este hecho se llegan a conclusiones lógicas, por lo que este método representa diversas potencialidades el cual contribuye a construir conocimientos en un primer nivel en correlación a los elementos externos del objeto de investigación (Rodríguez & Pérez, 2017).

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, en la presente investigación se aplica al momento de analizar las actividades y servicios de las haciendas turísticas y con ello permite saber la primera impresión que tiene el turista sobre los establecimientos, para llegar a la conclusión que el visitante no solo es observador sino a su vez pasa a ser un actor clave dentro de la localidad durante su estancia y visita.

De igual forma se emplea el método Analítico – Sintético, el cual, corresponde al desarrollo de dos procesos inversos, que se desarrollan en conjunto, por lo que el análisis y la síntesis El análisis es un proceso lógico que se desarrolla con descomponer un elemento en parte, considerando múltiples interrelaciones, sin embargo, las síntesis se desarrollan mediante

la unión e interrelación de las partes lo que facilita la evidencia de las correlaciones entre los elementos (Rodríguez y Pérez, 2017).

Con este tipo de método permite el análisis de los establecimientos en base a las actividades y servicios que ofrecen, para posterior hacer un compendio en una base de datos y con ello poder desarrollar propuestas donde reflejen datos detallados durante la visita y estancia que realice el turista en las haciendas turísticas.

Además, se utiliza el método hipotético – deductivo, le cual, según Behar, (2008), “este método trata de establecer la verdad o falsedad de las hipótesis, a partir de la verdad o falsedad de las consecuencias observacionales, deduciéndolos de las hipótesis y, cuya verdad o falsedad estamos en condiciones de establecer directamente” (p.40). El método anteriormente citado será de gran ayuda al presente estudio para identificar la falsedad o veracidad de la hipótesis planteada, pues mediante este proceso se podrá considerar viable o no la propuesta que se realizará al finalizar la investigación, además que permitirá de notar en qué casos se puede cumplir y en cuales no sería factible, para de esta manera emitir criterios y juicios de valor coherentes.

Modalidad de investigación

Análisis de Campo

En relación al tema Arias & Covimos, (2021) “consiste en recolectar datos directamente de los sujetos en estudio o de la realidad en la que ocurren los eventos de datos clave, sin manipular ni controlar variables. (p.31), por lo que el investigador tiene la información, pero no realiza modificaciones. Es por ello que se origina el perfil de la investigación no experimental. La investigación debe tener este tipo de recopilación de información pues es de suma importancia visitar cada establecimiento que presta servicios turísticos para recolectar información de primera mano, la misma que servirá para conocer el criterio personal de cada visitante siendo este la fuente primaria de información, de manera objetiva y directa.

También, es una investigación de Campo el cual tiene como propósito recoger y registrar concertadamente datos referentes al tema escogido como ente de estudio, directamente en el lugar que se produce; siendo estos datos primarios, sin manipulación de acuerdo a los objetivos del autor (Herrera et al., 2010). Por lo tanto, al visitar un sujeto de investigación, la situación es de las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi y se verifica cuáles son los servicios y actividades turísticas que desarrollan dentro de cada una de ellas, como también la percepción del turista que recibe de parte de las mismas.

Según Loubet (2013), ``es algo que ayuda al investigador a relacionarse con el objeto y construir la realidad que está estudiando" (p. 1 .)Mediante el empleo de estas técnicas, el investigador obtiene información que no ha sido documentada, es decir, datos inéditos en la fuente foco de estudio. El manejo de esta técnica es vital para recolectar aspectos relevantes de cada uno de los establecimientos, que corresponderán a los parámetros establecidos y ponderados dentro del instrumentos de investigación, así como también obtener fotografías actualizadas de las haciendas.

Análisis documental - bibliográfico

La investigación es documental-bibliográfico Romero, (2006) afirma que esta modalidad "contribuye a construir el marco teórico de cualquier tipo de investigación. En este sentido, precede a la observación de campo y la apoya para la planeación del trabajo" (p.87). A través de fuentes de información como libros, publicaciones científicas o revistas, que ayudan a la veracidad del marco teórico.

También, es una investigación de campo el cual tiene como propósito recoger y registrar concertadamente datos referentes al tema escogido como ente de estudio, directamente en el lugar que se produce; siendo estos datos primarios, sin manipulación de acuerdo a los objetivos del autor (Herrera et al., 2010). Es por ello que al visitar el campo de estudio se palpa la situación de las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi y se verifica

cuáles son los servicios y actividades turísticas que desarrollan dentro de cada una de ellas, como también la percepción del turista que recibe de parte de las mismas.

La investigación documental-bibliográfica (Romero, 2006) afirma que esta modalidad “contribuye a construir el marco teórico de cualquier tipo de investigación. En ese sentido, precede a las observaciones de campo y ayuda en la planificación del trabajo” (p.87). A través de libros, publicaciones científicas, revistas y otras fuentes que ayuden a asegurar la veracidad del marco teórico.

Es necesario implementar esta clase de investigación, pues el respaldo de información documental permite conocer distintas realidades mediante el conocimiento de conceptos básicos que proporcionan aportes significativos en el progreso del trabajo. El proceso a seguir dentro de la investigación parte de la revisión y análisis de las fuentes documentales para ampliar el panorama del mundo rural como una forma de hacer turismo como lo menciona (Blanco & Benaya, 1994) "Actividades recreativas y turísticas realizadas en el medio rural y en la naturaleza, es decir, incluyendo todas las formas de turismo asociadas a estos términos (ecoturismo, agroturismo, turismo cultural, turismo de aventura, turismo deportivo)" (p. 128) .

La recreación y estancia en haciendas turísticas se desarrolla en contextos, hoteleros, empresariales o al aire libre, desarrollando actividades que contribuyan al desarrollo del ser humano (Riera, 2018). Estas actividades se pueden considerar en el cumplimiento de ciertos elementos como la libertad, debido a la carencia de restricciones que el individuo experimenta lo que hace que el nivel de presión o exigencia sea casi nulo.

De tal manera las haciendas turísticas al ser atractivos del turismo rural ofrecen tranquilidad, conexión con la naturaleza y gran contenido histórico auténtico, pues son una representación simbólica cultural y física sobre la historia de un país desde los inicios hasta el legado actual; es por ello que es necesario saber cuál es la percepción de los turistas durante su visita o estadía en las haciendas turísticas. Según los autores (Rivera et al., 2020) menciona

que la percepción “es la experiencia, que el consumidor reacciona en base a sus vivencias, es decir, una buena experiencia facilitara la recepción de los estímulos y, al revés una mala tendera a que estos sean rechazados” (p. 34). Dentro de estos lugares se puede disfrutar y gozar de todo lo recreativo que acompaña con la belleza del paisaje y lo que será un punto a favor con respecto a la manera de pensar del visitante.

Por ende, la percepción del turista, es de gran importancia, ya que la primera impresión que se lleven será la imagen del destino turístico, enfocándose en la seguridad, accesibilidad, precios y calidad del servicio, es decir, con un criterio positivo o negativo que tenga el turista, ayudará a mejorar la gestión del atractivo y de esta manera deseen volver a visitar el lugar.

Por consiguiente, las ventajas de la investigación documental desarrollan el pensamiento bajo un esquema crítico, además de promover la creatividad por lo que la dinámica del aprendizaje se activa aportando sustento a la memorización lo que ha contribuido efectivamente con una serie de métodos que contribuyen a el éxito en la investigación ya que de esta forma se procede a la etapa de analizarlos y así aportar un nuevo conocimiento sobre el tema que se quiere investigar.

Instrumentos de recolección de datos

Los avances en esta investigación requieren de técnicas y herramientas que proporcionen información que pueda ser procesada y estudiada para entender que dentro del instrumento se trata de una herramienta utilizada por los investigadores cuyo propósito es recopilar información de muestras seleccionadas, la misma información que se necesita que pueda ser procesada y analizada sin gran dificultad para resolver problemas de investigación.

A continuación, se presentará las técnicas e instrumentos que se utilizaran utilizados en esta investigación:

Tabla 6*Instrumentos de recolección de datos*

Técnica	Instrumento	Temas y preguntas que abordara
Entrevista estructurada	Cuestionario	El cuestionario abordara dos temas <ol style="list-style-type: none"> 1. Percepciones del turista con respecto a los servicios en las haciendas turísticas 2. Percepciones del turista con respecto a las actividades en las haciendas turísticas.
Entrevista no estructurada	Guía de entrevista cualitativa	Recurso que ayuda a recabar información por medio de preguntas en un dialogo que se plantean en forma directa, personalmente y en forma oral

Nota. Esta tabla muestra las técnicas e instrumentos a utilizar en la investigación de campo.

Descripción de instrumentos

Para la investigación planteo se desarrolló dos tipos de instrumentos: cuestionario y guía de entrevista.

El cuestionario se ha realizado para recabar testimonios referentes a dos temas: el primero fueron las percepciones del turista con respecto a los servicios y el segundo las percepciones del turista con respecto a las actividades, enfocado a los servicios y actividades turísticas en espacios rurales. Este cuestionario nos permitió determinar las preguntas con los

cuales se encuestó a los turistas, a través de preguntas cerradas y abiertas con opciones simples y múltiples sin requerir la justificación de la respuesta, en la cual no hubo lugar para aclaraciones o respuestas complementarias por lo tanto las respuestas que se obtuvieron de este cuestionario son exactas y su propósito fue describir la situación con la cual se pretende conocer la percepción del turista que tiene sobre las haciendas turísticas, datos que nos permitieron obtener indicadores como: calidad, precio, tiempo de visita, oferta de los servicios y actividades, preferencias del turista y experiencias del lugar, que nos permita medir el grado de aceptación del servicio y actividades que ofertan las haciendas turísticas.

Mientras que con la guía de entrevista cualitativa se levantó testimonios de los anfitriones de las haciendas turísticas por medio de preguntas abiertas que se plantearon en forma directa y personalmente para recoger diversos criterios sobre el contexto real de los visitantes que asisten a las haciendas y los motivos principales para asistir a dichos lugares, así como la demanda de turistas que visitan y se hospedan por temporadas, control de los servicios y actividades que ofertan, opinión sobre el perfil de turista que realiza turismo rural, publicidad y marketing turístico del lugar, presentación física del sitio, experiencia recreativa dentro de una hacienda turística, y recomendaciones para impulsar el turismo rural en Cotopaxi. Esta guía de entrevista nos permite tener un dialogo abierto entre el investigador y el propietario de la hacienda turística de manera interactiva y dinámica que puedan expresarse libremente para conocer detalles importantes para la investigación.

La investigación debe tener este tipo de recopilación de información pues, es de suma importancia visitar cada establecimiento para recolectar información de primera mano, la misma que servirá para conocer el criterio personal de cada visitante, por lo cual utilizar una estrategia de campo será de gran ayuda para obtener datos reales que corresponden una fusión del método de observación de participante, además de las entrevistas y el análisis lo que genera el control más elevado del origen y cantidad de información obtenida, resultando en una información más sólida.

Para el levantamiento de campo se realizó un cronograma de visitas, desde el 09 hasta el 24 de julio, describiendo las respectivas haciendas a visitar y actividades que se utilizó para recaudar la investigación necesaria siendo ayuda para nuestra investigación y a su vez implementamos ítems para el avance de la propuesta. Por ende, se realizó las respectivas llamadas a los diferentes establecimientos acordado una fecha y hora de visita de acuerdo a la disponibilidad de los anfitriones o administradores de las haciendas.

Las visitas a cada una de las haciendas se realizaron con éxito, debido a que las personas quienes nos atendieron fueron amables en darnos un tiempo para las entrevistas de tal manera que pudieron responder sin ningún inconveniente a cada duda o dato que no se pudo evidenciar mediante la investigación documental. De igual manera se pudo completar el número de encuestas que se realizó a cada uno de los turistas extranjeros y nacionales, conociendo la percepción que tuvieron en cuanto a los servicios y actividades que se les ofreció durante su visita y estancia en la hacienda.

Figura 3

Ficha de encuesta para turistas nacionales y extranjeros



FICHA DE ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS		TR1E
Objetivo:	Recolectar información en base a las percepciones del turista en cuanto a los servicios y actividades que ofertan las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi, con la finalidad de generar un boletín de información del turismo rural.	
Indicaciones:	Lea detenidamente las siguientes preguntas y por favor conteste con la mayor sinceridad posible, esta encuesta es confidencial y sus respectivas respuestas serán para la base de elaboración del proyecto.	

DATOS GENERALES:**Genero:**

Masculino () Femenino () Otro: ()

Edad:Entre: 15 – 25 años () 26 – 35 años () 36 – 45 años ()
46 – 55 años () 56– 65 años () Más de 66 años ()

Nacionalidad: Ciudad – País (Quito- Ecuador)

DATOS INFORMATIVOS:**¿Cuándo visita alguna hacienda turística suele hacerlo?**

Sola/o () Pareja () Amigos () Familia ()

¿Cuál es el medio de información que más utiliza previo a su visita a una hacienda turística?

Redes sociales () Tour operador () Recomendación de amigos o familiares () Portales de la hacienda ()

¿Cuánto tiempo por lo general se toma para visitar una hacienda turística?

Medio día () Un día () Dos días () Mas de tres días ()

De las siguientes opciones escoja el ¿cual de ellas le motiva a visitar una hacienda turística?Turismo cultural y patrimonio () Diferencia con el hotelería Investigación de estudio ()
Turismo natural y ecoturismo () tradicional () Recreación Turística ()
Interés de la historia y arte ()**PERCEPCIÓN DE LOS SERVICIOS EN LAS HACIENDAS TURÍSTICAS**

1. ¿Para visitar una hacienda turística considera usted que las instalaciones físicas deben ser confortables?		
Si		No
2. Dentro de los servicios que ofrece una hacienda turística ¿cuáles son los más necesarios dentro de su estadía?		
Alojamiento		Transporte
Alimentación		Servicios todo incluido
Guianza		
3. Escoja ¿cuál de los siguientes ítems son importantes al momento de ocupar un servicio en una hacienda turística?		
Ambiente agradable, bien decorado		Alimentación variada
Habitaciones cómodas y espaciosas		Precios accesibles
Tranquilo y sin ruido		Transporte seguro y cómodo
Personal amable y muy atento		Guianza por las instalaciones
4. Escoja ¿cuáles características debe tener los servicios turísticos que oferta una hacienda?		
Calidad		Seguridad
Calidez		Innovación
Atención al Cliente		Hospitalidad
5. Al visitar una hacienda turista ¿qué tipo de alimentación prefiere consumir en el lugar?		
Comida tradicional		Comida tipo buffet
Comida extranjera		Comida rápida
Comida vegetariana		
6. ¿Qué opina usted en relación a la calidad del servicio de alimentación que brinda una hacienda turística?		
Malo		Bueno
Regular		Excelente
Conexión a internet		
7. ¿Con que tiempo de anticipación realiza sus reservaciones para el servicio de hospedaje en una hacienda?		
Al momento de visita		Un mes antes
Una y dos semanas antes		Más de un mes antes



8. ¿Qué opina usted en relación a la calidad del servicio de alojamiento que brinda una hacienda turística?			
Malo		Bueno	
Regular		Excelente	
9. ¿Cuál es el medio de transporte que le gustaría utilizar durante su estancia en una hacienda turística?			
Carreta		Motocicleta	
Carruaje		Vehículo todo terreno	
Bicicleta			
10. ¿Le gustaría que durante su estancia en una hacienda turística le ofrezcan un servicio de guía?			
Si		No	
11. Según su percepción como considera el estado de conservación que tiene la hacienda turística.			
Extremadamente conservado		Poco conservado	
Muy conservado		Nada conservado	
Moderadamente conservado			

PERCEPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES EN LAS HACIENDAS TURÍSTICAS

1. Escoja ¿Qué tipo de actividades turísticas realiza durante su estancia en una hacienda turística?			
Senderismo		Avistamiento de flora y fauna	
Caminata		Trekking	
Cabalgata		Camping	
Ciclismo		Visita al ordeño	
2. De las actividades mencionadas anteriormente indique ¿cuál de ellas es de su preferencia?			
3. ¿Qué tan importante considera tener actividades turísticas en una hacienda siendo 1 Nada Importante y 5 Muy importante?			
Nada importante		Importante	
Poco importante		Muy importante	
4. ¿Cómo ha sido la experiencia en relación a las actividades turísticas desarrolladas en la hacienda?			
Malo			
Regular			
Bueno			
Excelente			
5. ¿La oferta presentada en relación a las actividades cumple con la experiencia vivida durante su estancia en la hacienda?			
si		No	
6. En base a su experiencia califique el orden y la coordinación que hubo en el desarrollo de actividades turísticas en la hacienda. Siendo 5 el más alto y el 1 el más bajo			
Pésima experiencia		1	
Mala experiencia		2	
Experiencia Normal		3	
Buena experiencia		4	
Excelente experiencia		5	
7. Recomendaría que visiten los turistas una hacienda turística en la provincia de Cotopaxi			
Si		No	

Gracias por su colaboración

Nota. En la siguiente figura se muestra la encuesta aplicada a los turistas en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 4

Ficha de entrevista de anfitriones de las haciendas turísticas en la provincia de Cotopaxi



FICHA DE ENTREVISTA DE ANFITRIONES DE LAS HACIENDAS TURISTICAS EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI		TR2E
Objetivo:	Recolectar información relacionada sobre las visitas, estancias y servicios que realizan en las haciendas turísticas en la provincia de Cotopaxi.	
Indicaciones:	Por favor conteste con la mayor sinceridad posible, sus respuestas serán indispensables para la base de elaboración del proyecto.	

Inicio de la entrevista:

Estimado, al encontrarnos el día de hoy, en este lugar mágico lleno de historia, vivencias y experiencias de parte de los visitantes, hemos considerado esta hacienda por su alto valor patrimonial y turístico para ser el punto de partida de un dialogo de temas que en ocasiones se ha dejado a un lado. Por ello, permítanos conversar con usted siendo el anfitrión de la hacienda, sobre temas varios como las visitas, servicios, estancia, que brindan en este establecimiento para poder conocer su percepción y trayectoria que ha tenido a lo largo de todo este tiempo.

Inicio de Entrevista:

Datos informativos:

Nombre:

Edad:

Cargo:

Trayectoria:

Lugar:

Fecha de entrevista:

Hora:

“PERCEPCIONES DEL TURISTA DURANTE SU VISITA Y ESTANCIA EN HACIENDAS TURISTICAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”

Temas abordar:

1. Visitas turísticas que recibe en la hacienda
<p>Puntos de interés:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Motivaciones por las cuales los turistas llegan a la hacienda y Cotopaxi/ las actividades que mayormente realizan en la hacienda. ii. Los meses que mayormente llegan turistas a la hacienda y si podemos hablar de cantidades: (cuenta con registros, evidencia de cantidad que la señala). iii. Perfil del turista: hay un perfil del turista rural y específicamente el de la hacienda: (rasgos y otros elementos que señalen las características)
Notas de ayuda: motivos en relación a tipos de turismo



<ul style="list-style-type: none"> - Según la OMT, mencionan que las principales motivaciones por las que personas visitan diferentes destinos suelen hacerlos por diferentes factores: a) buscan relax; b) desconectarse de su rutina diaria; c) convivencia y relación familiar; d) Interacción con el entorno que les rodea; e) descanso y recreación. De las cuales las principales motivaciones por las visitan el Ecuador son “para disfrutar de la gastronomía típica”, “por destinos el sol y la playa” y “por sus atractivos turísticos naturales”, lo que evidencia la potencialidad del turismo de naturaleza y ecoturismo, de estos la gran mayoría son motivados por aspectos naturales, donde aproximadamente el 20% visitan áreas naturales y el 5.07% visitan zonas rurales. - La gran mayoría de haciendas turísticas se encuentran en zonas aledañas al Parque Nacional Cotopaxi con un total de visitas de 177.763, seguido por la Reserva Ecológica los Ilinizas con un total de 79.404 y el Área recreacional el Boliche con 23.854 visitas, datos registrados hasta el mes de septiembre del 2021, de acuerdo a los datos proporcionados cuantos turistas estima usted que llegan a visitar la hacienda. - El mercado turístico ha evolucionado mucho en los últimos años, los turistas son más exigentes y quieren una mejor calidad en el servicio que provoque nuevas experiencias de tal manera que se enfoque en las necesidades de los turistas, ya que sus gustos y necesidades pueden ser variados, a la hora de elegir los lugares a visitar. ¿usted ha evidenciado alguna característica en cuanto al perfil del turista que visita su hacienda.?
<p>1.1. Servicios y la estancia en la hacienda</p> <p>Puntos de interés:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Las instalaciones y servicios que ofrecen ii. Meses y días que mayor reserva tiene/ temporadas iii. El uso de las reservas de alojamiento y un promedio de ocupación (meses -días)
<ul style="list-style-type: none"> - Según el reglamento de alojamiento turístico menciona en el art 12 literal d) haciendas turísticas son establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje y alimentación, conjuntamente con actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras. - La llegada de turistas se distingue por destinos recurrentes, como por temporadas las cuales se hacen más atractivas para el turista, sobre todo temporadas vacacionales dónde arriban más turistas aprovechando los días de descanso para realizar algún tipo de turismo en un lugar diferente, nos puede mencionar ¿Cuáles son esas temporadas que recibe un gran número de visitantes? - Los alojamientos turísticos tienen un papel fundamental en la economía del turismo, ya que estos definen algunos aspectos relacionados con la satisfacción del cliente, concretamente: conformidad con el viaje, atractivo del destino turístico, alta apreciación de la organización de la estancia, muchos de estos lugares tratan de ofrecer al turista un lugar diferente para pernoctar utilizando diferentes entornos sobre todos naturales, habitaciones tradicionales y campestres acompañas con estilos rústicos fuera de lo

habitual, partiendo de este antecedente ¿Cuáles son los días o meses más recurrentes en cuanto al hospedaje de los turistas.

Conclusión:

Anexo fotográfico:

Link de la entrevista:

Nota. En la siguiente figura se muestra la guía de entrevista aplicada a los anfitriones en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi

Tabla 7

Cronograma de visitas en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi

CRONOGRAMA DE VISITAS EN LAS HACIENDAS TURISTICAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI																		
Ubicación	Hacienda a Visitar	Semana 1		Semana 2							Semana 3							
		sa b	do m	lun	mar	mier	jue	vie	sa b	dom	lun	mar	mier	jue	vie	sab	dom	
	Hacienda La Ciénega/ Visita 10:00 am	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Carr. Panamerica na km 326, Lasso	*Ficha de entrevista							X										
	*Encuesta							X										
	*Fotografías y evidencias (Uso de instalaciones y registro de demanda)							X										
	*Contacto							X										
	*Tabulación de encuestas/ datos español e ingles												X					
	*Diseño del barómetro									X								
	*Avance barómetro/contenido/ gráficos													X	X	X	X	X
	Hacienda Nagsiche/ Visita 13:00 pm						X											
Cantón Salcedo - Mulalillo 593 Salcedo, Ecuador	*Ficha de entrevista						X											
	*Encuesta						X											
	*Fotografías y evidencias (uso de instalaciones y registro de demanda)						X											
	*Contacto						X											
	*Tabulación de encuesta/ datos español e ingles													X				

CRONOGRAMA DE VISITAS EN LAS HACIENDAS TURISTICAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI															
Ubicación	Hacienda a Visitar	Semana 1	Semana 2						Semana 3						
	*Diseño del barómetro								X						
	*Avance barómetro/contenido/gráficos										X	X	X	X	X
Lasso, ingreso principal al Parque Nacional Cotopaxi Tanicuchí, Ecuador	Hacienda San Joaquín/ Visita 09:00 am														
	*Ficha de entrevista				X										
	*Encuesta				X										
	*Fotografías y evidencias (uso de instalaciones y registro de demanda)				X										
	*Contacto				X										
	*Tabulación de encuesta/ datos español e ingles										X				
	*Diseño del barómetro								X						
	*Avance barómetro/contenido/gráficos										X	X	X	X	X
6C77+QR7, Latacunga	Hacienda Tambo Mulaló/ Visita 11:00 am				X										
	*Ficha de entrevista				X										
	*Encuesta				X										
	*Fotografías y evidencias (uso de instalaciones y registro de demanda)				X										
	*Contacto				X										
	*Tabulación de encuesta/ datos español e ingles									X					
	*Diseño del barómetro								X						

CRONOGRAMA DE VISITAS EN LAS HACIENDAS TURISTICAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI																	
Ubicación	Hacienda a Visitar	Semana 1		Semana 2						Semana 3							
	*Avance barómetro/contenido/ gráficos												X	X	X	X	X

Nota. Esta tala muestras el cronograma de salidas juntamente con las fechas que se levantó la información de campo.

Población y muestra

Para Arias & Covimos, (2021) “Una población es un conjunto de individuos con un rasgo o rasgo particular que queremos estudiar.” (p. 86) En este caso, para determinar la población, se analiza un conjunto de elementos con rasgos comunes y representa una de las formaciones . A un conjunto se le llama individuo (Martel & Vegas, 1996). La población que se tomara en cuenta son los turistas nacionales y de origen internacional que visitan el Parque Nacional Cotopaxi como a los anfitriones de las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Para la presente investigación se llevará a cabo una muestra probabilística estratificada, la cual, Hernandez et al., (2018) se refiere a que “todas las unidades de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra” (p.82) Por lo tanto, este método es recomendado para manejar grupos pequeños de población de estudio a base de selección aleatoria, permitiendo obtener muestras representativas.

Anfitriones Turísticos

Para este dato se ha considerado como punto de referencia el número de haciendas turísticas existentes en la provincia de Cotopaxi, hasta el año 2021, los cuales ascienden a número de 11 haciendas que se detallan a continuación:

Tabla 8

Haciendas Turística en la provincia de Cotopaxi.

Cantón	Hacienda Turística	Cantidad
Latacunga	Hacienda San Joaquín	6
	Hacienda San Agustín de Callo	
	Hacienda Tambo Mulaló	
	Hacienda Hato Verde	
	Hacienda La Ciénega	
	Hacienda Tilipulo	

Cantón	Hacienda Turística	Cantidad
Salcedo	Hacienda Nagsiche	1
Pujilí	Hacia Tigua Chimbacucho	1
La Maná	Hacienda San Vicente	1
Pangua	Hacienda Las Colinas	1
Sigchos	Hacienda San José	1
Saquisilí	Ninguna	0
Total		11

Nota. Esta tabla muestra el listado de las 11 haciendas turísticas distribuidas en cada cantón de la provincia de Cotopaxi.

Cabe mencionar, que de los 11 establecimientos que son consideradas haciendas turísticas en la provincia de Cotopaxi, se han descartado 5 haciendas, debido a los sucesos que se han evidenciado, como la crisis sanitaria del COVID 19 y las últimas manifestaciones que se dieron en el mes de junio del 2022, de tal manera que no se han podido reactivar las cuales se han dedicado a otras actividades, por ende han tenido grandes pérdidas en cuanto a reservas, es por ello que se descartaron las 5 haciendas ya que no se podía evidenciar turistas para aplicar las encuestas para obtener datos verídicos en cuanto a nuestra investigación. En la siguiente tabla se muestran la lista de haciendas turísticas, que se consideraron para la investigación de campo.

Tabla 9

Resumen de las haciendas turísticas de Cotopaxi

Cantón	Hacienda Turística	Cantidad
Latacunga	Hacienda San Joaquín	3
	Hacienda Tambo Mulaló	

Cantón	Hacienda Turística	Cantidad
	Hacienda La Ciénega	
Salcedo	Hacienda Nagsiche	1
Pujilí	Hacia Tigua Chimbacucho	1
Sigchos	Hacienda San José	1
Total		6

Nota. Esta tabla muestra el listado de las haciendas que fueron objeto de estudio para la presente investigación.

Por consiguiente, la muestra del presente proyecto de investigación es de 6 haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi. Por lo tanto, se aplicará una guía de entrevista a cada anfitrión de los alojamientos rurales a visitar.

Razón por la cual se aplicó a cada hacienda las encuestas dependiendo de las visitas de turistas que llegan y se hospedan en los respectivos alojamientos con la finalidad de conocer las percepciones del turista con respecto al turismo en el campo de la provincia de Cotopaxi, enfocándose a los servicios y actividades turísticas.

Turistas

En relación al cálculo de población se ha considerado el número de turistas nacionales y extranjeros que visitan las cuatro áreas que se encuentran ubicadas en la provincia, como el Parque Nacional Cotopaxi con un total de 177 763 vistas, Reserva Ecológica los Ilinizas con el 79 404 visitantes, Área Nacional de Recreación el Boliche con el total de 23 854 turistas, y el Parque Nacional Llanganates con 12 464 llegada de turistas, datos registrados el año pasado hasta la última actualización en el mes de septiembre (MAE, 2021).

Se ha tomado en consideración las cuatro áreas protegidas, mencionadas anteriormente, debido a que por ellas los turistas llegan a visitar la provincia de Cotopaxi siendo un

punto estratégico de atracción para las haciendas turista por la cercanía que tienen. El promedio que se obtuvo es de 73 371 siendo el valor obtenido al dividir la suma de los cuatro datos, la cual se considera la población de la muestra, el tamaño de la muestra se calcula mediante la fórmula:

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

Descripción de la fórmula:

- **n** = tamaño de la muestra
- **Z** = Nivel deseado de confianza. - Es el complemento del error (% de “encontrar que la muestra es representativa”). Los niveles más comunes son de 95 y 99%.
- **p** = Probabilidad de éxito. - Es la posibilidad de éxito
- **q** = Probabilidad de fracaso.
- **N**= Tamaño del universo
- **e** = Error máximo aceptable.

3.1.3.4 Cálculo

Tabla 10

Calculo de la muestra para turistas

CÁLCULO DE LA MUESTRA		
Total, de la población	N	17 371
Nivel de confianza	Z	1,70
Probabilidad de éxito	P	0,83
Probabilidad de fracaso	Q	0,17
Nivel de confianza	NC	70%

CÁLCULO DE LA MUESTRA		
Error muestral	E	0,05
Redondeo	N	166

Nota. La tabla muestra los niveles para el cálculo de la muestra

Al reemplazar los valores tenemos:

$$n = \frac{(73371) * (1.70)^2 * (0.83) * (0.17)}{(0.05)^2 * (73371 - 1) + (1.70)^2 * (0.83) * (0.17)}$$

$$n = \frac{29.919}{193\ 83}$$

$$n = \mathbf{166} \text{ encuestados}$$

Por lo tanto, la muestra del presente proyecto de investigación es de 163 encuestas que se aplicaran a los turistas que visitan las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi. El total de la muestra se dividirá de acuerdo al número de plazas o capacidad que disponga las haciendas, con la finalidad de obtener el número de encuestas, acerca de la percepción del turista, en cuanto a los servicios y actividades que les ofrecen durante la visita y estancia.

Para aplicar la guía de entrevista a los anfitriones de las haciendas, la muestra se considerará el total de establecimientos categorizados como haciendas turísticas ya que son aquellos cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje que cumplan con las condiciones establecidas por la norma (MINTUR, 2021)

A partir de esta definición se encuentran registradas 2 haciendas turísticas ubicadas en la provincia de Cotopaxi (MINTUR, catastro de alojamientos turísticos 2021), las cuales cumplen con los requisitos necesarios, pero no solo basta contar con estas haciendas por ende se ha tenido que realizar una investigación para saber el número exacto de haciendas que son turísticas, teniendo como antecedente la investigación de (Molina & Pallo, 2021) y la revista de

haciendas y Turismo Rural del Ecuador. En la siguiente tabla se muestran la lista de haciendas turísticas, ubicadas en diferentes cantones de la provincia de Cotopaxi.

Procesamiento y análisis de Datos

Esta etapa de la investigación, se desarrolla mediante el manejo de datos que permiten ser explorados, convertidos y evaluados y de esta forma determinar las tendencias y percepciones que contribuyan a establecer un escenario claro para de esta manera optimizar la toma de decisiones para reacciones futuras del mercado y actuar en concordancia a solventarlas. El análisis de datos corresponde al manejo de la información tanto de origen cualitativo como cuantitativo, por lo que mediante este hecho el investigador evidencia situaciones que identifiquen afectación al objetivo de la investigación, por lo que este proceso debe ser previamente planificado (Peña, 2014).

Una vez procesada la información, se desarrolla el análisis e interpretación de los resultados, lo que da origen a las conclusiones, para de esta forma generar estrategias referentes a la investigación, además el proceso de observación en campo se facilita la obtención de información debido a que recolectan los datos de lugar foco de estudio. Adicionalmente, la hoja de cálculo que facilitan el manejo de un alto volumen de información además de la aplicación de manejos estadísticos representadas y consolidados en tablas y representadas en gráficos facilitando el análisis de la información.

Para el año 2021 en el Parque Nacional Cotopaxi se registraron un total de 177. 763 visitantes, en el Área Recreacional el Boliche se registraron un total de 23. 854 visitantes, estos visitantes, en la Reserva Ecológica los Ilinizas se registraron un total de 79. 904 visitantes mientras que el Parque Nacional Llanganates se registraron un total de 12. 464 visitantes que acuden a cada una de estas áreas protegidas con la finalidad de buscar lugares aledaños a estas áreas como las haciendas siendo lugares que ofrecen una variedad de servicios y actividades, las cuales brindan convivencia e interacción entre el visitante y el medio que les rodea para buscar tener experiencias únicas y diferentes.

Después de realizar el cálculo sumando estas cuatro áreas y dividiendo entre las cuatro áreas correspondiente a la población obtenida para la aplicación de un cuestionario como la herramienta escogida para obtener los resultados. En este sentido, se describen las distintas operaciones que se realizarán sobre los datos obtenidos: clasificación, registro, tabulación y codificación (en su caso). En cuanto al análisis, se definirán las técnicas lógicas (inductivas, deductivas, analítico-sintéticas) o estadísticas (descriptivas o inferenciales) utilizadas para descifrar lo que revelan los datos recogidos por los instrumentos utilizados. (Arias, 2012)

De acuerdo con las 166 encuestas aplicadas a los turistas que visitan las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi, se ha logrado obtener como resultados sobre la percepción de los servicios y actividades en las haciendas turísticas. Se elaboro la tabulación de los datos obtenidos de la encuesta realizada a los visitantes nacionales y extranjeros que llegan hasta a las haciendas, cuyos resultados se presentan a continuación:

Datos generales: en este bloque se considera la nacionalidad, género, edad y nacionalidad de cada uno de los visitantes encuestados que llegan a visitar las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Testimonios de los anfitriones turísticos

Este análisis sirvió para levantar información a los anfitriones de las haciendas turísticas por medio de preguntas abiertas que se plantearon en forma directa y personalmente para recoger diversos criterios sobre el contexto real de los visitantes que asisten a las haciendas y los motivos principales para asistir a dichos lugares, así como la demanda de turistas que visitan y se hospedan por temporadas, control de los servicios y actividades que ofertan, opinión sobre el perfil de turista que realiza turismo rural, publicidad y marketing turístico del lugar, presentación física del sitio, experiencia recreativa dentro de una hacienda turística, y recomendaciones para impulsar el turismo rural en Cotopaxi. Esta guía de entrevista nos permite tener un dialogo abierto entre el investigador y el propietario de la hacienda turística de manera interactiva y dinámica

Figura 5

Ficha de entrevista Hacienda San Joaquín



FICHA DE ENTREVISTA DE ANFITRIONES DE LAS HACIENDAS TURISTICAS EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI		TR2E
Objetivo:	Recolectar información relacionada sobre las visitas, estancias y servicios que realizan en las haciendas turísticas en la provincia de Cotopaxi.	
Indicaciones:	Por favor conteste con la mayor sinceridad posible, sus respuestas serán indispensables para la base de elaboración del proyecto.	

Inicio de la entrevista:

Estimada, al encontrarnos el día de hoy, en este lugar mágico lleno de historia, vivencias y experiencias de parte de los visitantes, hemos considerado esta hacienda por su alto valor patrimonial y turístico para ser el punto de partida de un diálogo de temas que en ocasiones se ha dejado a un lado, evitando dar una carta de presentación para conocer a fondo criterios de grandes emprendedores los cuales vieron en estos sitios un verdadero potencial turístico. Por ello, permítanos conversar con usted siendo el anfitrión de la hacienda, sobre temas varios como las visitas, servicios, estancia, que brindan en este establecimiento para poder conocer su percepción y trayectoria que ha tenido a lo largo de todo este tiempo.

La entrevista se desarrolló a través de un diálogo a partir de una conversación armónica e interactiva tanto con la anfitriona de la hacienda como sus familiares quienes son sus socios secundarios, con una duración aproximada de dos horas, en las cuales se compartió un pequeño recorrido por las instalaciones de la hacienda con el hermano de la anfitriona quien nos comentó acerca de la historia de la hacienda, luego tuvimos la oportunidad de compartir un desayuno con la anfitriona quien nos comentaba que estaba muy feliz que nos interesáramos sobre la consideración turística que deben tener las haciendas en la provincia de Cotopaxi, después del compartir nos dirigimos a la sala principal quien al calor de una chimenea empezamos a conversar acerca de los principales puntos de interés de la entrevista.

Datos informativos:

Nombre: Alicia Fernández

Edad: 64

Cargo: Dueña y administradora

Trayectoria: 18 años

Lugar: Hacienda San Joaquín

Fecha de la entrevista: 13 de Julio del 2022

Hora: 9:00 am

“PERCEPCIONES DEL TURISTA DURANTE SU VISITA Y ESTANCIA EN HACIENDAS TURISTICAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”

Temas abordar:



1. Visitas turísticas que recibe en la hacienda

Puntos de interés:

i. Motivaciones por las cuales los turistas llegan a la hacienda y Cotopaxi/ las actividades que mayormente realizan en la hacienda.

Según lo mencionado durante la entrevista, las principales motivaciones por las que llega un turista a la provincia de Cotopaxi es por buscar un ambiente diferente, aire puro, reflexión y convivencia con el entorno, mientras que cuando llegan a las hacienda buscan desprenderse de la rutina diaria, tener un contacto directo con la naturaleza, recreación y realizar prácticas campestres como actividades: visita al ordeño, senderismo, caminata, camping, ciclismo entre otras que se pueden realizar dentro del lugar.

ii. Los meses que mayormente llegan turistas a la hacienda y si podemos hablar de cantidades: (cuenta con registros, evidencia de cantidad que la señala).

Los meses que mayormente visitan los turistas son el mes de marzo- abril, julio-agosto, septiembre-octubre y noviembre- diciembre donde son más recurridos para que los turistas visiten la hacienda San Joaquín, aproximadamente llegan de 15 a 20 turistas por promedio. Además, se cuenta con un registro físico manual donde el visitante llega y se registra e inclusive dejan sus recomendaciones y comentarios.

iii. Perfil del turista: hay un perfil del turista rural y específicamente el de la hacienda: (rasgos y otros elementos que señalen las características)

El perfil del turista que mayormente visita la hacienda son turistas tranquilos, aventureros, dinámicos, naturalistas, recreativos, creativos pero sobre turistas imperativos porque les gusta salir, conocer cada uno de los cultivos, los animales, tomarse fotos, salir en la madrugada para escalar el Cotopaxi y no quedarse estáticos, porque dentro de las características que más les reconoce dentro del campo rural es ser personas sociables con el medio que les rodea evitando dañarlos, destruirlo sino cuidarlo y tenerlo como una joya en un paraíso natural.

Notas de ayuda: motivos en relación a tipos de turismo

- Según la OMT, mencionan que las principales motivaciones por las que personas visitan diferentes destinos suelen hacerlos por diferentes factores: a) buscan relax; b) desconectarse de su rutina diaria; c) convivencia y relación familiar; d) Interacción con el entorno que les rodea; e) descanso y recreación. De las cuales las principales motivaciones por las visitan el Ecuador son “para disfrutar de la gastronomía típica”, “por destinos el sol y la playa” y “por sus atractivos turísticos naturales”, lo que evidencia la potencialidad del turismo de naturaleza y ecoturismo, de estos la gran mayoría son motivados por aspectos naturales, donde aproximadamente el 20% visitan áreas naturales y el 5.07% visitan zonas rurales.
- La gran mayoría de haciendas turísticas se encuentran en zonas aledañas al Parque Nacional Cotopaxi con un total de visitas de 177.763, seguido por la Reserva



Ecológica los Ilinizas con un total de 79.404 y el Área recreacional el Boliche con 23.854 visitas, datos registrados hasta el mes de septiembre del 2021, La importancia de los datos no radica solamente en recabarlos, sino que radica en cómo clasificarlos, y cómo generar modelos de datos relevantes al negocio que den valor agregado al mismo inclusive conocer la demanda de los mismos para tener en cuenta en las próximas visitas.

- El mercado turístico ha evolucionado mucho en los últimos años, los turistas son más exigentes y quieren una mejor calidad en el servicio, que provoque nuevas experiencias de tal manera que se enfoque en las necesidades de los turistas, ya que sus gustos y necesidades pueden ser variados, a la hora de elegir los lugares a visitar. Tener un perfil de turista permite relacionar las motivaciones de viaje obtenidas mediante la a naturaleza, aventura, relax, cultura y raíces, siendo estos los motivos para que los visitantes hagan uso de los servicios turísticos ofertados en los diferentes establecimientos, es de gran importancia para la creación o mejoramiento de los servicios turísticos complementarios que en la actualidad son los de mayor preferencia turística.

1.1. Servicios y la estancia en la hacienda

Puntos de interés:

i. Las instalaciones y servicios que ofrecen

la hacienda cuenta con instalaciones cómodas patrimoniales tiene aproximadamente 80 años de antigüedad durante ese tiempo hace un año recién se está cambiando el tejado de la hacienda conservando las piezas originales, a pesar de los diferentes desastres naturales de la zona la hacienda permanece intacta hubo solo pequeños cortes leves, las instalaciones son prácticamente de madera: eucalipto y capulí que sostienen prácticamente la hacienda, el piso es de madera como también las camas, armarios y veladores con estilos patrimoniales, dándole a la hacienda una riqueza de casa de abuelitos, donde llegan los turistas se sienten como en su casa, esa antigua casa de visita a los abuelos que hacen que todas las instalaciones no les sientan indiferentes sino al contrario se sientan cómodos y felices.

Los servicios que ofrecen la hacienda es alimentación y alojamiento, la alimentación siempre es variada con las tres principales comidas al día: desayuno, almuerzo y cena como además cuenta con un servicio de 24 horas de room service si desean un café, tostadas, galletas o cualquier otra bebida que se les sea apetecible, además no cuentan con horarios fijos para el desayuno, porque dan la facilidad que sea el turista quien decida a que hora desea desayunar. Con respecto al alojamiento cuenta con 15 habitaciones individuales y dobles, pero si el visitante desea habitación cuádruple de igual manera se les acomoda porque siempre están al gusto del consumidor, estas habitaciones son cómodas, espaciosas y con un ambiente fresco, las cobijas son térmicas en caso de tener frío en las noches y madrugadas que son constantes por la zona.

ii. temporadas y días más altos de visita



Las temporadas que más visitan la hacienda es en verano por su clima y las condiciones de vías porque todavía hay caminos de segundo y tercer orden que en temporada de invierno es dificultoso llegar. Por lo tanto, esta temporada es fantástica inclusive para disfrutar de cada lugar de la hacienda desde su visita al ordeño hasta acampar en el lugar porque tienen las facilidades para realizar un campamento con fogata y comida al aire libre. Los días de mayor visita son los fines de semana para disfrutar en familia y amos mientras los días jueves y viernes son días solo de amigos por lo general suelen venir estudiantes para levantar un estudio de investigación.

iii. El uso de las reservas de alojamiento y un promedio de ocupación (meses - días)

El uso de reservas se separa máximo con dos meses de anticipación, pero por lo general suelen hacerlo un mes antes, una semana antes e inclusive lo pueden realizar en ese momento, los meses de igual manera de mayor alojamiento son julio- agosto y noviembre- diciembre que son más llamativos para hospedarse, máximo son dos noches y mínimo una noche, los días son jueves a domingo.

- Según el reglamento de alojamiento turístico menciona en el art 12 literal d) haciendas turísticas son establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje y alimentación, conjuntamente con actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras. Los servicios son el complemento que le da el valor y realce al lugar, tenerlos proporciona el interés de visita en la hacienda, de esta manera el turista sabrá que tendrá para recrearse, como también el alojamiento o alimentación que son indispensables para hacer del tiempo de visita más duradero.
- La llegada de turistas se distingue por destinos recurrentes, como por temporadas las cuales se hacen más atractivas para el turista, sobre todo temporadas vacacionales dónde arriban más turistas aprovechando los días de descanso para realizar algún tipo de turismo en un lugar diferente. La estacionalidad ha sido uno de los aspectos característicos del turismo en muchas partes del mundo: en general es vista como uno de los principales problemas que enfrenta “la industria”. Butler (1994, p. 332) la define como “un desequilibrio temporal que puede expresarse en términos del número de visitantes, del tráfico en las calles y otras formas de transporte, en los empleos y en las entradas a atracciones turísticas, sean estos días, meses, años o tiempos”.
- Los alojamientos turísticos tienen un papel fundamental en la economía del turismo, ya que estos definen algunos aspectos relacionados con la satisfacción del cliente, concretamente: conformidad con el viaje, atractivo del destino turístico, alta apreciación de la organización de la estancia, muchos de estos lugares tratan de ofrecer al turista un lugar diferente para pernoctar utilizando diferentes entornos sobre todos naturales, habitaciones tradicionales y campestres acompañas con estilos rústicos fuera de lo habitual, partiendo de este antecedente.



Conclusión final:

"Trabajar en el campo turístico ha sido la mejor experiencia y está experiencia no la cambio, ni la dejó" fueron las palabras de la Sra. Alicia Fernández, anfitriona de la hacienda turística San Joaquín, para ella las haciendas turísticas son una verdadera joya patrimonial de arte y belleza que deben ser admiradas por todas las personas amantes de lo escondido y olvidado por muchos, tener una hacienda requiere de trabajo, esfuerzo pero sobre todo amor para hacer de un lugar antiguo un lugar de reencuentro siendo las haciendas el segundo hogar de los turistas, su percepción con respecto a la hacienda es convertirla en el futuro un patrimonio turístico de familia donde las generaciones las recuerden como unos sitios de visita al pasado y presente que no solo sean lugares de admiración sino lugares de complementarios que les brinden todos los servicios y que la experiencia sea la mejor carta de presentación.

Dar nuestro punto de vista de las expectativas que vimos en ello y que optimo fue para nosotros y si logramos obtener la información necesaria. Duración de entrevista uno a dos párrafos

Percepción del entrevistado con el tema abordado un párrafo de mi experiencia

Anexo fotográfico:



Nota: Recibimiento en la puerta principal de la hacienda San Joaquín por parte del Sr. Gustavo hermano y socio de la Sra. Alicia Fernández propietaria de la hacienda, dialogo sobre la historia de la hacienda.



Nota: Compartiendo un desayuno en el restaurante de la Hacienda San Joaquín acompañada de la Sra. Alicia Fernández dueña del establecimiento, principales estancias del dialogo de entrevista.



Link de la entrevista:

<https://photos.app.goo.gl/R2sC2vXA8z9WUDWV9>

Nota. En las siguientes imágenes se muestra la ficha de entrevista que fue dirigida a la anfitriona de la hacienda turística San Joaquín

Figura 6

Ficha de entrevista Hacienda Posada de Tigua



FICHA DE ENTREVISTA DE ANFITRIONES DE LAS HACIENDAS TURISTICAS EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI		TR2E
Objetivo:	Recolectar información relacionada sobre las visitas, estancias y servicios que realizan en las haciendas turísticas en la provincia de Cotopaxi.	
Indicaciones:	Por favor conteste con la mayor sinceridad posible, sus respuestas serán indispensables para la base de elaboración del proyecto.	

Saludo:

Estimado, al encontramos el día de hoy, en este lugar mágico lleno de historia, vivencias y experiencias de parte de los visitantes, hemos considerado esta hacienda por su alto valor patrimonial y turístico para ser el punto de partida de un dialogo de temas que en ocasiones se ha dejado a un lado, evitando dar una carta de presentación para conocer afondo criterios de grandes emprendedores los cuales vieron en estos sitios un verdadero potencial turístico. Por ello, permítanos conversar con usted siendo el anfitrión de la hacienda, sobre temas varios como las visitas, servicios, estancia, que brindan en este establecimiento para poder conocer su percepción y trayectoria que ha tenido a lo largo de todo este tiempo.

Inicio de entrevista:

Al llegar a la hacienda nos recibió el señor Felipe Rodríguez gerente propietario de la Hacienda Posada de Tigua, junto a su madre Margarita y su hermano Jorge, quienes nos invitaron a disfrutar de un desayuno junto a ellos, en donde pudimos conocernos y entrar en confianza. Posterior nos dirigimos a la sala de la casa donde comenzó la entrevista, antes de ello encendieron la chimenea, haciéndonos sentir a gusto en un ambiente familiar, donde empezó a conversar los inicios de la hacienda y su historia.

La hacienda tiene más de 200 años de antigüedad, que viene de la familia de su padre antiguamente se dedicaban a agricultura y ganadería. Hace 21 años empezaron a dedicarse al hotelería debido a una paralización hace 22 años, donde blocaron las carreteras y una turista inglesa, les pidió posas en donde permaneció 15 días, luego de ello cayo la enfermedad que se llama la vaca loca, en donde empezaron a ponerse locas las vacas y lamentablemente tuvieron que matarlas a todas, en ese entonces obtenían 200 litros de leche diario el cual eran uno de los ingresos económicos del lugar.

Debido a estos acontecimientos, y a la experiencia que tuvieron al hospedar a la turista inglesa decidieron abrir sus puertas a los turistas, diferenciándose a un hotel dando la perspectiva de la hacienda en medio de la montaña, en donde les invitan a que venga a compartir con ellos las actividades que normalmente realizan en la hacienda. Al terminar la entrevista dimos un recorrido por toda la hacienda, conociendo las instalaciones.

Datos informativos:

Nombre: Felipe Rodríguez

Edad: 33 años

Cargo: Gerente Propietario



Trayectoria: 10 años

Lugar: Hacienda Posada de Tigua Chimbacucho

Día de visita: sábado 9 de julio del 2022

Hora de la entrevista: 08:00 am

“PERCEPCIONES DEL TURISTA DURANTE SU VISITA Y ESTANCIA EN HACIENDAS TURÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”

Temas abordar:

1. Visitas turísticas que recibe en la hacienda

Puntos de interés:

i. Motivaciones por las cuales los turistas llegan a la hacienda y Cotopaxi/ las actividades que mayormente realizan en la hacienda.

Según lo mencionado en las entrevistas las principales motivaciones por las que llega el turista a la hacienda, es porque busca desconectarse de su rutina diaria, encontrarse en un ambiente diferente, convivir con la naturaleza, realizar actividades que le ofrece la hacienda: caminata, visita al ordeño, elaboración de productos como: yogurt, mangar, tigua una mantequilla clarificada, los procesos de carne y visita por los huertos.

Por el hecho que la hacienda se encuentra un lugar estratégico algunos turistas llegan que realizan alta montaña, visitan la hacienda para realizar la aclimatación, para luego realizar caminata al Quilotoa y Cañón de Toachi con un recorrido de 14.9km, estas son las actividades que más acceden los clientes para poder ascender a las montañas.

ii. Los meses que mayormente llegan turistas a la hacienda y si podemos hablar de cantidades: (cuenta con registros, evidencia de cantidad que la señala).

Los meses que mayormente llegan los turistas a la hacienda Posada de Tigua son en el mes de junio- julio y agosto con un total de 450 a 500 turistas aproximadamente, dando un porcentaje de 9.9% de turistas europeos y franceses. Además, cuenta con una bitácora manual, registrando el número de turistas por meses, cabe mencionar que el ministerio de turismo directamente le exige a tener un registro, a su vez cuenta con un libro en donde los turistas dejan sus recomendaciones y agradecimientos.

iii. Perfil del turista: hay un perfil del turista rural y específicamente el de la hacienda: (rasgos y otros elementos que señalen las características)

El perfil del turista que visita la hacienda, se apasiona por conocer la cultura y tradiciones, les gusta mantener conversaciones con los dueños de la casa sintiendo ese calor de familia, también les gusta compartir información y preguntar temas que por lo general ya no es visto en las ciudades como por ejemplo que pasa en un matrimonio en el sector, como viven en medio de las comunidades, por ende, una de las características dentro sector rural es compartir lo que es el turismo vivencial.

Notas de ayuda: motivos en relación a tipos de turismo

- Según la OMT, mencionan que las principales motivaciones por las que personas visitan diferentes destinos suelen hacerlos por diferentes factores: a) buscan relax; b)



desconectarse de su rutina diaria; c) convivencia y relación familiar; d) Interacción con el entorno que les rodea; e) descanso y recreación. De las cuales las principales motivaciones por las visitan el Ecuador son “para disfrutar de la gastronomía típica”, “por destinos el sol y la playa” y “por sus atractivos turísticos naturales”, lo que evidencia la potencialidad del turismo de naturaleza y ecoturismo, de estos la gran mayoría son motivados por aspectos naturales, donde aproximadamente el 20% visitan áreas naturales y el 5.07% visitan zonas rurales.

- La gran mayoría de haciendas turísticas se encuentran en zonas aledañas al Parque Nacional Cotopaxi con un total de visitas de 177.763, seguido por la Reserva Ecológica los Ilinizas con un total de 79.404 y el Área recreacional el Boliche con 23.854 visitas, datos registrados hasta el mes de septiembre del 2021, de acuerdo a los datos proporcionados cuantos turistas estima usted que llegan a visitar la hacienda ¿maneja algún tipo de registro que evidencia el motivo por el cual aceptan su oferta turística?.
- El mercado turístico ha evolucionado mucho en los últimos años, los turistas son más exigentes y quieren una mejor calidad en el servicio que provoque nuevas experiencias de tal manera que se enfoque en las necesidades de los turistas, ya que sus gustos y necesidades pueden ser variados, a la hora de elegir los lugares a visitar. ¿usted ha evidenciado alguna característica en cuanto al perfil del turista que visita su hacienda?.

1.1. Servicios y la estancia en la hacienda

Puntos de interés:

i. Las instalaciones y servicios que ofrecen

La hacienda cuenta con instalaciones cómodas de estilo rustico, tiene aproximadamente más de 200 años, iniciaron con cinco habitaciones y un solo baño, con el pasar del tiempo se realizaron adecuaciones, aumentaron a 11 habitaciones cada una con baño privado y agua caliente con calefones, de igual manera cambiaron el color de las paredes tratando de conservar el estilo de la hacienda, y en cuanto a la decoración es netamente de la familia. Los servicios que ofrece la hacienda son servicios de alojamiento que incluye desayuno, almuerzo y cena, la alimentación que se ofrecen a los turistas lo realizan con productos de la zona y netamente comida tradicional.

De igual manera realizaron ciertos cambios en lo que se refiere a hotelería, está dejando a un lado lo que es el plástico, respetando mucho la calidad del shampoo y jabón, ya que en la hacienda realizan su propio producto en barra que contiene aceites esenciales que no tienen químicos, aceites esenciales de maracuyá y eucalipto. También realizan siembra de árboles nativos como sachá capulí, polilepis entre otras, que contribuyendo al medio ambiente las cuales generan agua a la comunidad, sembrando 60 mil árboles y 40 mil dentro de la hacienda, esta actividad también la pueden realizar los turistas sin ningún costo. Estas son partes de las mejoras que ha realizado la hacienda.

ii. Meses y días que mayor reserva tiene/ temporadas

La hacienda se maneja por temporadas altas y bajas, por lo general las instalaciones se llenan mediados de junio-julio y agosto, considerando que esos son los meses de temporada alta, mientras que en las temporadas bajas enero- febrero y marzo lo más bajo son de 80 personas. Los días de mayor visita son los fines de semana, ya sean estos en grupos grandes o solos.



iii. El uso de las reservas de alojamiento y un promedio de ocupación (meses - días)

El turista puede realizar reservas directas, ya sea por teléfono, correo electrónico o por WhatsApp de acuerdo a la temporada si es alta realizan las reservas con uno o dos meses de anticipación, y en cuanto a las temporadas bajas la reserva puede realizarse en el mismo momento. Por lo general los turistas solo se quedan máximo una noche o dos.

- Según el reglamento de alojamiento turístico menciona en el art 12 literal d) haciendas turísticas son establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje y alimentación, conjuntamente con actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras.
- La llegada de turistas se distingue por destinos recurrentes, como por temporadas las cuales se hacen más atractivas para el turista, sobre todo temporadas vacacionales donde arriban más turistas aprovechando los días de descanso para realizar algún tipo de turismo en un lugar diferente, nos puede mencionar ¿Cuáles son esas temporadas que recibe un gran número de reservas?
- Los alojamientos turísticos tienen un papel fundamental en la economía del turismo, ya que estos definen algunos aspectos relacionados con la satisfacción del cliente, concretamente: conformidad con el viaje, atractivo del destino turístico, alta apreciación de la organización de la estancia, muchos de estos lugares tratan de ofrecer al turista un lugar diferente para pernoctar utilizando diferentes entornos sobre todos naturales, habitaciones tradicionales y campestres acompañadas con estilos rústicos fuera de lo habitual, partiendo de este antecedente ¿Cuáles son los días o meses más recurrentes en cuanto al hospedaje de los turistas?

Conclusión final:

Al visitar la Hacienda Posada de Tigua, Felipe Rodríguez, fue amable en recibirnos y darnos un tiempo para realizar la entrevista que duró alrededor de 40 min. Al tener una conversación con él se pudo evidenciar que tiene una gran sabiduría sobre el tema en cuanto a la hotelería y administración, no tuvo ningún inconveniente al responder cada una de nuestras dudas lo cual fue de gran ayuda para nuestra investigación.

Durante la visita en la hacienda, nos hicieron sentir a gusto en un ambiente familiar, por lo que se caracteriza la hacienda, lo que les diferencia a un hotel, sus instalaciones se encuentran en perfectas condiciones, en cuanto al servicio de alimentación son elaborados con productos de ellos de y de la zona. Este lugar es ideal para pasar en familia, amigos o solo ya que la gente que les recibe es amable y atenta, por ende, los turistas deciden visitar esta hacienda.



Anexo fotográfico de la entrevista.



Ilustración 1 Desayuno en la hacienda



Ilustración 2 Entrevista con Felipe Rodríguez en la sala de la Hacienda



Ilustración 3 Recorrido fuera de la hacienda



Ilustración 4 Visita al huerto de la hacienda

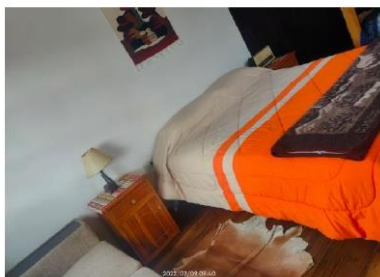


Ilustración 5 Instalaciones de la hacienda

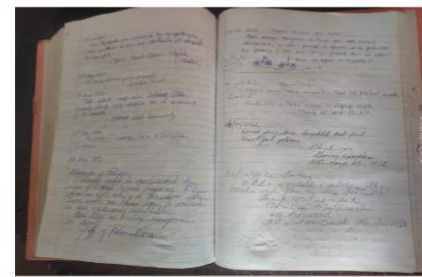


Ilustración 6 Registro de turistas

Link del video de la entrevista

<https://photos.app.goo.gl/4xmd5PPKoBbMdcJj9>

Nota. En las siguientes imágenes se muestra la ficha de entrevista que fue dirigida al anfitrión de la hacienda turística Tigua

Análisis documental de testimonios de los turistas

Tabla 11

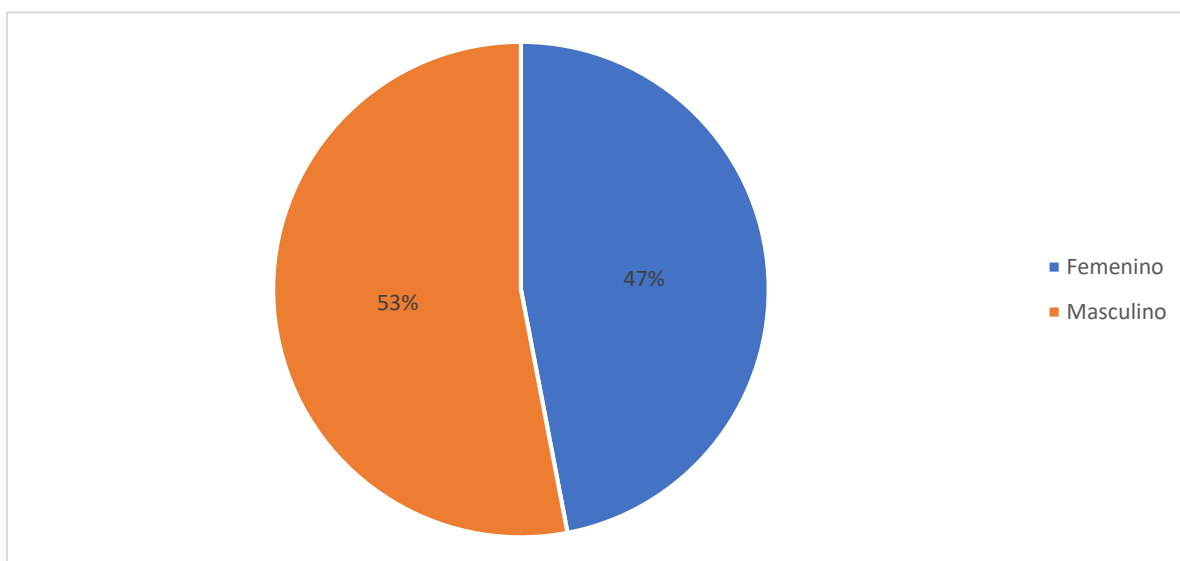
Datos generales: Género del turista

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	78	47%
Masculino	88	53%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se muestran los resultados a la pregunta con respecto al género del visitante que llega a las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 7

Datos generales: Género del turista



Interpretación: De las encuestas realizadas a los turistas que ingresan a las haciendas turísticas, el 53% representa al género masculino, mientras que el 47% al femenino.

Análisis: Las haciendas turísticas obtienen una mayor afluencia de personas del género masculino, demostrando su participación durante su visita y estancia en dichos lugares, el género representa un elemento clave para identificar al segmento de mercado al cual nos

vamos a enfocar y determinar cuál es su percepción con respecto a los servicios y actividades que recibe en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Tabla 12

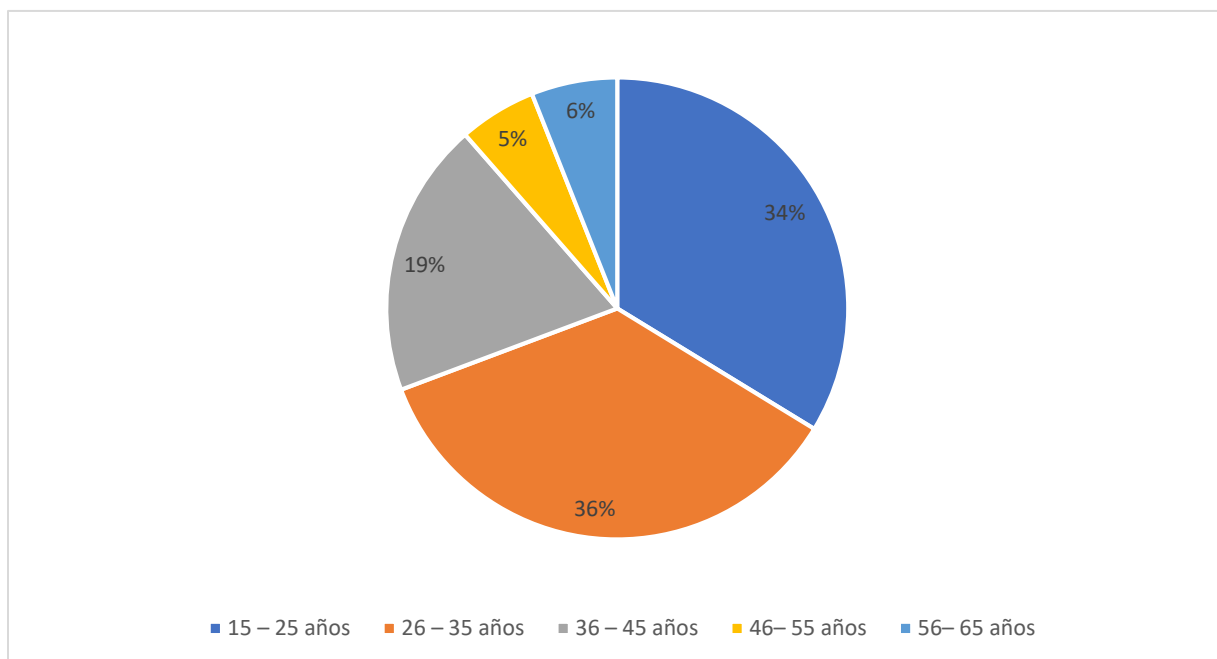
Datos generales. Edad del turista

Edad	Frecuencia	Porcentaje
15 – 25 años	56	34%
26 – 35 años	59	36%
36 – 45 años	32	19%
46– 55 años	9	5%
56– 65 años	10	6%
Total, general	166	100%

Nota. en la tabla se puede observar los resultados generados en cuanto a la edad del visitante que llega de visita a las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 8

Datos generales: Edad del turista



Interpretación: Del total de encuestados, el 36% tienen una edad de 26 a 35 años, el 34% representa a los visitantes de 15 a 25 años, el 19% corresponde a visitantes de 36 a 45 años, el 6% pertenece a los visitantes de 56 a 65 años de edad y el 5% corresponde finalmente a visitantes entre 46 a 55 años.

Análisis: Los visitantes que con mayor frecuencia visitan las haciendas turísticas se encuentran en un rango de edad de 26-35 años siendo considerados personas jóvenes, dinámicos y aventureros quienes serían la demanda potencial, este grupo posee ciertas características físicas y psicológicas que están encaminados a realizar actividades tipo campestre, ya que al ser de una edad joven requieren de actividades de adrenalina y diversión.

Tabla 13

Datos Generales. Nacionalidad del turista

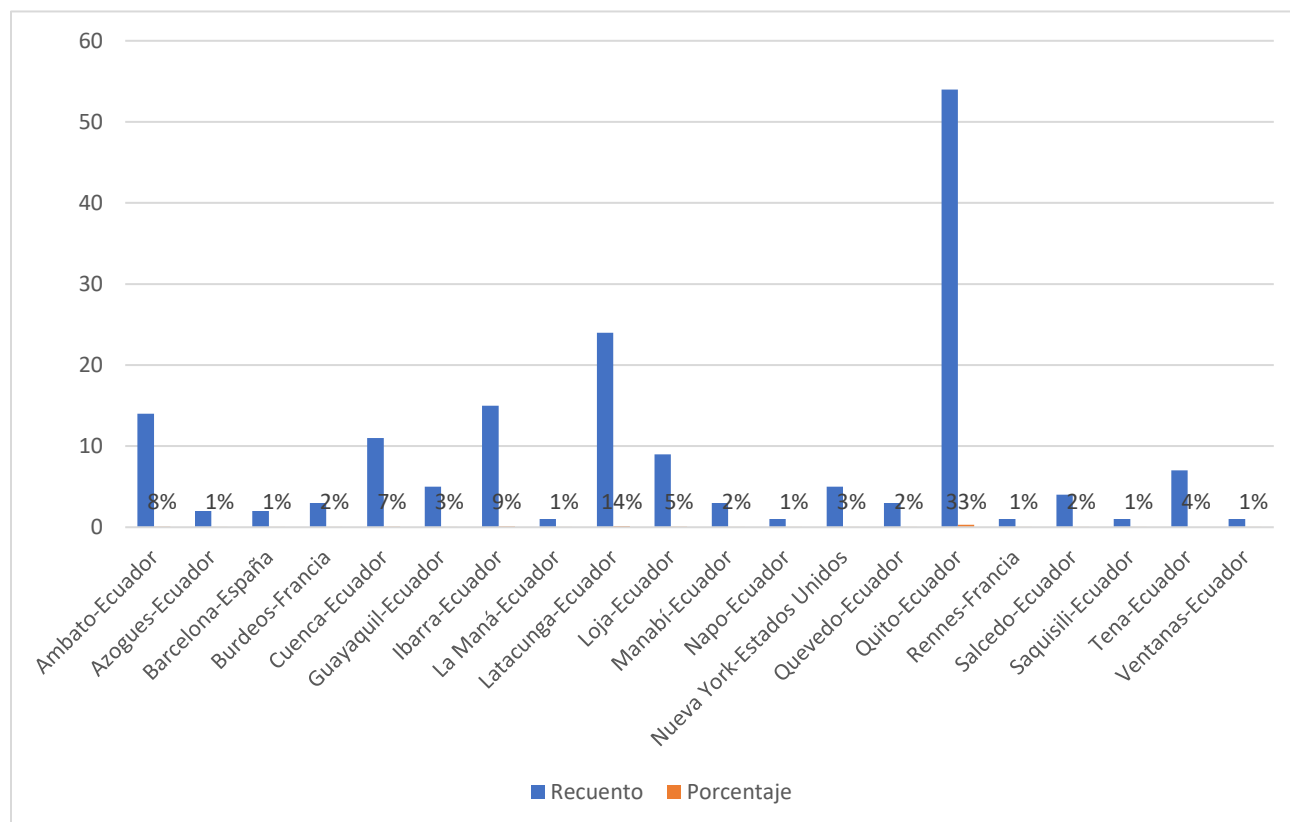
Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje
Ambato-Ecuador	14	8%
Azogues-Ecuador	2	1%
Barcelona-España	2	1%
Burdeos-Francia	3	2%
Cuenca-Ecuador	11	7%
Guayaquil-Ecuador	5	3%
Ibarra-Ecuador	15	9%
La Maná-Ecuador	1	1%
Latacunga-Ecuador	24	14%
Loja-Ecuador	9	5%
Manabí-Ecuador	3	2%
Napo-Ecuador	1	1%
Nueva York-Estados Unidos	5	3%

Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje
Quevedo-Ecuador	3	2%
Quito-Ecuador	54	33%
Rennes-Francia	1	1%
Salcedo-Ecuador	4	2%
Saquisilí-Ecuador	1	1%
Tena-Ecuador	7	4%
Ventanas-Ecuador	1	1%
Total, general	166	100%

Nota. en la tabla se presentan los resultados en cuanto a la nacionalidad del visitante con respecto a la ciudad y país que llega para visitar las haciendas turísticas de la provincia de Co

Figura 9

Datos generales. Nacionalidad del turista



Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos, se logra identificar a los visitantes de diferentes ciudades y países que visitan las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi, teniendo de Ambato el 8% de visitas, Azogues con el 1%, Cuenca con el 7%, Guayaquil con el 3%, Ibarra con el 9%, la Mana con el 1%, Latacunga con el 14% , Loja con el 5%, Manabí con el 2%, Napo con el 1%, Quevedo con el 2%, Quito con el 33%, Salcedo con el 2%, Saquisilí con el 1%, Tena con el 1% y ventanas con el 1% de visitantes, siendo ciudades pertenecientes al Ecuador como también tenemos ciudades provenientes de Estados Unidos como New York con el 3%, ciudades de Francia como Burdeos con el 2%, Rennes con el 1% y finalmente ciudades de España como Barcelona. Con el 1%.

Análisis: Las haciendas turísticas son visitadas por turistas nacionales provenientes de diferentes ciudades de las tres regiones: costa, sierra y amazonia siendo las principales ciudades que mayormente visitan las haciendas son: Quito, por ser considerada la capital del país con un perfil del viajero aventurero y de convivencia familiar y Latacunga por ser la capital de la provincia de Cotopaxi donde pertenecen las haciendas turistas ya que al ser el centro de cada una de ellas es más viable su facilidad de visitar y conocer dichos lugares, estas dos ciudades son encantadoras ya que las personas que la componen son gente amable, sociable pero sobre todo sagaces para aventurarse a lugares cercas de las áreas protegidas. Pero también se cuenta con visitantes provenientes del continente americano como Estados Unidos en la ciudad de New York, en el continente europeo como España ciudad de Barcelona y Francia con las ciudades de Burdeos y Rennes demostrando su gusto por ambientes diferentes como las haciendas pertenecientes al turismo rural.

Tabla 14

Datos informativos. ¿Cuándo visita alguna hacienda turística suele hacerlo?

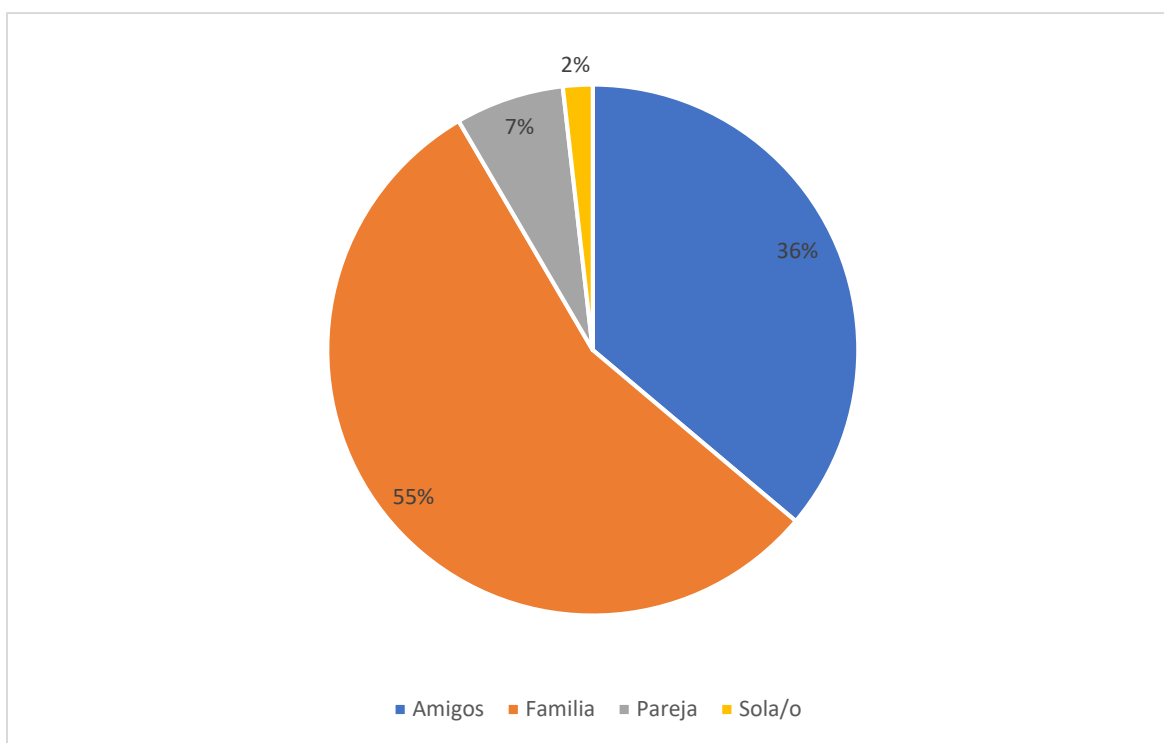
¿Cuándo visita alguna hacienda turística suele hacerlo?	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	60	36%

¿Cuándo visita alguna hacienda turística suele hacerlo?	Frecuencia	Porcentaje
Familia	92	55%
Pareja	11	7%
Sola/o	3	2%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia la compañía con la acude el visitante cuando visita las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 10

Datos informativos. ¿Cuándo visita alguna hacienda turística suele hacerlo?



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 55% realizan su visita con su familia, seguido del 36% que visitan las haciendas acompañadas por amigos, luego tenemos el 7% de visitantes que están acompañados de su pareja y por último un 2% de visitantes que deciden viajar solos.

Análisis: Del total de la muestra se obtuvo que 92 visitantes, es decir más de la mitad de los encuestados visitan una hacienda en compañía de su familia evidenciando que estos lugares les permite tener una conexión más unánime entre el círculo familiar como también con la naturaleza siendo considerados como un segundo hogar, un lugar de visita a la casa de un abuelo donde lo patrimonial y acogedor hace que se sientan en casa, seguido de sus amigos lo que demuestra la afluencia de grupos grandes que buscan ser partícipes de actividades recreativas que se pueden practicar dentro de una hacienda con un toque de diversión de igual manera para las parejas que suelen ir en busca de una nueva experiencia, momentos únicos y fantásticos, finalmente aquellos visitantes solitarios que tratan de encontrarse con sí mismos y darse un tiempo para meditar, reflexionar y pensar siendo las haciendas los lugares idóneos para complementarse con todas las necesidades del visitante.

Tabla 15

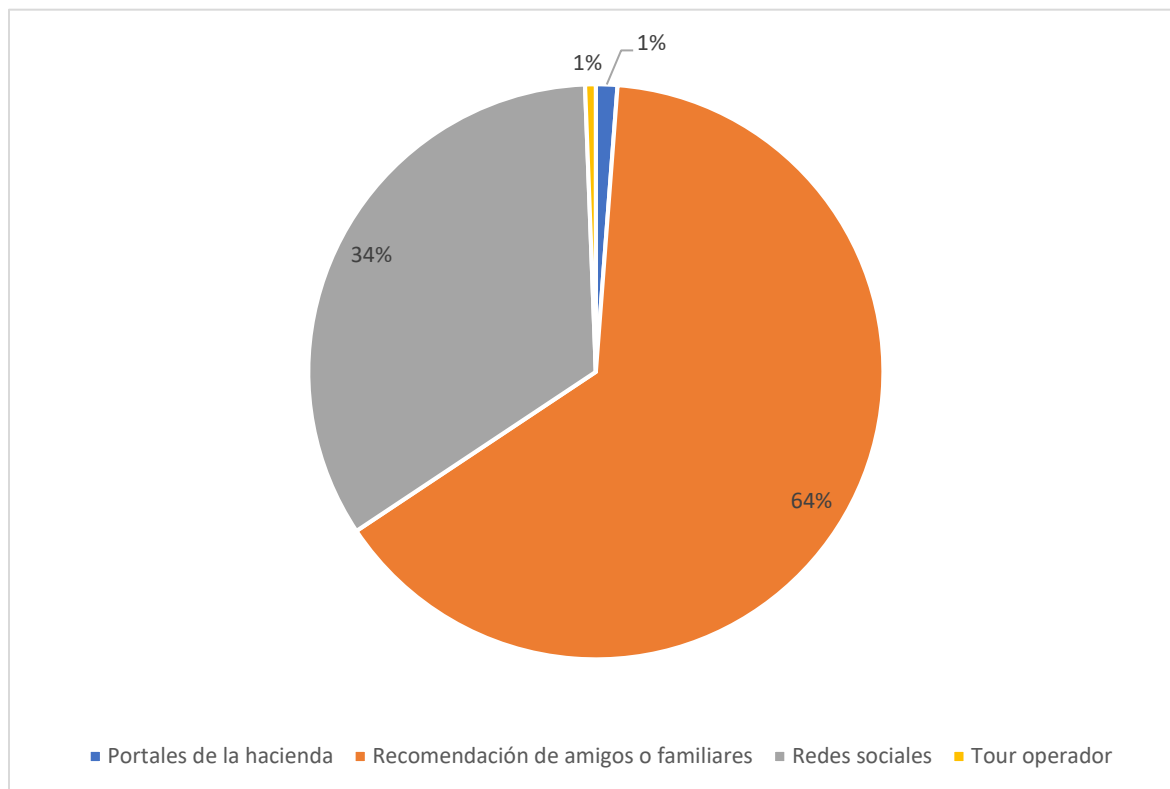
Datos informativos. ¿Cuál es el medio de información que más utiliza previo a su visita a una hacienda turística?

¿Cuál es el medio de información que más utiliza previo a su visita a una hacienda turística?	Frecuencia	Porcentaje
Portales de la hacienda	2	1%
Recomendación de amigos o familiares	107	64%
Redes sociales	56	34%
Tour operador	1	1%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia al medio de información que más utilizan previo a visitar las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 11

Datos informativos. ¿Cuál es el medio de información que más utiliza previo a su visita a una hacienda turística?



Interpretación: Del total de encuestados se obtuvo que el medio de información previo a visitar una hacienda turística es por recomendaciones de amigos y familiares con el 64%, seguido con las redes sociales con el 34%, luego el 1% por portales de las páginas de las haciendas y por último el 1% por un tour operador.

Análisis: Para realizar las respectivas visitas a las haciendas y la curiosidad por conocerlas los visitantes suelen guiarse mayormente por las recomendaciones de amigos y familiares quienes comentan sus diferentes experiencias, los servicios que poseen, las actividades que ofertan y las instalaciones físicas de lo que pueden hacer dentro de ese lugar siendo motivantes para que las personas visiten y vivan la misma experiencia de las personas que ya visitaron de igual manera las redes sociales siendo estructuras formadas de internet que permiten conectar sitios de interés a través de la publicidad y promoción.

Tabla 16

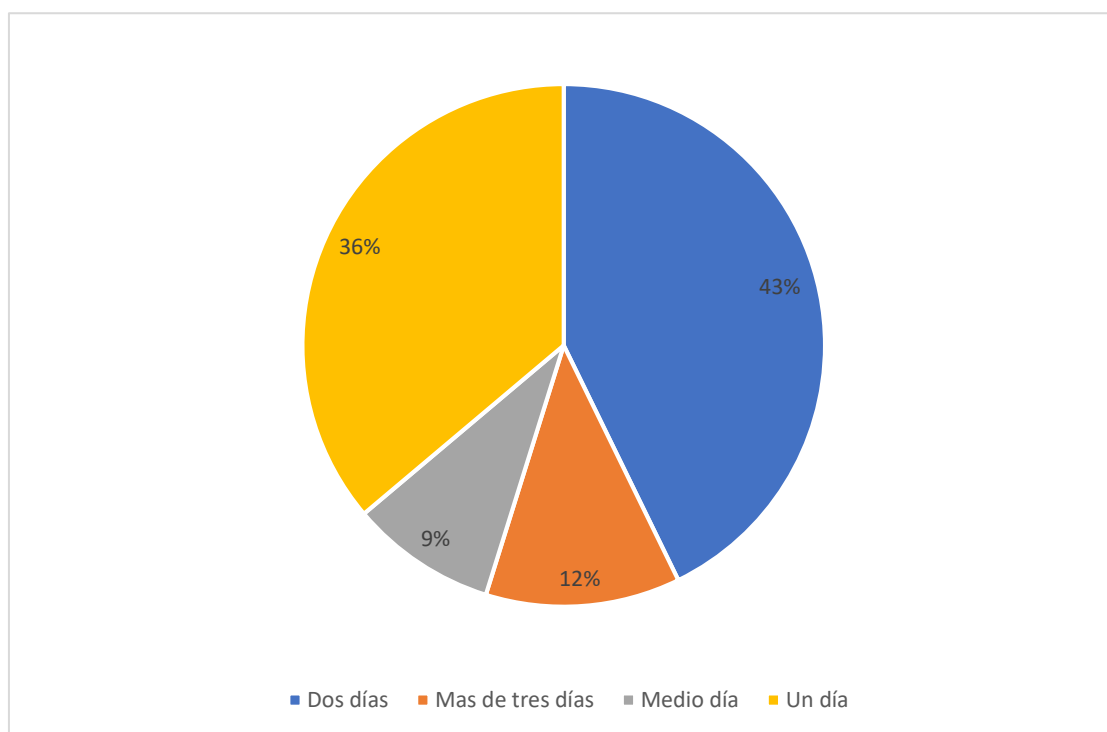
Datos informativos. ¿Cuánto tiempo por lo general se toma para visitar una hacienda turística?

¿Cuánto tiempo por lo general se toma para visitar una hacienda turística?	Frecuencia	Porcentaje
Dos días	71	43%
Mas de tres días	20	12%
Medio día	15	9%
Un día	60	36%
Total, general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta del tiempo que se toman para visitar una hacienda turística de la provincia de Cotopaxi

Figura 12

Datos informativos. ¿Cuánto tiempo por lo general se toma para visitar una hacienda turística?



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 43% de las personas visitan las haciendas más de dos días, mientras que el 36% visitan un día completo la hacienda, el 12% más de tres días visitan las haciendas y por último el 9% con tiempo de visita de medio día.

Análisis: las haciendas turísticas son lugares ideales para pasar más de dos días de estancia, demostrando que dichos lugares cuentan con un ambiente acogedor y considerable para hacer del tiempo de estancia más duradero por la variedad de servicios complementarios que ofrecen al visitante con el objetivo de satisfacer sus necesidades, también son considerados lugares de visita de un día completo para disfrutar de las instalaciones y darse un relax entero practicando diferentes actividades que hagan que el día sea entretenido y recreativo.

Tabla 17

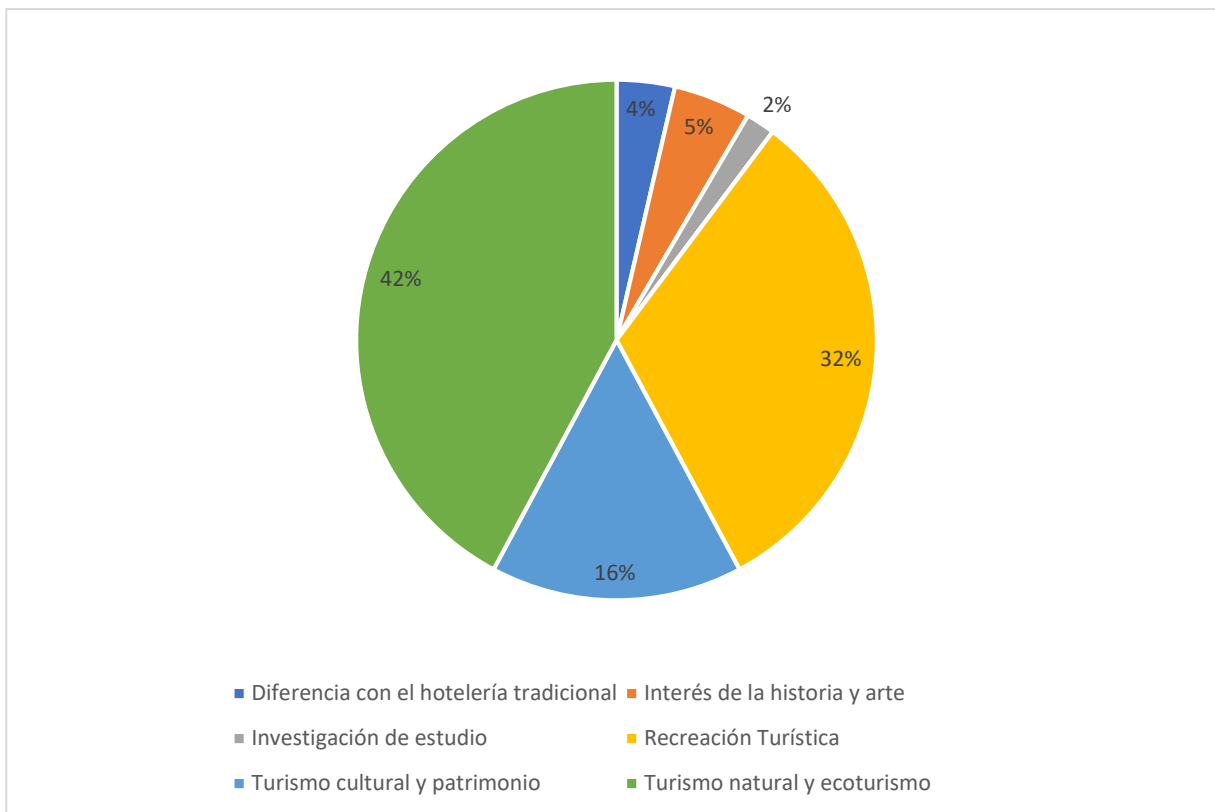
Datos informativos. De las siguientes opciones escoja ¿Cuál de ellas le motiva a visitar una hacienda turística?

De las siguientes opciones escoja ¿Cuál de ellas le motiva a visitar una hacienda turística?	Frecuencia	Porcentaje
Diferencia con el hotelería tradicional	6	4%
Interés de la historia y arte	8	5%
Investigación de estudio	3	2%
Recreación Turística	53	32%
Turismo cultural y patrimonio	26	16%
Turismo natural y ecoturismo	70	42%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados de la interrogante sobre el motivo de visita en una hacienda turística de la provincia de Cotopaxi

Figura 13

Datos informativos. De las siguientes opciones escoja ¿Cuál de ellas le motiva a visitar una hacienda turística?



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 42% es motivado a visitar las haciendas por el turismo de naturaleza y ecoturismo, seguido del 32% que visitan las haciendas por motivo de buscar recreación turística, el 16% motivado por el turismo cultural y patrimonio, el 5% por motivo de interés de historia y arte, el 4% por buscar un lugar diferente con el hotelería tradicional y el 2% por estudiantes y docentes que buscan de estos lugares una investigación de estudio.

Análisis: el principal motivo para visitar las haciendas turísticas es por el turismo de naturaleza y ecoturismo ya que este tipo de turismo tiene como principal motivación la observación y apreciación de la biodiversidad del entorno a visitar siendo un turismo estratégico para el desarrollo de comunidades y un medio para la difusión del patrimonio natural y siendo el segundo motivo de visita la recreación turística que contribuye a la salud física, mental y social; para satisfacer necesidad de tipo deportivo.

Tabla 18

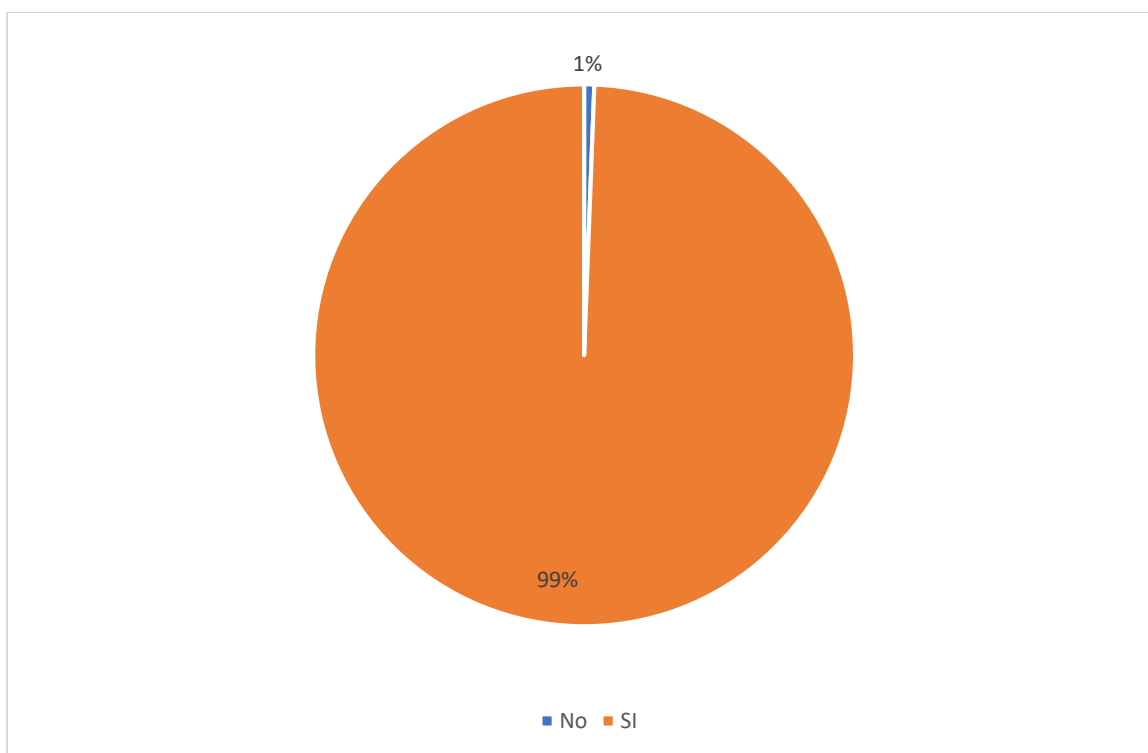
Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 1. ¿Para visitar una hacienda turística considera usted que las instalaciones físicas deben ser confortables?

1. ¿Para visitar una hacienda turística considera usted que las instalaciones físicas deben ser confortables?	Frecuencia	Porcentaje
No	1	1%
Si	165	99%
Total General	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia acerca del confort de las instalaciones en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 14

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 1. ¿Para visitar una hacienda turística considera usted que las instalaciones físicas deben ser confortables?



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 99% considera que las instalaciones físicas deben ser confortables para la visita y estancia de los turistas en las haciendas turísticas mientras que el 1% considera que no es necesario que sean confortables al momento de realizar las visitas.

Análisis: La gran mayoría de visitantes prefieren que las haciendas turísticas tengan instalaciones físicas confortables de manera tal que su tiempo de visita a dichos lugares sea más duradero y que produzcan una experiencia diferente con lo tradicional ya que no solo son el espacio físico donde se localiza, sino también el lugar donde se encuentra y se lleva a cabo el proceso productivo de la misma. De tal forma que los visitantes les cause entusiasmo, alegría, diversión tomarse fotos dentro y fuera de estos lugares para resaltar la belleza, historia y arte.

Tabla 19

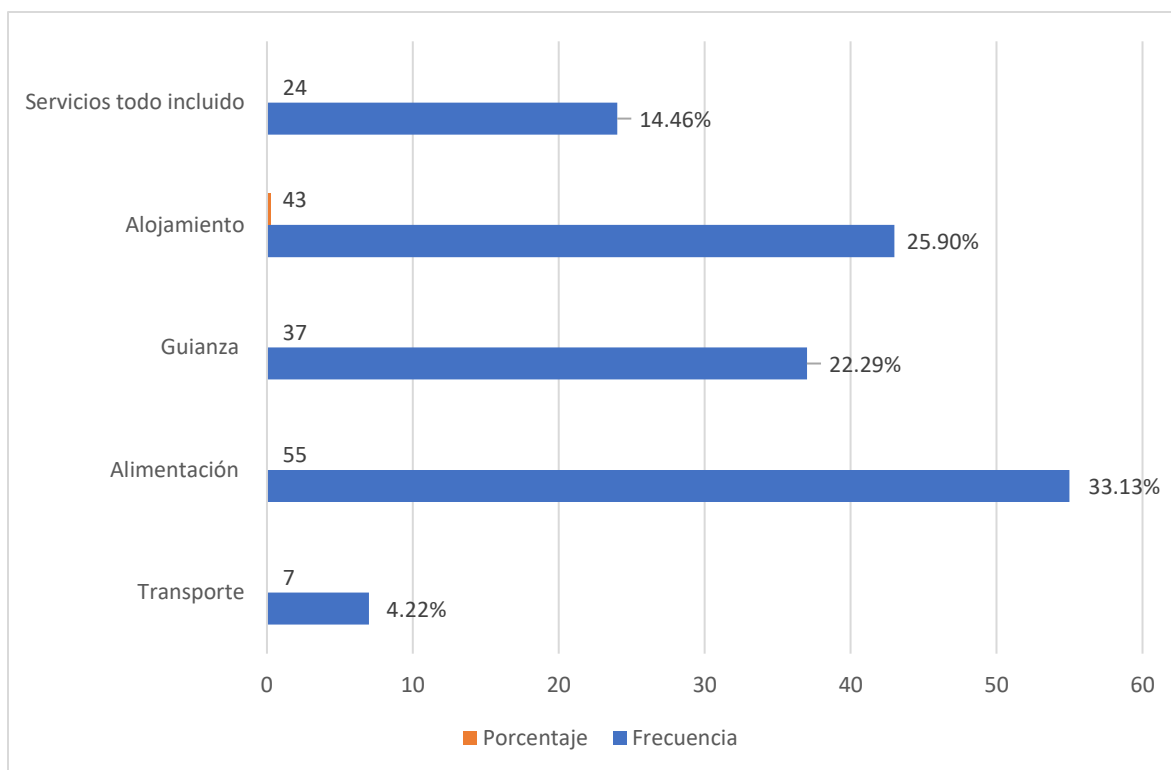
Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 2. Dentro de los servicios que ofrece una hacienda turística ¿cuáles son los más necesarios dentro de su estadía?

2. Dentro de los servicios que ofrece una hacienda turística ¿cuáles son los más necesarios dentro de su estadía?	Frecuencia	Porcentaje
Transporte	7	4,22%
Alimentación	55	33,13%
Guianza	37	22,29%
Alojamiento	43	25,90%
Servicios todo incluido	24	14,46%
Total General	166 2	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados de la interrogante sobre los servicios que son más necesarios dentro de la estadía en una hacienda turística de la provincia de Cotopaxi

Figura 15

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 2. Dentro de los servicios que ofrece una hacienda turística ¿cuáles son los más necesarios dentro de su estadía?



Interpretación: Del total de encuestados se obtuvo que los servicios más necesarios para los visitantes dentro de una hacienda turística es el servicio de alimentación con el 33,13%, seguido del servicio de alojamiento con el 25,90%, el servicio de guianza con el 22,29%, el servicio todo incluido que es la unión de todos los servicios prefieren el 14,46% de visitantes y finalmente el servicio de transporte con el 4,22%.

Análisis: los servicios que los turistas prefieren es el servicio de alimentación ya que para visitar las haciendas es necesario contar con este servicio debido a que es una necesidad fisiológica del ser humano. Este tipo de servicio en dichos lugares consiste en preparar y servir alimentos a los visitantes procurando darles la certeza, calidad e higiene de forma que no causen enfermedades por intoxicación o infecciones ya que dichos alimentos serán preparados y manejados de manera adecuada. De igual manera prefieren como segundo servicio el

alojamiento debido a que los turistas permanecen más de dos días por lo tanto buscan un lugar para hospedarse y terminar el día en un ambiente fresco, mientras que el servicio de guianza ocupa el tercer lugar como una necesidad de enseñar la historia y trayectoria que ha tenido la hacienda a quienes desean conocer, algunos visitantes optan no por servicios individuales sino por un servicio todo incluido de manera que todos formen parte de su interés.

Tabla 20

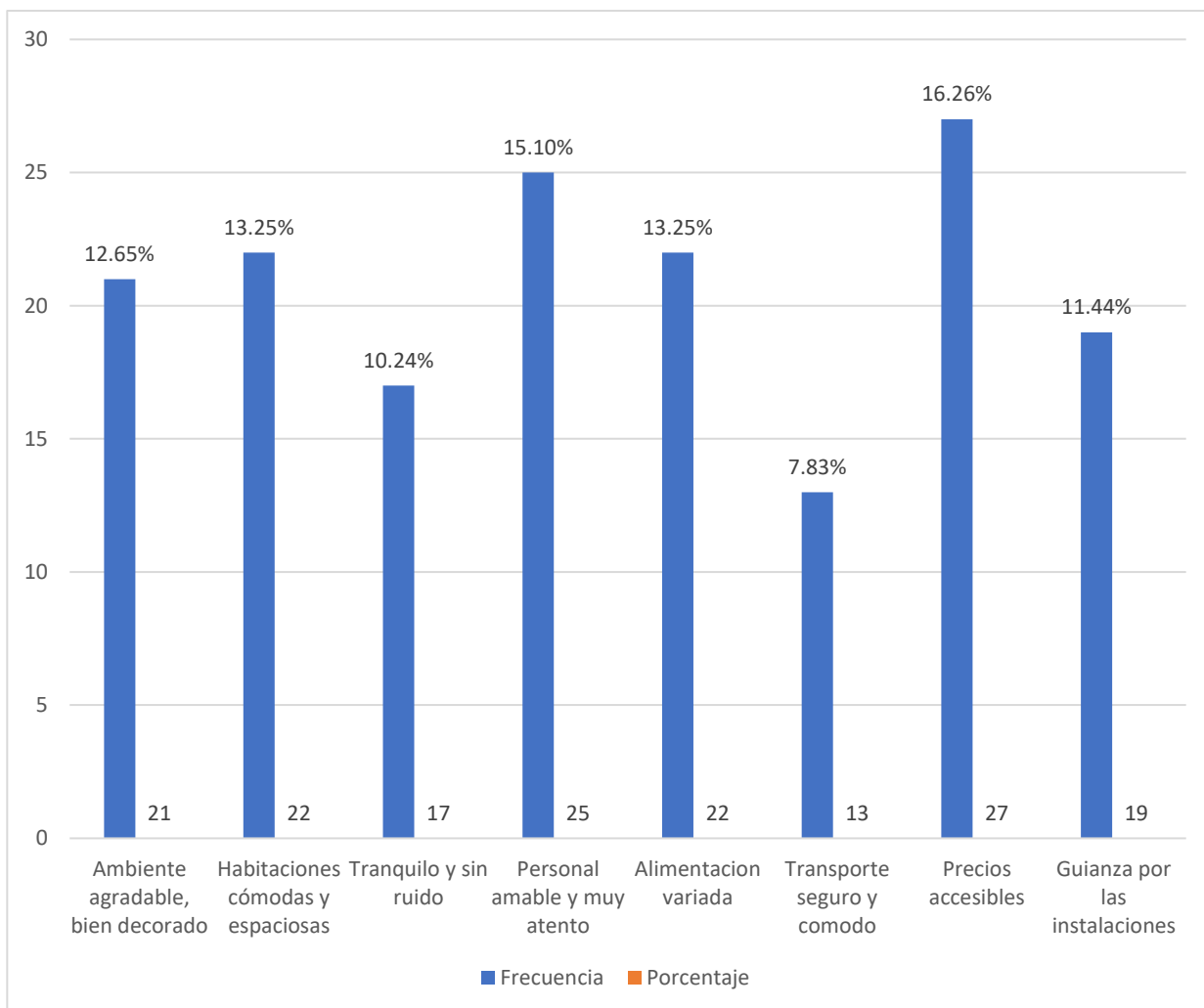
Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 3. Escoja ¿cuál de los siguientes ítems son importantes al momento de ocupar un servicio en una hacienda turística?

3. Escoja ¿cuál de los siguientes ítems son importantes al momento de ocupar un servicio en una hacienda turística?	Frecuencia	Porcentaje
Ambiente agradable, bien decorado	21	12,65%
Habitaciones cómodas y espaciosas	22	13,25%
Tranquilo y sin ruido	17	10,24%
Personal amable y muy atento	25	15,10%
Alimentación variada	22	13,25%
Transporte seguro y cómodo	13	7,83%
Precios accesibles	27	16,26%
Guianza por las instalaciones	19	11,44%
Total General	166	100%

Nota. En la tabla se muestran los resultados de la interrogante con respecto a los ítems más importantes al momento de ocupar un servicio en una hacienda turística de la provincia de Cotopaxi.

Figura 16

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 3. Escoja ¿cuál de los siguientes ítems son importantes al momento de ocupar un servicio en una hacienda turística?



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 12,65% de visitantes escogió un ambiente agradable, bien decorado como un ítem importante al momento de ocupar un servicio, el 13,25% prefiere habitaciones cómodas y espaciosas, el 10,24% de visitantes prefiere un lugar tranquilo y sin ruido, el 15,10% prefiere un personal amable y atento que los reciba en las haciendas, el 13,25% de visitantes prefiere una alimentación variada, el 7,83% opta por tener un transporte seguro y cómodo, el 16,26% de visitantes busca precios accesibles y finalmente el 11,44% de visitantes le gustaría tener una guía por las instalaciones de la hacienda.

Análisis: la gran mayoría de turistas que visitan las haciendas turísticas en la provincia de Cotopaxi optan como un ítem importante que tengan precios accesibles de manera tal que

las personas se interesen más por la visita por las diferentes situaciones económicas en las que viven. De igual manera buscan que al momento de llegar al lugar les atienda un personal amable y atento que les ayude en cualquier novedad que presenten en su estancia y tengan un trato cordial con todos los visitantes sean estos turistas que visiten por medio tiempo, un día o dos o más de tres días, siendo los turistas los actores claves para el funcionamiento del lugar.

Tabla 21

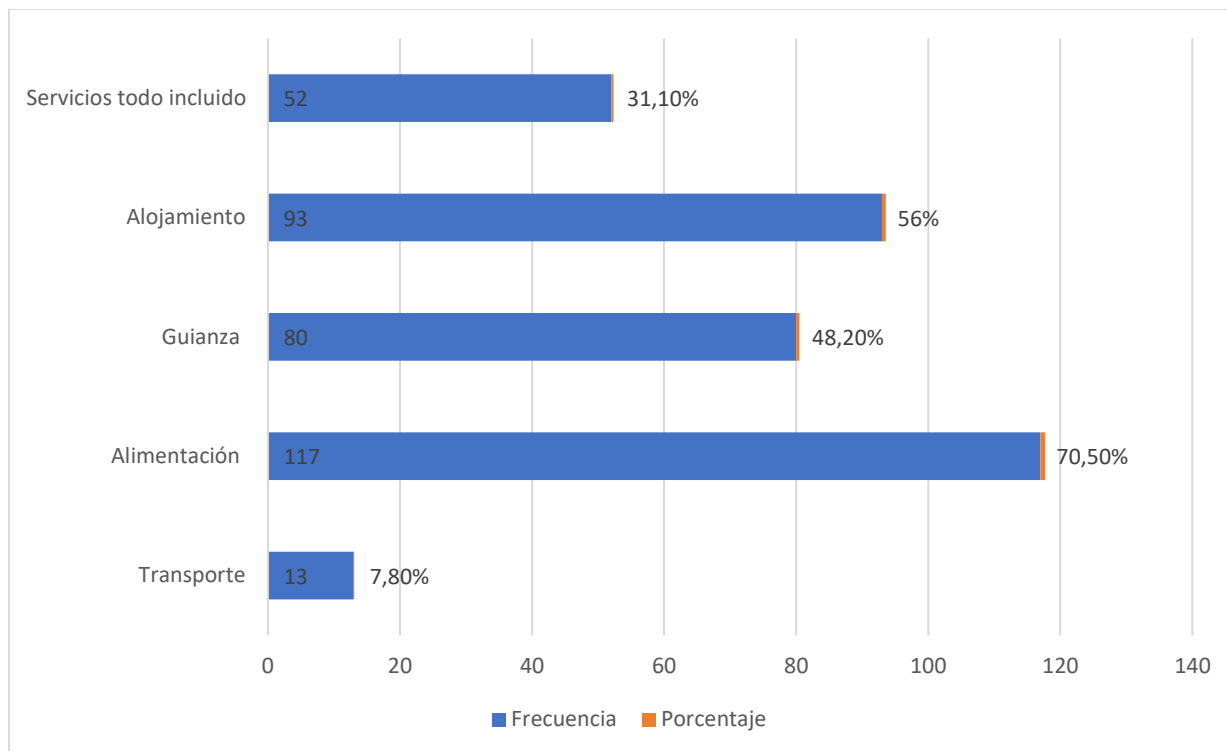
Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 4. Escoja ¿Qué características debe tener los servicios turísticos que oferta una hacienda?

4. Escoja ¿Qué características debe tener los servicios turísticos que oferta una hacienda?	Frecuencia	Porcentaje
Transporte	13	7,8%
Alimentación	117	70,5%
Guianza	80	48,2%
Alojamiento	93	56%
Servicios todo incluido	52	31,1%
Total General	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia las características que deben tener los servicios turísticos que ofertan las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 17

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 4. Escoja ¿Qué características debe tener los servicios turísticos que oferta una hacienda?



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 86,7% optan por la característica de calidad, el 86.1% por la seguridad del lugar, el 60.2% por la innovación, el 72,3% opta por la hospitalidad, el 47.6% opta por la calidez que deben tener las instalaciones y finalmente el 70.4% por la atención al cliente que les brinden al llegar

Análisis: Del total de la muestra se obtuvo que entre las principales características que un visitante percibe en una hacienda turística tenga calidad siendo indispensable para lograr ser competitivos. Por esta razón, no es suficiente solo brindar el mejor producto físico, también debe considerar la materialización de su servicio, ya que tiene como objetivo superar y optimizar las expectativas de sus huéspedes, de igual manera la seguridad siendo este el más importante al momento de visitar ya que abarca una serie de actividades con el objetivo final de la integridad primero de las personas y luego de las organizaciones.

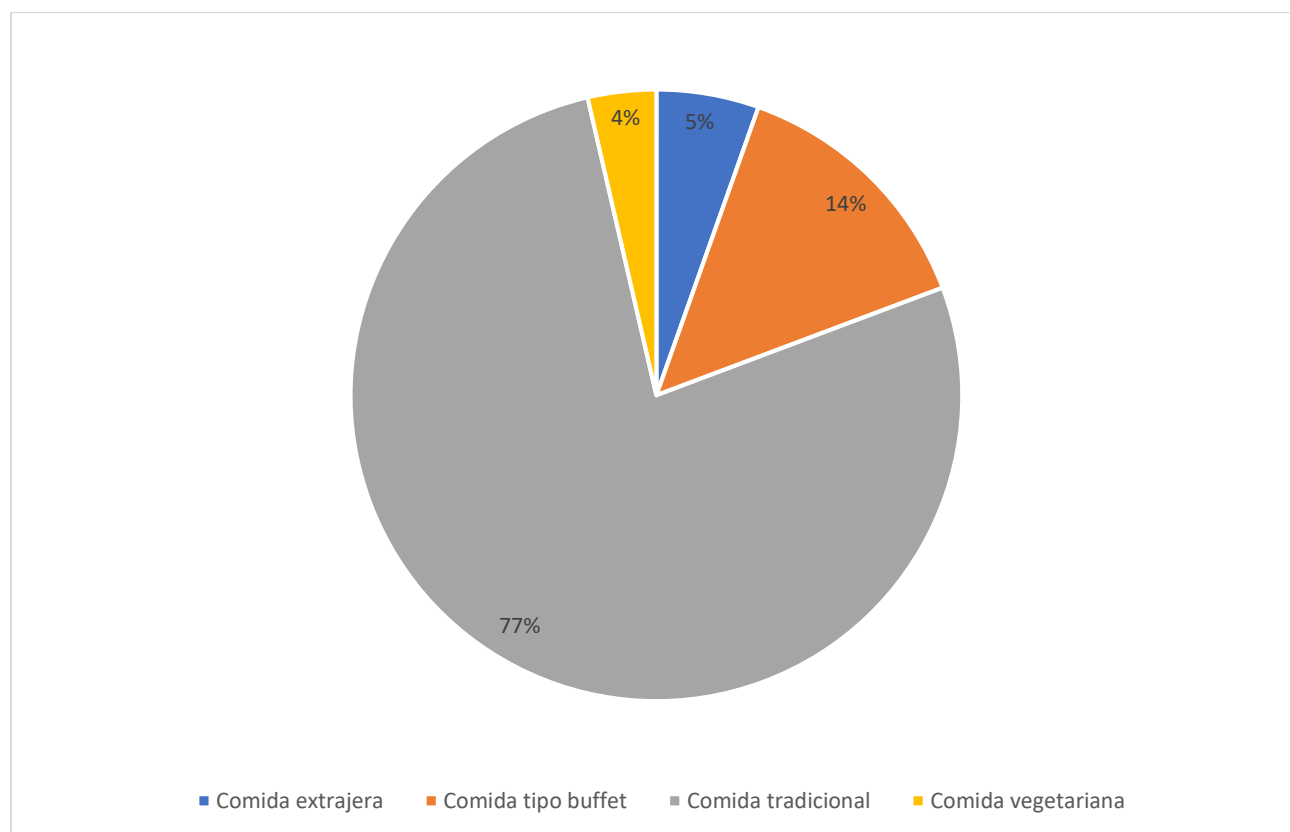
Tabla 22 *Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 5. Al visitar una hacienda turista ¿qué tipo de alimentación prefiere consumir en el lugar?*

5. Al visitar una hacienda turista ¿qué tipo de alimentación prefiere consumir en el lugar?	Frecuencia	Porcentaje
Comida extranjera	9	5%
Comida tipo buffet	23	14%
Comida tradicional	128	77%
Comida vegetariana	6	4%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta con referencia al tipo de alimentación que prefieren consumir los visitantes en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 18

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 5. Al visitar una hacienda turista ¿qué tipo de alimentación prefiere consumir en el lugar?



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 77% prefiere consumir comida tradicional, mientras que el 14% prefiere comida tipo buffet, el 5% prefiere consumir comida extranjera y por último el 4% prefiere consumir comida vegetariana.

Análisis: las haciendas turísticas al ser lugares patrimoniales tratan de guardar el encanto tradicional en sus comidas por lo que la gran mayoría de visitantes prefieren consumirla debido a que este tipo de comida es consumida principalmente en casa, puedes evocar recuerdos y emociones asociadas a platos típicos de alta calidad que reflejan tu infancia y experiencias positivas que no solo fomentan la conversación en torno a la mesa sino incluso alrededor de los fogones con un sabor natural de los alimentos que permite cobrar vida a partir de los guisos y la comida a la lumbre, cocinados a fuego lento durante horas. Es por eso que para los turistas deleitarse con estos platos es revivir las más lindas historias del recuerdo.

Tabla 23

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 6.

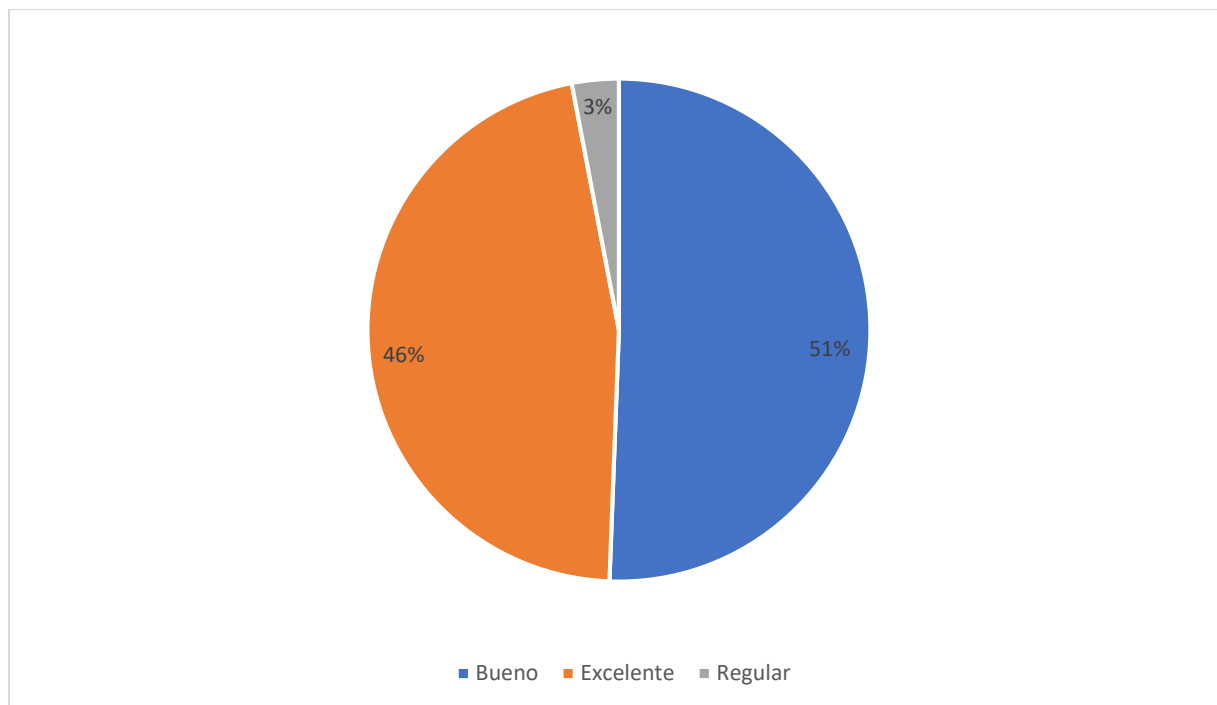
¿Qué opina usted en relación a la calidad del servicio de alimentación que brinda una hacienda turística?

6. ¿Qué opina usted en relación a la calidad del servicio de alimentación que brinda una hacienda turística?	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	84	51%
Excelente	77	46%
Regular	5	3%
Malo	0	0%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta con referencia a la calidad del servicio de alimentación que brindan las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 19

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 6. ¿Qué opina usted en relación a la calidad del servicio de alimentación que brinda una hacienda turística?



Interpretación: De la totalidad de encuestados el 51% de visitantes consideran que a la calidad de servicio de alimentación que brindan las haciendas turísticas son buenos, mientras que el 46% consideran que la calidad es excelente y por último el 3% de visitantes consideran que la calidad del servicio es regular.

Análisis: la calidad del servicio de alimentación según la percepción de la gran mayoría de turistas concuerda que es bueno brindándole una calificación aceptable de manera que aseguren características sensoriales (sabor, aroma, color, textura, etc.) y características cuantitativas (cantidad adecuada de azúcar, proteína, fibra, etc.), así como la calidad del producto antes de que sea seguro para su consumo. Es importante, sobre todo, para asegurar la calidad de los alimentos y evitar el desarrollo de enfermedades por su consumo. Además, la

inocuidad de los alimentos ayuda a fortalecer la seguridad alimentaria, seguridad que 77 personas califican como excelente lo que ofrecen en las haciendas turísticas.

Tabla 24

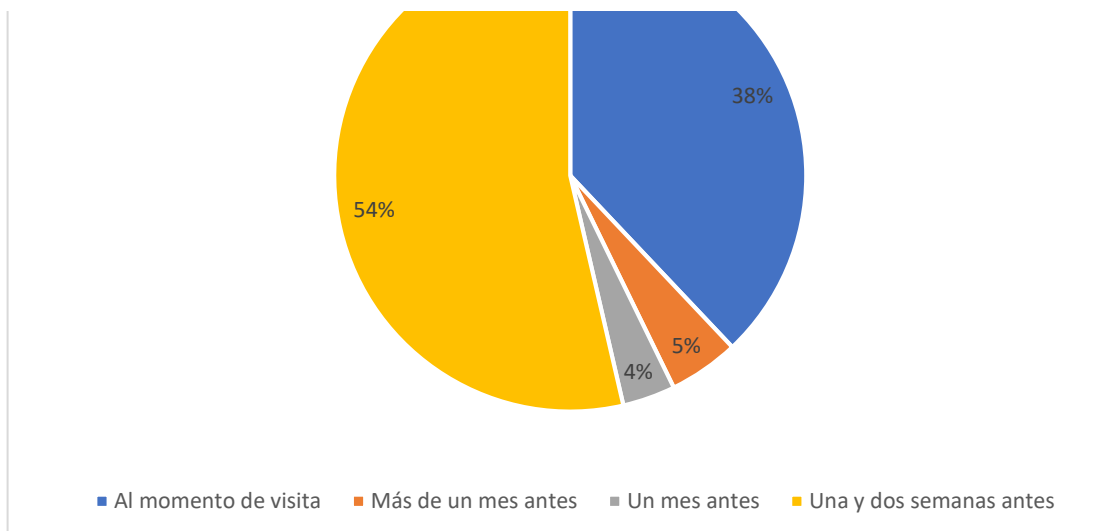
Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 7. ¿Con que tiempo de anticipación realiza sus reservaciones para el servicio de hospedaje en una hacienda?

7. ¿Con que tiempo de anticipación realiza sus reservaciones para el servicio de hospedaje en una hacienda?	Frecuencia	Porcentaje
Al momento de visita	63	38%
Más de un mes antes	8	5%
Un mes antes	6	4%
Una y dos semanas antes	89	54%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta con respecto al tiempo de anticipación que los turistas realizan sus reservas para hospedarse en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 20

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 7. ¿Con que tiempo de anticipación realiza sus reservaciones para el servicio de hospedaje en una hacienda?



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 54% de visitantes realizan sus reservas de hospedaje con una y dos semanas de anticipación, mientras el 38% de visitantes realizan sus reservas al momento de visita en las haciendas, el 5% lo realizan más de un mes antes debido a que suelen ser turistas extranjeros y el 4% lo realizan con más de dos meses de anticipación.

Análisis: al realizar las reservas con anticipación ayuda a que los visitantes no tendrán que sufrir la decepción de la falta de disponibilidad en las instalaciones o que los precios se elevaron por temporadas altas de igual manera 89 personas deciden reservas con una o dos semanas de anticipación porque por lo general reciben descuentos extras como también les brindan la oportunidad de modificar la reserva para otra fecha sin recargos extras por lo que algunos turistas deben realizar cambios porque no saben con certeza qué va a suceder en el futuro, por ende la importancia de anticipar una reserva en las haciendas turísticas de Cotopaxi ayuda a que al momento de visitarlas se encuentren más preparados para poder recibir a todos los visitantes de la mejor manera siendo la carta de presentación en estos lugares.

Tabla 25

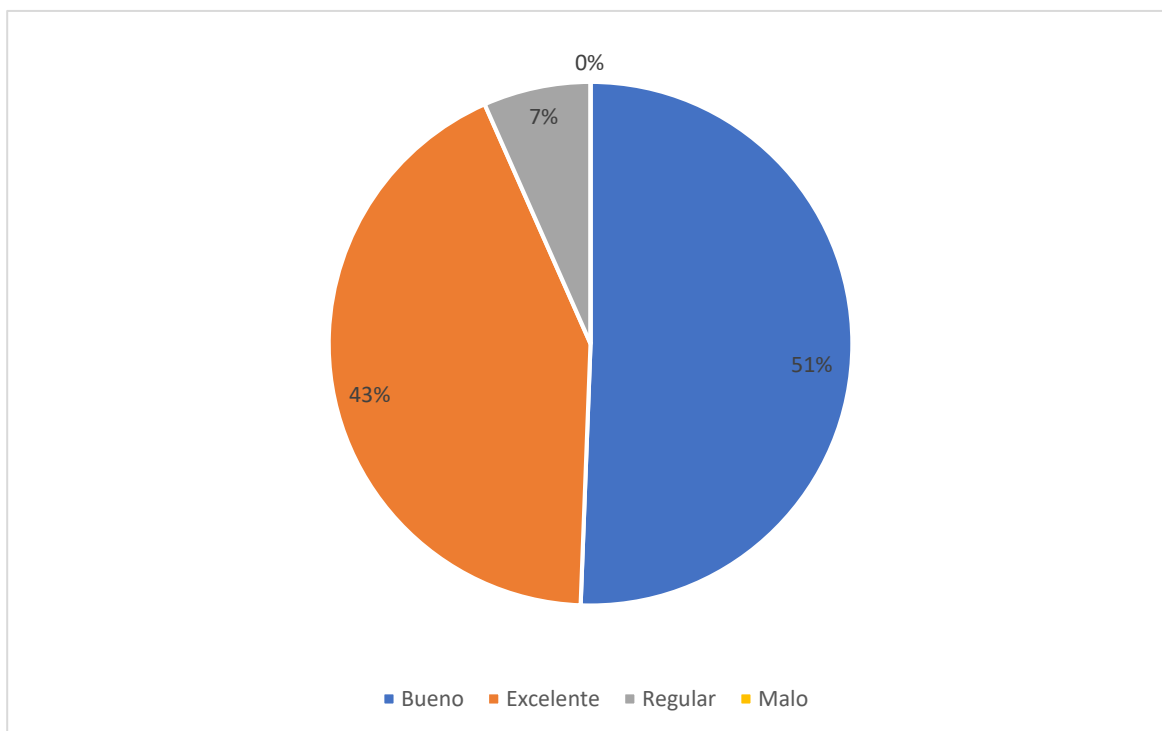
Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 8. ¿Qué opina usted en relación a la calidad del servicio de alojamiento que brinda una hacienda turística?

8. ¿Qué opina usted en relación a la calidad del servicio de alojamiento que brinda una hacienda turística?	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	84	51%
Excelente	71	43%
Regular	11	7%
Malo	0	0%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia a la calidad del servicio de alojamiento que brindan las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 21

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 8. ¿Qué opina usted en relación a la calidad del servicio de alojamiento que brinda una hacienda turística?



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 51% de visitantes opina que la calidad de servicio de alojamiento que ofrece las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi es considerada como bueno, mientras el 43% considera que la calidad de alojamiento en una hacienda es excelente, el 7% considera que la calidad de hospedaje es regular.

Análisis: la gran mayoría de personas opta que la calidad de alojamiento en una hacienda turística es buena porque es un elemento indispensable para generar un servicio de

calidad. Por lo que consideran que no es suficiente la presentación de productos físicos óptimos además se debe considerar que los servicios se materialicen por lo que la tendencia es avanzar en los requerimientos de los clientes.

indispensable para lograr ser competitivos. Por esta razón, no basta solo con brindar el mejor producto físico, también debemos considerar la materialización del servicio, ya que el objetivo es optimizar más allá de las expectativas del huésped.

Tabla 26

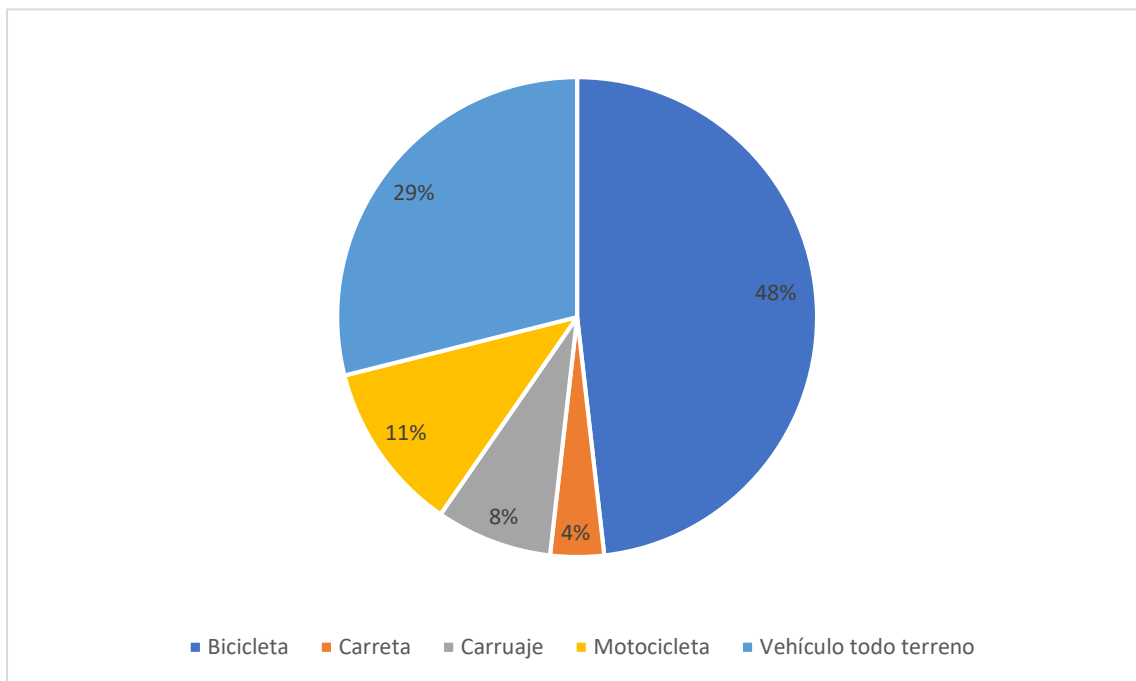
Pregunta 9. ¿Cuál es el medio de transporte que le gustaría utilizar durante su estancia en una hacienda turística?

9. ¿Cuál es el medio de transporte que le gustaría utilizar durante su estancia en una hacienda turística?	Frecuencia	Porcentaje
Bicicleta	80	48%
Carreta	6	4%
Carruaje	13	8%
Motocicleta	19	11%
Vehículo todo terreno	48	29%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia al medio de transporte que les gustaría utilizar durante su estancia en la hacienda turística.

Figura 22

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 9. ¿Cuál es el medio de transporte que le gustaría utilizar dur



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 80% de turistas les gustaría que les ofrezca un medio de transporte una bicicleta, seguido del 48% de turistas les gustaría que les ofrezca un medio de transporte un vehículo todo terreno, luego tenemos el 19% de turistas les gustaría que les ofrezca un medio de transporte una motocicleta, con el 8% prefieren un carruaje y por último un 4% de turistas les gustaría que les ofrezca un medio de transporte una carreta

Análisis: Por lo general en algunos turistas para que su visita sea más placentera y divertida con nuevas experiencias al momento de realizar algunas actividades o recorridos dentro de la hacienda o a sus alrededores prefiere que el establecimiento les ofrezca un medio de transporte de 166 turistas encuestados 80 turistas encuestados prefieren utilizar una bicicleta, consideran que es una forma más cercana y divertida de llegar a los destinos y de tal manera genera un turismo sostenible. Mientras que 48 de ellos prefieren utilizar un vehículo todo terreno ya que considera que sería ideal para llegar atractivos turísticos aledañas a la hacienda turística. De igual manera 19 turistas encuestados prefieren que le dispongan una motocicleta,

ya que representa un estilo de vida diferente, libre y opuesta a lo convencional ideal para visitar destinos turísticos, finalmente 19 encuestados prefieren una carreta o carruaje para realizar recorridos cortos dentro de las haciendas turísticas.

Tabla 27

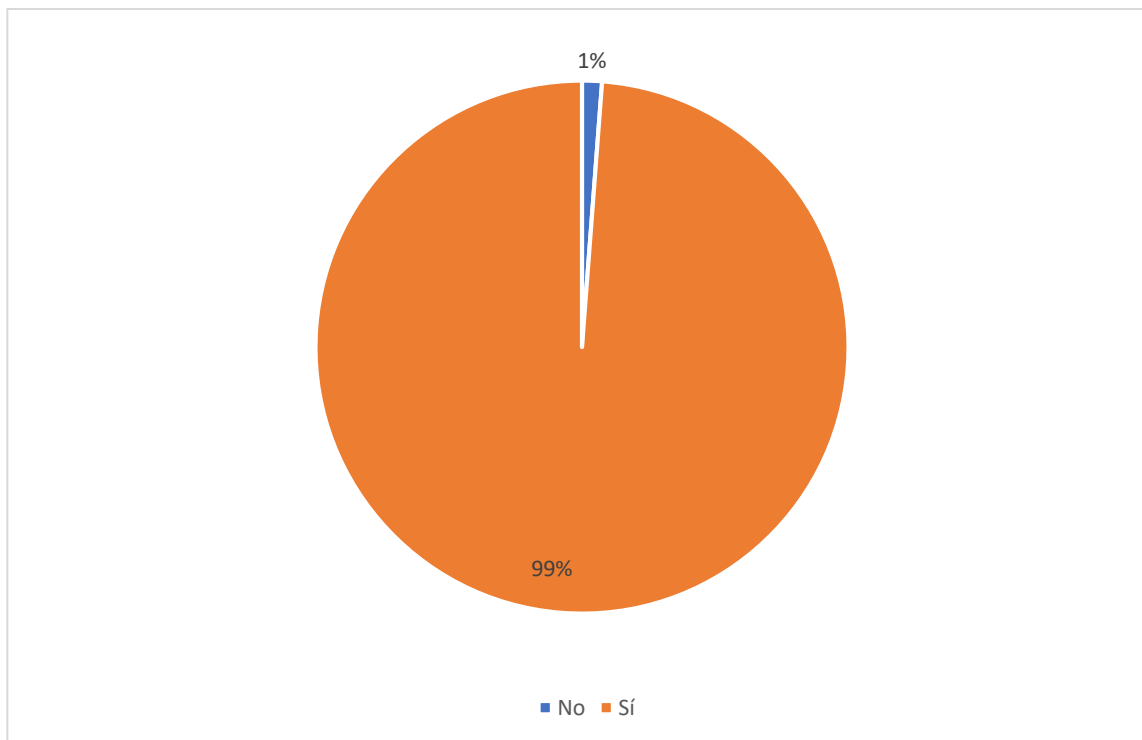
Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 10. ¿Le gustaría que durante su estancia en una hacienda turística le ofrezcan un servicio de guianza

10. ¿Le gustaría que durante su estancia en una hacienda turística le ofrezcan un servicio de guianza?	Frecuencia	Porcentaje
No	2	1%
Sí	164	99%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia si al turista le gustaría que le ofrezcan un servicio de guianza.

Figura 23

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 10. ¿Le gustaría que durante su estancia en una hacienda turística le ofrezcan un servicio de guianza



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 99% de turistas les gustaría que les ofrezcan servicio de guianza, y el 1% de turistas no le gustaría que le ofrezcan servicio de guianza.

Análisis: El servicio de guianza es fundamental dentro de una hacienda turista, por el hecho de que guarda historia, misterios, culturas y tradiciones, que algunos turistas no conocen, pensando que solo ofrecen servicios de alojamiento, alimentación y actividades recreativas. Un guía por lo general puede explicar absolutamente todo sobre la hacienda y sabe perfectamente a donde llegar, es por ello que la mayoría de los turistas encuestados prefiere que les ofrezca un servicio de guianza.

Tabla 28

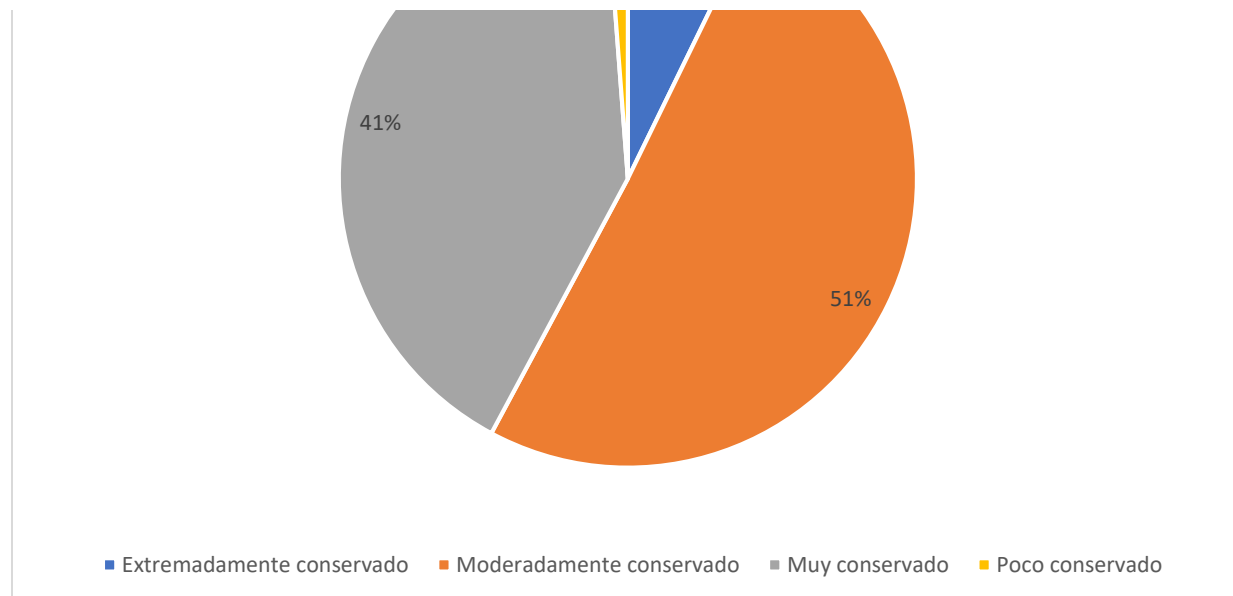
Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 11. Según su percepción como considera el estado de conservación que tiene la hacienda turística.

11. Según su percepción como considera el estado de conservación que tiene la hacienda turística.	Frecuencia	Porcentaje
Extremadamente conservado	12	7%
Moderadamente conservado	84	51%
Muy conservado	68	41%
Poco conservado	2	1%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia a la percepción del turista de como considera que se encuentra el estado de conservación de la hacienda

Figura 24

Percepción de los servicios en las haciendas turísticas. Pregunta 11. Según su percepción como considera el estado de conservación que tiene la hacienda turística.



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 51% consideran que el estado de la hacienda se encuentra moderadamente conservado, seguido del 41% consideran que el estado de la hacienda se encuentra muy conservado, luego tenemos el 7% menciona

que se encuentra extremadamente conservado el estado de la hacienda y por último un 1% considera que esta poco conservado.

Análisis: Los anfitriones de las haciendas turísticas han realizado diversas modificaciones en cuanto a la infraestructura o fachada, dependiendo a las necesidades de los turistas para brindar un servicio de calidad, pero aun así ellos señalan que siguen conservando esa esencia, histórica, patrimonial y cultural, marcando la diferencia con otros establecimientos de alojamiento. La percepción que tuvieron los visitantes durante su visita y estancia en la hacienda, de 166 turistas encuestados 84 de ellos mencionan que el estado de la hacienda esta moderadamente conservado, mientras que 68 turistas consideran que esta muy conservado y 12 de ellos, que se encuentra extremadamente conservado, que a pesar de las adecuaciones que realizaron siguen manteniendo su esencia, y tan solo el 1% de los encuestados en cuanto a su percepción señalan que se encuentra poco conservado.

Tabla 29

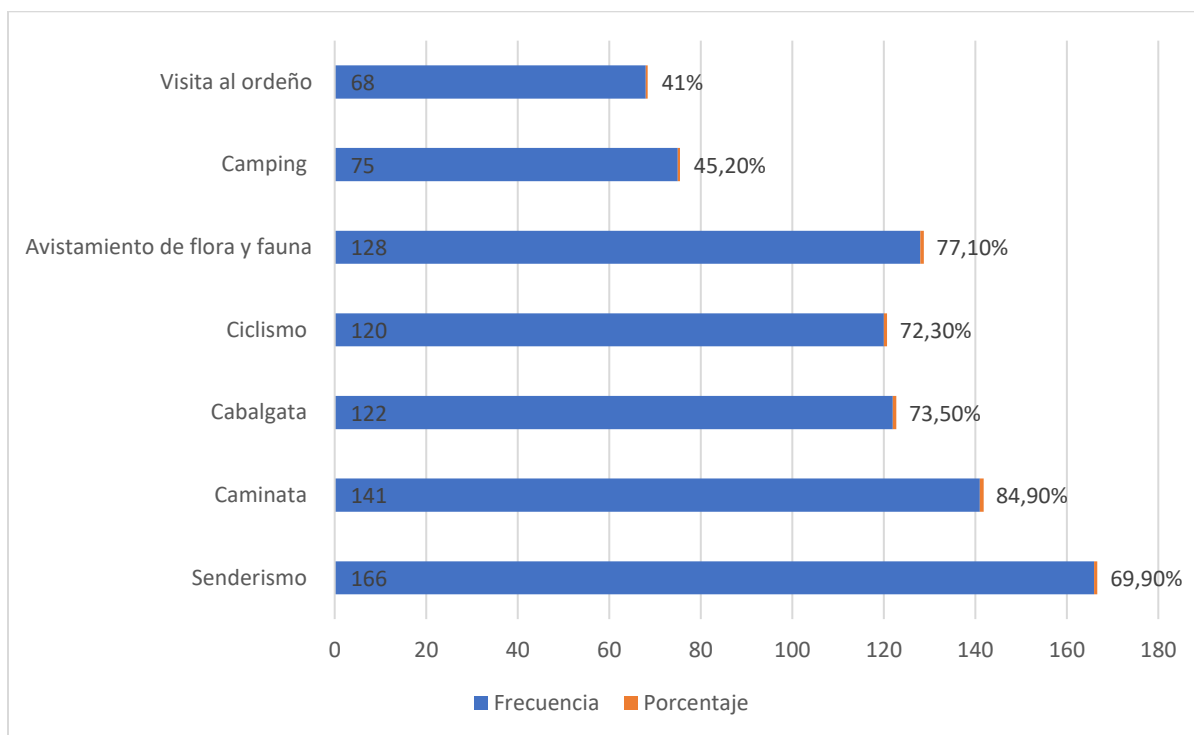
Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 1. Escoja ¿Qué tipo de actividades turísticas realiza durante su estancia en una hacienda turística?

1. Escoja ¿Qué tipo de actividades turísticas realiza durante su estancia en una hacienda turística?	Frecuencia	Porcentaje
Senderismo	166	69,9%
Caminata	141	84,9%
Cabalgata	122	73,5%
Ciclismo	120	72,3%
Avistamiento de flora y fauna	128	77,1%
Camping	75	45,2%
Visita al ordeño	68	41%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia al tipo de actividades que realizan durante su estancia en una hacienda turística.

Figura 25

Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 1. Escoja ¿Qué tipo de actividades turísticas realiza durante su estancia en una hacienda turística?



Interpretación: Del total de encuestados se obtuvo que el 84.9% de turistas realizan la actividad de caminata, seguido 77.1% realizan la actividad de avistamiento de flora y fauna, luego el 73.5% realizan cabalgata, con el 72.3% ciclismo, con el 69.9% senderismo, camping con el 45.2% y finalmente, con un 41% de turistas que realizan la actividad de visita al ordeño.

Análisis: Las diferentes actividades que ofertan las haciendas turísticas, permiten al turista, tener un día de relajación y el disfrute de un ambiente distinto a su rutina diaria, conociendo las diversas opciones que pueden realizar los turistas, hay que destacar que el total de la muestra, se obtuvo que 141 turistas realizan la actividad de camina, por el hecho que les gusta recorrer los alrededores de la hacienda, a su vez les gusta ir observando la diferente flora

y fauna nativa del lugar, seguido por la cabalgata debido a que los visitantes les gusta esta actividad y por ende en la ciudad no las puede realizar, además la personas que realizaron la actividad de ciclismo, senderismo y camping son aquellas que les junta la aventura, y finalmente pocos son los turistas que realizan la actividad de visita al ordeño, ya que esta actividad se realiza dos veces al día entre las 5 am y 3pm, cabe mencionar que para realizar esta actividad depende mucho de la hora de llegada del turista al establecimiento y disposición del mismo.

Tabla 30

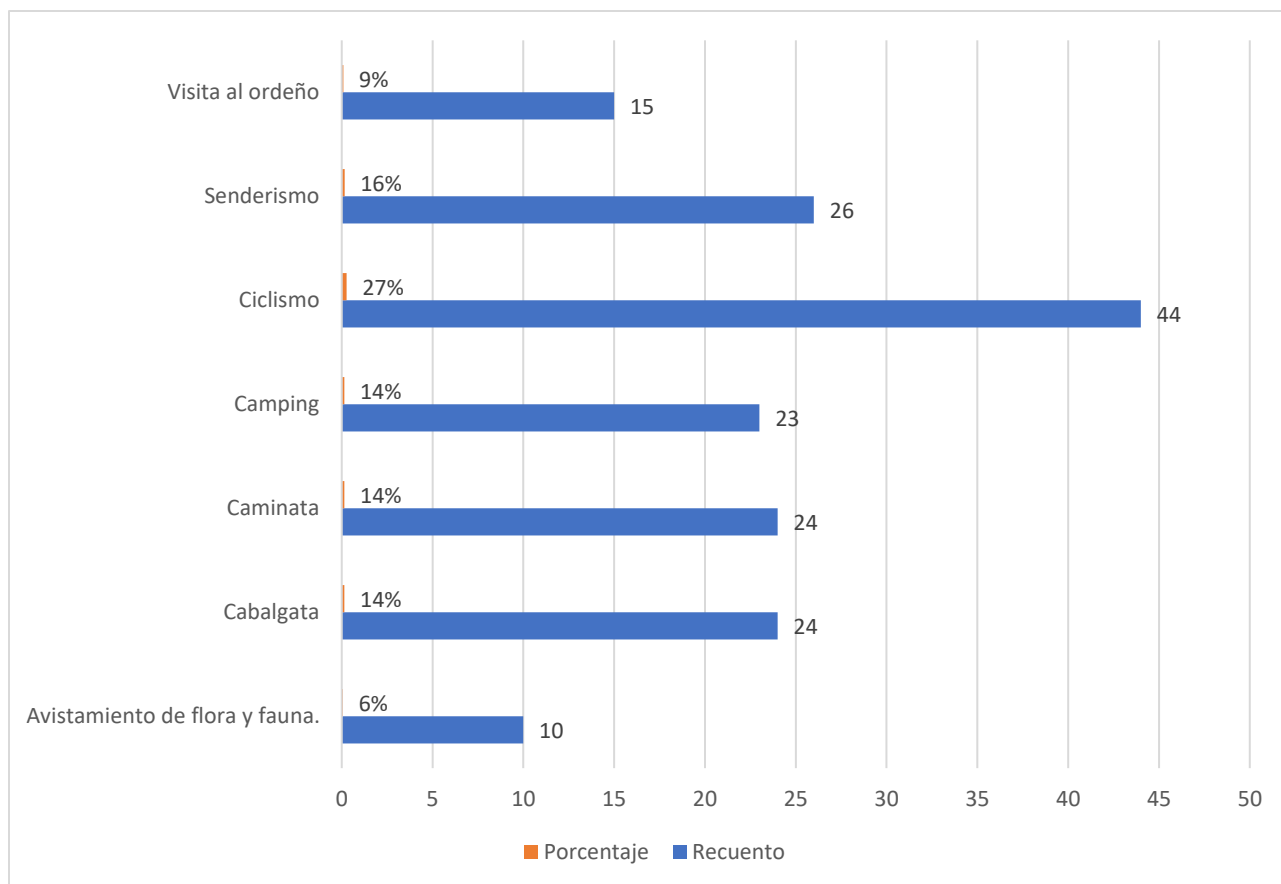
Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 2. De las actividades mencionadas anteriormente indique ¿cuál de ellas es de su preferencia

2. De las actividades mencionadas anteriormente indique ¿cuál de ellas es de su preferencia?	Frecuencia	Porcentaje
Avistamiento de flora y fauna	10	6%
Cabalgata	24	14%
Caminata	24	14%
Camping	23	14%
Ciclismo	44	27%
Senderismo	26	16%
Visita al ordeño	15	9%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia al tipo de actividades de su preferencia en una hacienda turística.

Figura 26

Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 2. De las actividades mencionadas anteriormente indique ¿cuál de ellas es de su preferencia?



Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos, se logra identificar las actividades de preferencia de los turistas para realizar en la hacienda turística, teniendo la actividad de ciclismo con el 27% de preferencia, senderismo con el 16%, caminata y cabalgata con el 14%, avistamiento de flora y fauna con el 6%, finalmente visita al ordeño con el 9%.

Análisis: Las actividades que ofrece las haciendas turísticas al aire libre tienen grandes beneficios para el turista de tal manera que pueda tener una experiencia única cada que visite el establecimiento. De acuerdo a la muestra 94 turistas encuestados mencionan que de todas las actividades que ofrecen las haciendas turísticas el ciclismo, caminata y senderismo son de su preferencia ya que tiene diversos beneficios para la salud tanto para el cuerpo como para la mente, las cuales realizan entre grupos grandes, familia o inclusive solos, donde les permitirá descubrir y apreciar nuevos paisajes.

Tabla 31

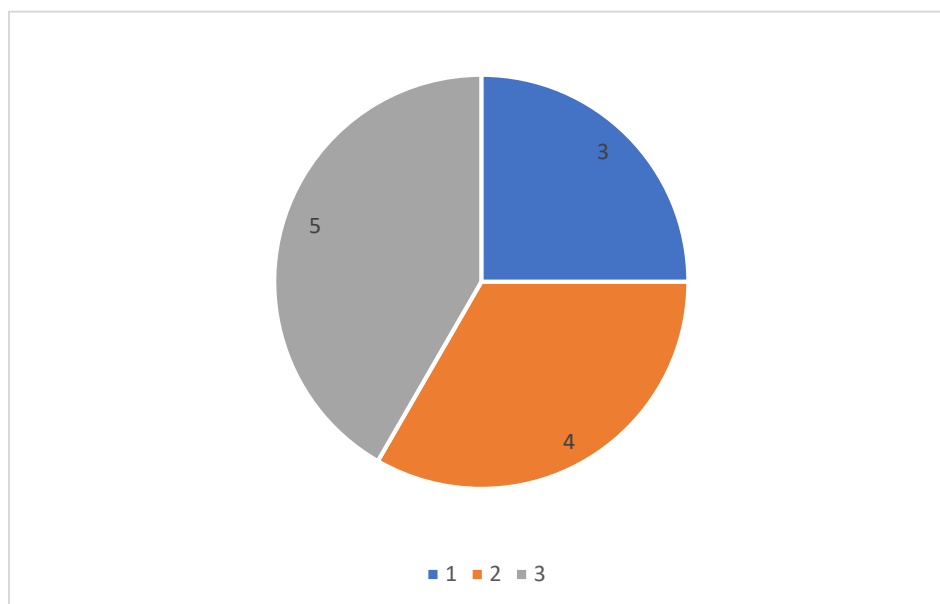
Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 3. ¿Qué tan importante considera tener actividades turísticas en una hacienda siendo 1 Nada Importante y 5 Muy importante?

3. ¿Qué tan importante considera tener actividades turísticas en una hacienda siendo 1 Nada Importante y 5 Muy importante?	Frecuencia	Porcentaje
3	4	2%
4	17	10%
5	146	88%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia a la importancia de tener actividades en una hacienda turística.

Figura 27

Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 3. ¿Qué tan importante considera tener actividades turísticas en una hacienda siendo 1 Nada Importante y 5 Muy importante?



Interpretación: Únicamente el 84.3% de encuestados consideran que es muy importante que la hacienda cuente con actividades turísticas, seguido con el 12% mencionan que es importante y el 3.6% que es poco importante.

Análisis: Las actividades turísticas son una base fundamental del lugar, ya que esto le da un realce a la hacienda, por el hecho de que el turista al no encontrar otro tipo de actividades, lo consideren aburrido y a su vez sin ánimos de volver a visitarlo. Es por ello en cuanto a la percepción que tiene el turista de 166 encuestados, 140 consideran que es muy importante que la hacienda cuente con actividad turísticas, por lo general el turista no solo busca servicios de alojamiento y alimentación, si no a su vez actividades, en donde puedan divertirse, tener una desconexión total de su rutina diaria y conocer diferentes formas de pasar el momento distanciados del internet, teléfono, tv, entre otros.

Tabla 32

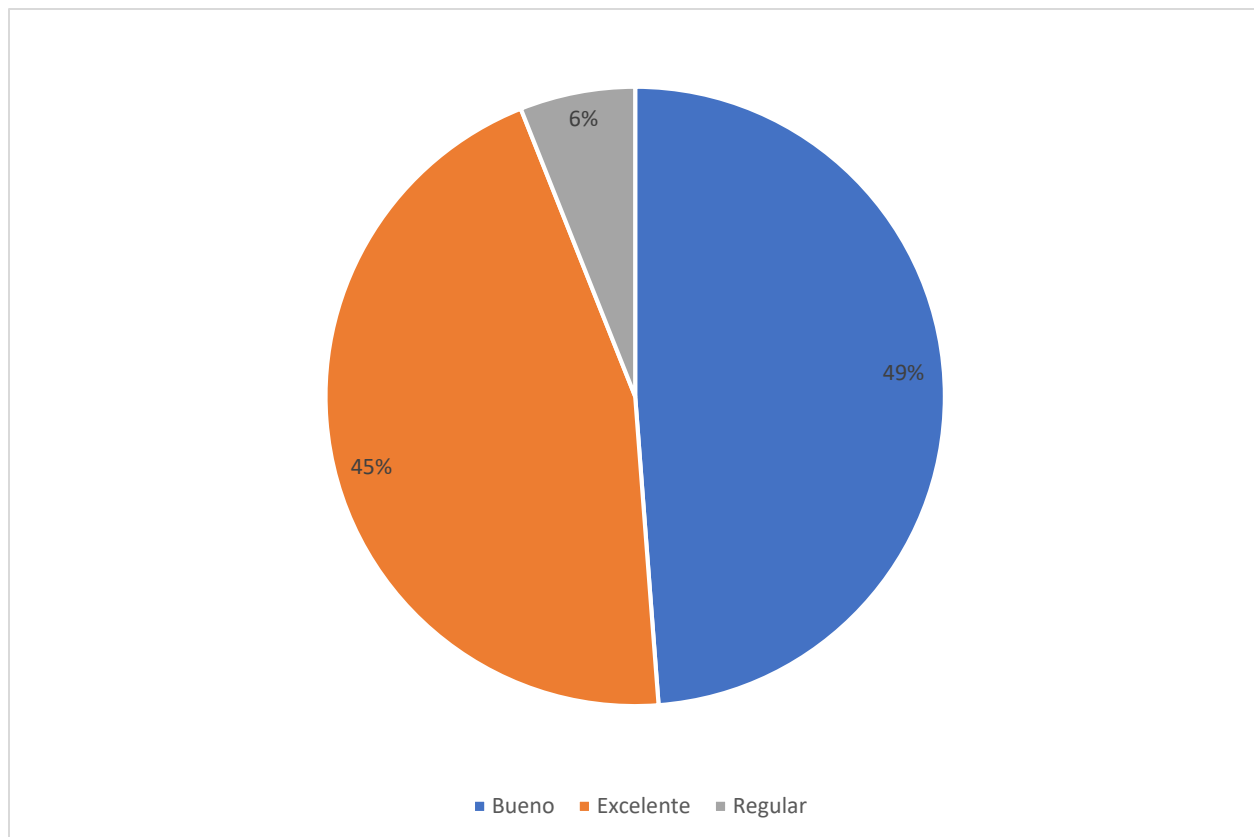
Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 4. ¿Cómo ha sido la experiencia en relación a las actividades turísticas desarrolladas en la hacienda?

4. ¿Cómo ha sido la experiencia en relación a las actividades turísticas desarrolladas en la hacienda?	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	81	49%
Excelente	75	45%
Regular	10	6%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia a la experiencia en relación a las actividades turísticas desarrolladas en la hacienda.

Figura 28

Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 4. ¿Cómo ha sido la experiencia en relación a las actividades turísticas desarrolladas en la hacienda?



Interpretación: De la totalidad de encuestados se obtuvo que el 48.8% en cuanto a la experiencia a las actividades desarrolladas fueron buenas, seguido del 45.2% de la experiencia a las actividades desarrolladas fueron excelentes y el 6% tubo una experiencia regular.

Análisis: Del total de la muestra se obtuvo que 81 visitantes tuvieron una experiencia buena, mientras que 75 visitantes disfrutaron de una excelente experiencia al momento de realizar las actividades turísticas es decir que disfrutaron un momento de aventura por la naturaleza, se divirtieron sanamente en un ambiente relajado, placentero muy diferente a su rutina cotidiana o laboral.

Tabla 33

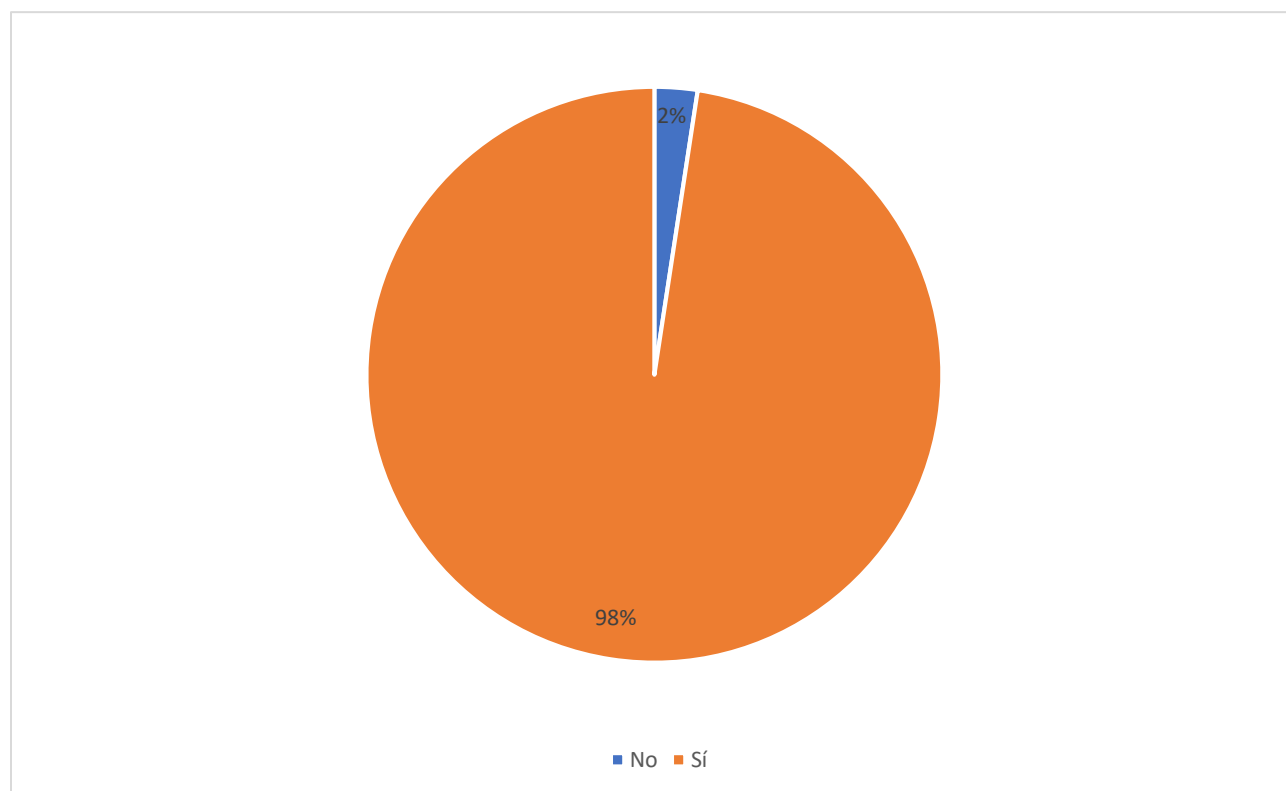
Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 5. ¿La oferta presentada en relación a las actividades cumple con la experiencia vivida durante su estancia en la hacienda?

5. ¿La oferta presentada en relación a las actividades cumple con la experiencia vivida durante su estancia en la hacienda?	Frecuencia	Porcentaje
No	4	2%
Sí	162	98%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia a si cumplen o no con la experiencia vivida en las actividades turísticas.

Figura 29

Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 5. ¿La oferta presentada en relación a las actividades cumple con la experiencia vivida durante su estancia en la hacienda?



Interpretación: Del total de encuestados, el 97.6% mencionan que la oferta presentada en relación a las actividades si cumplen con la experiencia vivida durante su estancia en la hacienda y el 2.4% corresponde finalmente a los turistas que no cumplen con la experiencia.

Análisis: Los turistas visitan las haciendas, debido a que les gusta tener nuevas experiencias. De 166 turistas encuestados, 160 turistas mencionan que la oferta presentada en relación a las actividades si cumplieron con sus expectativas durante su estadía en la hacienda, es decir que las diferentes actividades que les ofrece se realizan al aire libre, ya que el paisaje que se encuentra alrededor de la hacienda es llamativo y hermoso, permitiendo al turista tener un momento de paz, relajación y aventura.

Tabla 34

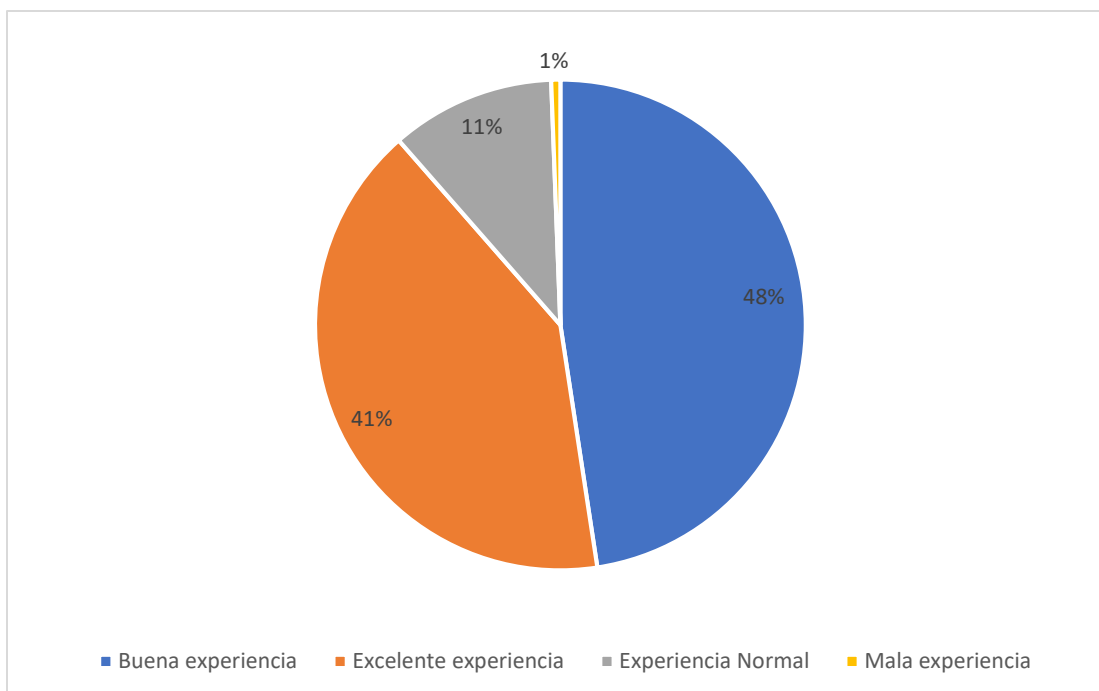
Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 6. En base a su experiencia califique el orden y la coordinación que hubo en el desarrollo de actividades turísticas en la hacienda. Siendo 5 el más alto y el 1 el más bajo

6. En base a su experiencia califique el orden y la coordinación que hubo en el desarrollo de actividades turísticas en la hacienda. Siendo 5 el más alto y el 1 el más bajo	Frecuencia	Porcentaje
Buena experiencia	79	48%
Excelente experiencia	68	41%
Experiencia Normal	18	11%
Mala experiencia	1	1%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia a la orden y coordinación que hubo en el desarrollo de las actividades turísticas.

Figura 30

Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 6. En base a su experiencia califique el orden y la coordinación que hubo en el desarrollo de actividades turísticas en la hacienda. Siendo 5 el más alto y el 1 el más bajo



Interpretación: Del total de encuestados, el 47.6% tuvieron una buena experiencia, el 41% obtuvieron una excelente experiencia, el 10.8% una experiencia normal el 0.6% corresponde finalmente a los turistas que obtuvieron una mala experiencia en cuanto al orden y coordinación que hubo en el desarrollo de actividades turísticas.

Análisis: Los anfitriones de las haciendas turísticas promueven y garantizan la seguridad y bienestar personal del visitante a la hora de realizar cualquier actividad turística que ofrezca el establecimiento, poniendo en práctica una buena gestión y coordinación para desarrollarlas, de tal manera que no se lleve una mala experiencia realizando la actividad. De acuerdo a la muestra, se obtuvo que 79 encuestados de acuerdo a su experiencia, mencionan que los anfitriones de la hacienda mantienen un buen orden y coordinación para desarrollar cada una de las actividades.

Tabla 35

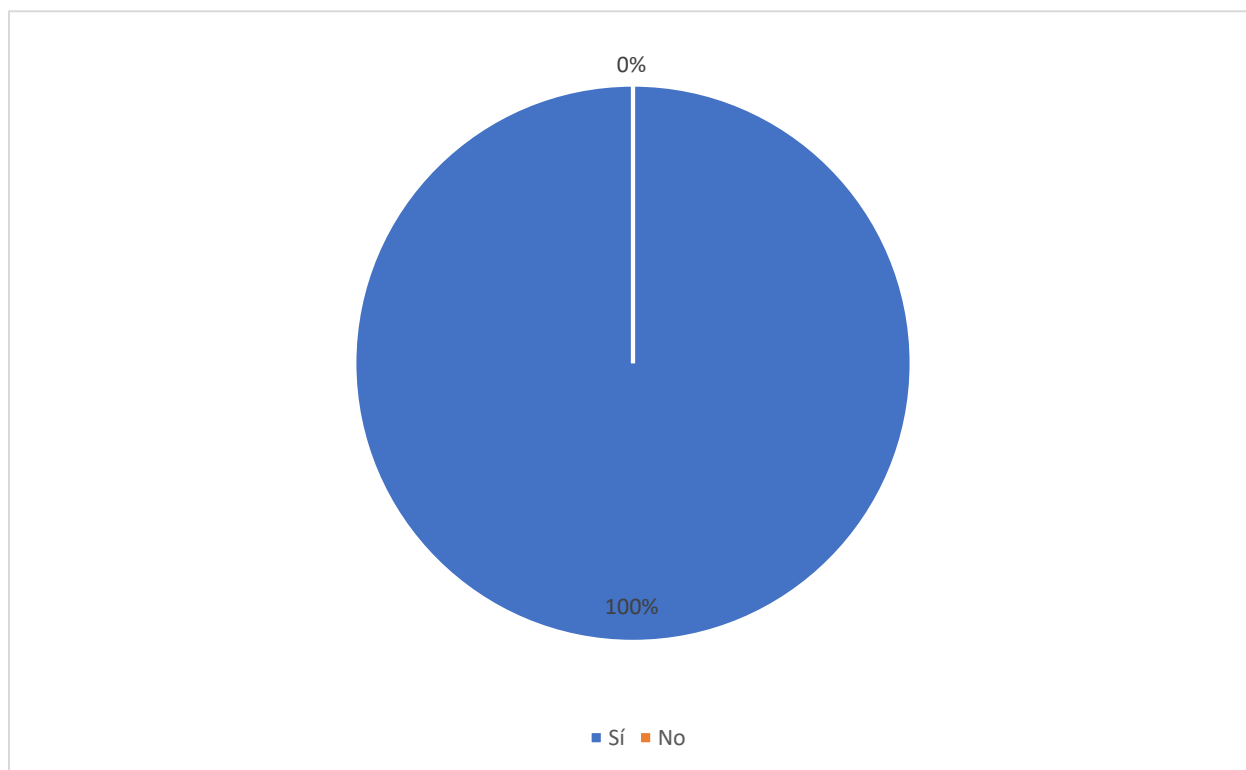
Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 7. Recomendaría que visiten los turistas una hacienda turística en la provincia de Cotopaxi

7. Recomendaría que visiten los turistas una hacienda turística en la provincia de Cotopaxi	Frecuencia	Porcentaje
Sí	166	100%
No	0	0%
Total general	166	100%

Nota. En la tabla se observan los resultados generados de la pregunta que hace referencia a si recomiendan o no visitar las haciendas de la provincia de Cotopaxi.

Figura 31

Percepción de las actividades en las haciendas turísticas. Pregunta 7. Recomendaría que visiten los turistas una hacienda turística en la provincia de Cotopaxi



Interpretación: El 100% de los encuestados recomiendan que visiten las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Análisis: Las haciendas turísticas no solo son reconocidas por sus valores patrimoniales, históricos y culturales, sino a su vez por las actividades propias del lugar, permitiéndole al turista tener una convivencia familiar e interacción con la comunidad y la naturaleza. Por lo tanto, los 166 turistas encuestados recomiendan que visiten las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi, debido a la experiencia que cada uno ha podido apreciar durante su visita o estancia, ya que la hospitalidad de los dueños, el ambiente familiar que les brindan y la calidad del servicio que les ofrece son únicos e inigualables.

Capítulo IV

Resultados de la investigación

Este capítulo tiene como objetivo exponer y describir los datos obtenidos en la investigación, para posteriormente interpretarlos y contrastarlos con la teoría, el estado de la cuestión y la investigación en forma de una propuesta donde se evidencia el trabajo realizado a partir de los datos obtenidos con el instrumento del cuestionario para evidenciar mediante un Barómetro de datos estadísticos que será la propuesta que se planteará en este capítulo como medio para conocer nuevos conocimientos siendo una parte fundamental de la investigación y por ende es necesario exponer los resultados.

Barómetro una iniciativa de opiniones

El Barómetro de Opinión es una encuesta de medidas de actitud con carácter mensual o anual que incluye temas sociológicos, políticos y económicos y es realizada por el Centro Nacional de Investigaciones Sociológicas, institutos de investigación privados y cámaras de comercio. implementado y publicado por una agencia nacional equipada con Contrariamente a lo que sugiere el sectarismo, lo que practican algunas de las llamadas instituciones sociológicas es, salvo algunas cuestiones, política sobre las instituciones del Estado, como opiniones sobre las instituciones del Estado o las comunidades, y sobre sí mismas, no es una opinión.

Un barómetro consiste en una serie de preguntas y respuestas por ejemplo se encuentran un excelente indicador de los indicadores sociales de calidad de vida presentes en los dos barómetros del CIS. Con cerca de 30 preguntas, son verdaderos barómetros de opinión o medidas de actitud de 2000 valores y actitudes, condiciones de vida objetivas, bienestar subjetivo y calidad de la sociedad. También lo son las dos preguntas con más de 40 opciones o respuestas incluidas en la encuesta mensual del CIS. Diseñado y publicado por CIS.

Los barómetros hablan sobre temas específicos, preguntan temas candentes específicos y brindan una instantánea de la opinión pública sobre ellos, pero hay otra parte muy importante y diferente, que se repite con cada ola: consiste en preguntas fijas que esta es la tendencia

Importancia de un Barómetro

Tener un barómetro de opinión radica en ser una herramienta con la única iniciativa de estudio y medición sistemática de la opinión pública en la Comunidad Autónoma Andalucía. Cada trimestre se puede conocer lo que opinan los andaluces sobre temas de interés social, económico y político. En este sentido, permite la evaluación continua de percepciones y valoraciones de indicadores sociopolíticos específicos durante un período de tiempo, proporcionando amplia información social y demográfica para el análisis.

Por ende, cada trimestre se puede conocer lo que opinan las personas sobre temas de interés social, económico y político. En este sentido, permite la evaluación continua de percepciones y valoraciones de indicadores sociopolíticos específicos durante un período de tiempo, proporcionando amplia información social y demográfica para el análisis. una población determinada (Fundación Centra, 2022)

Esta herramienta puede incluir un sondeo de opinión incluye preguntas sobre la vida cotidiana y los hábitos de consumo de los individuos como hogar, ocio, ocio, prácticas sostenibles para proteger el medio ambiente y más. Las preguntas de perfil socioeconómico y sociodemográfico sobre valores políticos y comportamiento dentro de un lugar hacen que este tipo de información sea valiosa y el compartir esta difusión hace que el espectador tenga una imagen en particular y singular.

Diseño de la propuesta

Una vez recopilada toda la información, se procede a la correspondiente clasificación y tabulación lo que facilita el análisis e interpretación, permitiendo de esta forma que el estudio se encuentre debidamente delimitado en relación a los datos correspondientes a la percepción de

los turistas una vez que hayan experimentado la visita y permanencia en una hacienda turística en la provincia de Cotopaxi en el Ecuador, esto representa información muy importante inicialmente porque este tipo de análisis no se había desarrollado con la metodología que emplea el presente trabajo de investigación.

Barómetro del turismo rural

- **Colores.** Los colores para el diseño del barómetro son los siguientes representados por el color de la provincia de Cotopaxi.

Gama de colores

Figura 32

Gama de colores cálidos: Medios



Nota. El diseño del barómetro fue realizado en la gama de colores cálidos: medios

Márgenes

- Superior:19,05 cm
- Izquierd:33,87 cm
- Inferior:19,05 cm
- Derecho:33,87 cm

Fuente Arial Rounded MT Bold 14

Estructura:

- Portada
- Contraportada
- Presentación de haciendas
- Índice
- Introducción
- Situación general
- Haciendas en entornos rurales
- Estado del turismo rural
- Perfil del viajero rural
- Percepción del turista rural
- Servicios en entornos rurales
- Actividades en entornos rurales
- Perfil de los anfitriones rurales
- Turismo rural en el mundo social
- Resultados
- Conclusiones
- Bibliografía
- Portada final

Desarrollo de la propuesta

La presente propuesta tiene como objetivo brindar información sobre la percepción que tiene el turista durante su visita y estancia en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi, en base a dos bloques: servicios y actividades de estilo campestre al aire libre como también la datos obtenidos a través de la entrevista con los anfitriones de las haciendas para poder conocer

su perfil y registros con indicadores que muestren el perfil del turista rural mediante porcentajes que ayudaran a la verificación del mismo.

Portada

Figura 33

Portada de la propuesta



Nota. La portada tiene imagen panorámica del cerro sagrado de Amina con el título: “Barómetro del turismo rural en las haciendas de Cotopaxi”

Contraportada

Figura 34

Contraportada de la propuesta



Nota. La contraportada tiene datos generales de parte de los estudiantes, director del proyecto y personas que colaboraron para la colaboración con un código QR con traducción en español, inglés y quichua.

Presentación

Figura 35

Presentación de las haciendas objeto de estudio

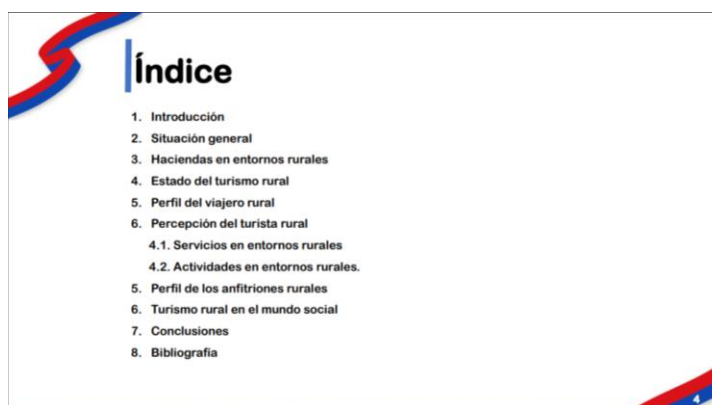


Nota. La presentación se encuentran un collage en forma de romboide las fotos de las haciendas e imagen de fondo acompañado por el sello de la universidad y logo de la carrera.

Índice

Figura 36

Índice de contenidos



Nota. La presentación se encuentran un collage en forma de romboide las fotos de las haciendas e imagen de fondo acompañado por el sello de la universidad y logo de la carrera.

Resultados

La provincia de Cotopaxi es notada y visitada por los interesados en el turismo rural, debido al valor intrínseco de las haciendas turísticas que no solo brindan alojamiento ni resort sino a su vez servicios de alimentación y actividades campestres al aire libre, en donde pueda tener una nueva percepción en cuanto a sus experiencias vividas durante su visita y estancia obteniendo una imagen realista del lugar en relación a la vivencia autónoma.

Pero, ¿Cómo la percepción del turista influye en las visitas y estancias a las haciendas turísticas de la Provincia de Cotopaxi? Una interesante pregunta que se intenta responder a lo largo del barómetro del turismo rural desarrollado a partir del proyecto de investigación a través de testimonios de turistas y de los anfitriones de las haciendas. El objetivo de este barómetro es conocer las características de ambos para saber en qué punto se encuentra el sector en su oferta y demanda.

Por ende, las haciendas al encontrarse en áreas rurales y con historia, son lugares propicios para el turismo en donde permite acceder directamente al contacto con la naturaleza y su entorno, de esta manera le permita al viajero disfrutar de un turismo vivencial. Según la encuesta llevada a cabo en las seis haciendas ubicadas en diferentes cantones de la provincia de Cotopaxi el 36% representa los viajeros que se encuentra en un rango de 26 – 35 años de edad la mayoría de ellos es de género masculino lo cual representa un 53%.

Mientras que su motivo principal para visitar una hacienda es debido al turismo de naturaleza y ecoturismo de ellos el 42% lo hacen por la observación y apreciación de la biodiversidad del entorno a visitar siendo un turismo estratégico para el desarrollo de comunidades y un medio para la difusión del patrimonio natural, por otro lado los viajeros también optan por el turismo de recreación ya que contribuye a la salud física, mental y social; para satisfacer necesidad de tipo deportivo, y finalmente pocos son los turistas que visitan una hacienda turística por motivos de cultura y patrimonio e historia.

Por lo general los turistas al momento de realizar un viaje la mayoría de ellos lo hacen en compañía, es decir el 55% de los encuestados visitan una hacienda en compañía de su familia evidenciando que estos lugares les permite tener una conexión más unánime entre el círculo familiar como también con la naturaleza siendo considerados como un segundo hogar, seguido de sus amigos con un total de 36%, lo que demuestra la afluencia de grupos grandes que buscan ser partícipes de actividades recreativas con un toque de diversión y finalmente aquellos visitantes solitarios con el 3% que tratan de encontrarse con sí mismos y darse un tiempo para meditar y reflexionar.

En cuanto a la percepción que tiene lo turistas sobre los servicios que les ofrece la hacienda el 33.13% prefieren el servicio de alimentación ya que para visitar las haciendas es necesario contar con este servicio debido a que los visitantes prefieren consumir la comida tradicional lo que permite evocar recuerdos y emociones ligados a platos típicos de la zona. De igual manera prefieren como segundo servicio el alojamiento con un 25.90% debido a que los turistas permanecen más de dos días por lo tanto buscan un lugar para hospedarse y terminar el día en un ambiente fresco y lleno de tranquilidad, mientras que el 14.46% optan por un servicio todo incluido de manera que todos formen parte de su interés.

Además las actividades turísticas son una base fundamental del lugar dándole un realce a la hacienda, por el hecho de que el turista al no encontrar actividades lo consideren aburrido y a su vez sin ánimos de volver a visitarlo, es así los turistas consideran que es muy importante que la hacienda cuente con actividad turísticas, por lo general el turista no solo busca servicios de alojamiento y alimentación si no a su vez actividades en donde puedan tener una desconexión total de su rutina diaria y conocer diferentes formas de pasar el momento distanciados del internet, teléfono, tv, entre otros.

La caminata, cabalgata, senderismo, visita al ordeño, camping, avistamiento de flora y fauna son actividades al aire libere más ofertadas en una hacienda turistas la cuales tienen grandes beneficios para la salud permitiéndoles tener un día de relajación y el disfrute de un

ambiente distinto a lo habitual de tal manera que pueda tener una experiencia única cada vez que visiten el establecimiento. Ante ya lo mencionado de acuerdo a la muestra el 67% de turistas mencionan que el ciclismo, caminata y senderismo son de su preferencia por el hecho que les gusta recorrer los alrededores de la hacienda permitiéndoles descubrir y apreciar nuevos paisajes a su vez les gusta ir observando la diferente flora y fauna nativa del lugar.

Finalmente, el 48.8% de visitantes disfrutaron de una excelente experiencia al momento de realizar las actividades turísticas es decir que disfrutaron un momento de aventura por la naturaleza divirtiéndose sanamente en un ambiente relajado y placentero muy diferente a su rutina diaria lo cual mencionaron que los anfitriones llevan una buena coordinación salvaguardado el bienestar del turista de tal manera que obtuvieron una buena experiencia de las cuales les gustaría volver a repetir.

Cabe mencionar que tener una experticia del lugar va más allá de conocer y visitar la hacienda turística por lo cual depende la percepción que se lleve el turista durante su visita o estancia el cual determinara el retorno o un despido definitivo. A pesar de las adecuaciones que se han realizado en la infraestructura o fachada de algunas haciendas siguen conservando su esencia lo cual marcan una diferencia con otros establecimientos de alojamiento por ello los turistas recomiendan que visiten las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi, debido a la buena experiencia que cada uno ha podido apreciar durante su visita o estancia, ya que la hospitalidad de los dueños, el ambiente familiar que les brindan y la calidad del servicio que les ofrece son únicos e inigualables.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Los establecimientos rurales con tendencia al turismo en Cotopaxi posee diversos atractivos físicos entre los que se evidencian el arte estilo colonial, haciendas con arquitectura de la época, además de áreas de trabajo que destacan las herramientas habituales para el desarrollo de las faenas en la ganadería, acompañadas del paisa de la zona, acogiendo a turistas nacionales y extranjeros ,es decir que en cada estancia produzca una nueva percepción en cuanto a sus experiencias y recorridos dentro de las instalaciones, para fortalecer el desarrollo económico de las comunidades y aprovechar los recursos endógenos de las mismas con el afán de que visiten los pueblos aledaños a la provincia y sus alrededores.
- Este análisis sirvió para levantar información a los anfitriones de las haciendas turísticas por medio de preguntas abiertas que se plantearon en forma directa y personalmente para recoger diversos criterios sobre el contexto real de los visitantes que asisten a las haciendas, así como la demanda de turistas ya sean estas en temporadas altas de bajas, el control de los servicios y actividades que ofertan, opinión sobre el perfil de turista que realiza turismo rural, publicidad y marketing turístico del lugar, presentación física del sitio, experiencia recreativa dentro de una hacienda turística, y recomendaciones para impulsar el turismo rural en Cotopaxi. Como resultado de la tabulación de los datos obtenidos de la encuesta realizada a los visitantes nacionales y extranjeros se ha determinado el perfil del turista rural en base a las percepciones durante su visita y estancia en las haciendas turísticas de la provincia de Cotopaxi, los cuales son de género masculino entre un rango de 26-35 años de edad, por lo general les gusta viajar en compañía de familiares y amigos siendo su principal motivo la

naturaleza y el ecoturismo realizando actividades como ciclismo, caminata y senderismo de tal manera que puedan recorrer los alrededores de las haciendas descubriendo y apreciando nuevos paisajes e ir observando la diferente flora y fauna nativa del lugar.

- En cuanto a la percepción que tiene sobre los servicios ofertados mencionan que el servicio de alimentación es uno de los más elegidos ya que prefieren consumir la comida tradicional lo que permite evocar recuerdos y emociones ligados a platos típicos de la zona. De igual manera prefieren como segundo servicio el alojamiento con debido a que los turistas permanecen más de dos días por lo tanto buscan un lugar para hospedarse y terminar el día en un ambiente fresco y lleno de tranquilidad. Cabe mencionar que tener una experticia del lugar va más allá de conocer y visitar la hacienda turística por lo cual depende la percepción que se lleve el turista durante su visita o estancia por ende es fundamental saber cuáles son sus opiniones ya que de esto determinara el retorno al lugar o un despido definitivo.

Recomendaciones

- Se recomienda a los anfitriones turísticos desarrollar más variedad de actividades y abarcar más su oferta en las haciendas de manera que sean variadas y que los turistas tengan la opción de disfrutar más del lugar, de igual manera se recomienda que al turista deben hacerlo sentir como en su casa y que todo lo que tenga el lugar lo disfrute de una manera más óptima.
- Se recomienda tener registros de llegada de turistas mensualmente de manera que se obtenga datos reales y estos a su vez faciliten al anfitrión saber el rendimiento de la hacienda de manera cual que se evidencia en las futuras ganancias o pérdidas del lugar.
- Se recomienda que las haciendas turísticas se encuentren registradas en el catastro de alojamientos turísticos de acuerdo a lo establecido en el reglamento de alojamientos turísticos por cada provincia del Ecuador de manera que facilite al lector informarse y conocer más con respecto a estos tipos de establecimiento que hoy por hoy se encuentran desaparecidos dentro del documento.

Bibliografía

- Ayuso, A., Felipe, J., & Delagdo, A. (2019). *Patrimonio Natural, Cultural y Paisajístico. Claves para la sostenibilidad territorial*.
<http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0556177.pdf>
- Bardon, E. (1990). *Consideraciones sobre el turismo rural en España y medidas de desarrollo*. Nro. 108, 61–82.
- Barrera, E. (2017). *El turismo rural: un agronegocio para el desarrollo. Agronegocios alternativos, enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*.
- Blanco, R., & Benaya, L. (1994). Fundamentos de la política comunitaria española en materia de turismo rural. *Estudios Agrosociales*, Nro. 49(Nro. 169), 119–147.
- Braidot, N. (2019). *Neuromanagement. cómo utilizar el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones*. (Ed. México, Ed.).
- Sousa, M., & Tissiane, S. (2019). Turismo rural: Fundamentos y reflexiones. *Serie Ensino, Aprendizagem e Tecnologias*, 23–45.
- García, T. (2013). *Preferencias del visitante de establecimientos de turismo rural*.
https://www.researchgate.net/publication/260244776_Preferencias_del_visitante_de_establecimientos_de_turismo_rural_Estudio_en_Navarra
- Gilbert, D. (1992). Perspectivas de desarrollo de turismo rural. *Revista Valenciana D`studis Autinomics*, Nro. 13, 167–193.
- Goeldner, Ch., & Brend, J. (2019). *Tourism: Principles, prantices, philosophies*.
- Ivanova, A., & Ibañez, R. (2017). *Medio ambiente y política turística en México*.
- Izaguirre, J. (2012). *La experiencia turística de los sentidos: Vol. Nro. 1* (Observatorio Turístico del Perú, Ed.).
- Kieffe, M. (2018). Conceptos calves para el estudio del turismo rural comunitario. *El Periplo Sustentable*, Nro. 34, 8–43.

- Kim, L., & Morrison, G. (2017). Estudios y Perspectivas en Turismo. *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*, 25(2), 54.
- Márquez, A., & Sánchez, A. (2017). Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México. *Investigaciones Geográficas. Boletín Del Instituto de Geografía .UNAM*, Nro. 16, 134–152.
- Reglamento de alojamiento turístico, (2016).
- M.I.N.T.U.R. (2019). *Plan Estratégico Institucional 2019-2021*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf#:~:text=El%20MINTUR%2C%20como%20entidad%20rectora%20del%20tu>
- M.I.N.T.U.R. (2020). *Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible para el Ecuador, PLANDETOUR*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/upl>
- M.I.N.T.U.R. (2021). *Visualizador de ventas. Ventas actividades del sector turístico*. <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>
- O.M.T. (2003). *Organización Mundial del Turismo. Bases para el desarrollo del Turismo en el Ecuador*.
- Peñaranda, P., & Velazco, M. (2017). Teoría de la Recreación. *Universidad de Pamplona*.
- Pérez, E. (2019). Hacia una nueva visión de lo rural. In *Aua nueva ruralidad en América Latina*. CLACSO (p. 17 29).
- Ramos, J. (2018). *Turismo Étnico o Enoturismo. Universidad Autónoma de Nayarit, Tepic, Nayarit*. https://www.eumed.net/libros-gratis/ciencia/2012/8/turismo_etnico_etnoturismo.html
- Riera, T. (2018). *Estudio de las tendencias del turismo para diversificación de la oferta de actividades turísticas en el Cantón Mejía provincia de Pichincha*. Universidad de las fuerzas Armadas .

- Rivera, J., Arellano, R., & Molero, V. (2020). *Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing*.
- Rodas, M., Ullauri, N., & I., S. (2019). *El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura*. RICIT Universidad de Especialidades Turísticas.
- Sanchez, V. (2017). La Percepción De Los Cruceristas Estadounidenses Sobre El Servicio Turístico De Calidad Ofrecido Por Los Guías De Turistas En Mazatlán, México. *Anuario Turismo y Sociedad*, o. 13, 185.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2269135
- Segovia, S. (2018). *Hacienda turística para potenciar la actividad agroecológica de la parroquia Monte Olivo. Carchi*.
- Valdiviezo, L. (2022). *Las medidas implementadas y su eficacia en la recaudación tributaria de los países latinoamericanos en el año 2020*. Universidad Cesar Vallejo.
- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, Origen y Evolución*. México: Trillas.
- Amat, C. (2012). Investigaciones sociales. *Revista de investigación científica*.
- Arias, J., & Covimos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación* (Primera Edición Digital ed.). Arequipa, Perú: Enfoques Consulting EIRL. Retrieved 18 de 04 de 2022, from file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Arias-Covinos-Dise%C3%B1o_y_metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Armijos, J., Bustamante, K., & Calle, M. (2019). Percepción del turista sobre el servicio de alimentos y bebidas. Sitio, Playa Bajoalto, Cantón El Guabo, El Oro.Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, Nro. 15(Nro. 1), 93-101.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2019000100093>

- Ayuso, A., De Felipe, J., & Delgado, A. (2019). *Patrimonio Natural, Cultural y Paisajístico. Claves para la sostenibilidad territorial*. Retrieved 25 de 05 de 2022, from <http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0556177.pdf>
- Barrera, E. (2007). El turismo rural: un agronegocio para el desarrollo. *Agronegocios alternativos, enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*.
- BCE. (2022). Informe anual 2021. Sector turismo.
- Bernal, C., & Arias, F. (2014). *Metodología de la Investigación* (3ra. Edición ed.). Bogota, Colombia: Mc Graw. <https://doi.org/ISBN E-BOOK 978-958-699-129-2>
- Briones, V. F. (03 de marzo de 2019). *Zona rural y su nueva visión de la Educación Superior en Ecuador*. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n08/a19v40n08p10.pdf>
- Burbano. (02 de 08 de 2019). Ruta de las haciendas del Ecuador. Retrieved 12 de 05 de 2022, from <https://www.meer.com/es/56402-la-ruta-de-las-haciendas-del-ecuador>
- Castellucci, D. (2019). La calidad y servicios en destinos turísticos maduros. *Tiempo libre. turismo y recreación* , 29-42.
- Castro, M., Fernandez, G., & Henríquez, A. (s.f.). Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico. *Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, Nro. 21(3), 243-260. <http://www.redalyc.org/pdf/909/90928088013.pdf>
- Cedeño, N. (08 de 2012). La Investigación Mixta, estrategia Andragógica Fundamental para Fortalecer las Capacidades Inelecturales Superiores. *RES NOM BERVA, VOLUMEN Nro. 2(Nro. 2)*. Retrieved 14 de 04 de 2022, from https://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicion2/revista_completa.pdf#page=18

- Clubrural. (2018). Barómetro del turismo rural en España 2018. Retrieved 20 de 05 de 2022, from C:/Users/Personal/Desktop/TESIS/barometro-turismo-rural-1-semester-2018.pdf
- Clubrural. (2020). Barómetro de turismo rural en España. Retrieved 20 de 05 de 2022, from C:/Users/Personal/Desktop/TESIS/barometro-turismo-rural-2020.pdf
- De Almeida, A. (2016). *Pesquisa histórica: teoria, metodologia e historiografia*. Retrieved 18 de 04 de 2022.
- El Universo. (8 de agosto de 2021). *Estas haciendas turísticas están de promoción durante todo agosto*. <https://www.eluniverso.com/larevista/turismo/estas-haciendas-turisticas-estan-de-promocion-durante-todo-agosto-nota/>
- ESADE. (2002). Libro Verde de la Comisión Europea.
- Espejo, L. (2016). Percepción de la aplicación del turismo rural comunitario en los pobladores de Collasgon. Sanchez Carrion 2016. Trujillo, Perú.
- Espinoza, L., Pereyra, M., & Ulibarri, H. (04 de 2016). Espectativas y percepciones de lo clientes en un restaurante en la ciudad de Merida, Yucatan. México. *Reaxion. Revista de divulgación científica. Año Nro. 3. Enero - Abril* (Nro. 3), 16-23. Retrieved 02 de 06 de 2022, from http://reaxion.utleon.edu.mx/Art_Expectativas_y_percepciones_de_los_clientes_de_un_restaurante_en_la_ciudad_de_Merida_Yucatan.html
- Fuentes, A. (2017). Apuntes turísticos de la sierra ecuatoriana. Retrieved 12 de 05 de 2022, from https://www.academia.edu/37917678/APUNTES_TUR%C3%8DSTICOS_DE_LA_
- GAD Provincial Cotopaxi. (11 de julio de 2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial Cotopaxi 2025*. https://www.cotopaxi.gob.ec/images/Documentos/PDYOT-COTOPAXI-11julio_2018.pdf

- García, T. (2013). *Preferencias del visitante de establecimientos de turismo rural*. Retrieved 20 de 05 de 2022, from https://www.researchgate.net/publication/260244776_Preferencias_del_visitante_de_establecimientos_de_turismo_rural_Estudio_en_Navarra
- Gonzalez, M. (13 de 03 de 2011). Una propuesta para desarrollar turismo rural en los Municipios de Zacatecas México. *Pasos*, 1-17. Retrieved 12 de 05 de 2022, from http://www.pasosonline.org/Publicados/9111/PS0111_11.pdf
- Guzman, G. (2022). Estudios Longitudinales: Qué son y como funcionan en investigación. *Psicología y Mente*. Retrieved 18 de 04 de 2022, from <https://psicologiaymente.com/miscelanea/estudios-longitudinales>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la Investigación* (Sexta Edición ed.). Mexico: Mc Graw. [https://doi.org/ISBN: 978-1-4562-2396-0](https://doi.org/ISBN:978-1-4562-2396-0)
- Jimenez, H. (2013). *Calidad: como ofrecer un buen servicio a los clientes*. Planeta .
- Kim, L., & Morrison, G. (04 de 2016). Estudios y Perspectivas en Turismo. *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*, 25(2), 54. Retrieved 25 de 05 de 2022, from <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V25/N02/v25n2.pdf>
- Leon, A., & Calvopiña, J. (2019). Análisis de los servicios turísticos en las casa haciendas como aporte al turismo rural del Cantón Mejía. Retrieved 15 de 05 de 2022, from <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/22742/T-ESPEL-ITH-0133.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lopez, J., & Arcila, M. (2014). Análisis de la percepción turística en la región Tanger-Tetuan. Marruecos. *Cuadernos de Turismo Nro. 33*, 173-198.

- Maldona, C., & Hernandez, G. (2017). Guía para la autogestión de la calidad de servicios turísticos comunitarios. Redtours. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_185118.pdf
- Martinez, C. (2018). *Investigación Descriptiva: Definición, tipos y Características*. www.lifeder.com/investigacion-descriptiva
- Ministerio de Turismo . (27 de mayo de 2022). *El gasto turístico de los primeros cuatro feriados del año suma 217 millones de dólares*. <https://www.turismo.gob.ec/el-gasto-turistico-de-los-primeros-cuatro-feriados-del-ano-suma-217-millones-de-dolares/>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Plan Estratégico Institucional 2019-2021*. Plan estratégico institucional 2019-2021: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>
- Ministerio de Turismo. (agosto de 2020). *Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la Nueva Normalidad* . https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf
- Ministerio de turismo. (2021). *Plan Estratégico Institucional 2021-2025*. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Plan-Institucional-2021-2025_08_12_2021.pdf
- MINTUR. (2016). Reglamento de Alojamiento Turístico.
- MINTUR. (2019). *Plan Estratégico Institucional 2019-2021*. Retrieved 19 de 05 de 2022, from <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf#:~:text=El%20MINTUR%2C%20como%20entidad%20rectora%20del%20tu>

- MINTUR. (2020). Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible para el Ecuador, PLANDETOUR . Retrieved 20 de 05 de 2022, from <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/upl>
- MINTUR. (2021). Visualizador de ventas. *Ventas actividades del sector turistico. 2021*. Retrieved 01 de 06 de 2022, from <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>
- MINTUR. (27 de mayo de 2022). *El Gasto Turístico de los Primeros Cuatro Feriados del Año Suma 217 Millones de Dólares*. <https://www.turismo.gob.ec/el-gasto-turistico-de-los-primeros-cuatro-feriados-del-ano-suma-217-millones-de-dolares/>
- OEA. (1978). Organización de Estados Americanos .
- OMT. (2003). Organización Mundial del Turismo. *Bases para eñl desarrollo del Turismo en el Ecuador*.
- OMT. (2009). Informe Anual y Proyecciones.
- OMT. (2020). *Informe Anual del año*.
- Perez, E. (2001). *Hacia un nueva vision de lo rura. Aua nueva ruralidad en America Latina*. CLACSO, 17*29.
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa. Retrieved 20 de 05 de 2022, from https://www.researchgate.net/publication/262430100_The_strategic_value_of_rural_tourism_as_a_sustainable_alternative_for_a_territorial_rural_development/fulltext/038f3f
- Ramirez, C. (2017). *Servicios Turísticos*. <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>

- Ramos, J. (2012). *Turismo Étnico o Etnoturismo*. Universidad Autónoma de Nayarit, Tepic, Nayarit. Retrieved 23 de 05 de 2022, from https://www.eumed.net/libros-gratis/ciencia/2012/8/turismo_etnico_etnoturismo.html
- Rivera, J., Arellano, R., & Molero, V. (2000). *Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing*. .
- Rodas, M., Ullauri, N., & I., S. (2015). *El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura*. RICIT Universidad de Especialidades Turísticas . Retrieved 22 de 05 de 2022.
- Sanchez, V. (25 de 05 de 2013). *La Percepción De Los Cruceristas Estadounidenses Sobre El Servicio Turístico De Calidad Ofrecido Por Los Guías De Turistas En Mazatlán, México*. (Univerd, Ed.) *Anuario Turismo y Sociedad*, Nro. 13, 185. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2269135
- Valderrama, S. (2017). *Pasos para Elaborar Proyectos e Investigación Científica: cualitativa, Cuantitativa y Mixta*. Lima, Perú: Editorial San MARCO E.i.R.L. Retrieved 14 de 04 de 2022, from <https://pdfcookie.com/documents/pasos-para-elaborar-proyectos-de-investigacion-cientifica-santiago-valderrama-mendoza-rv31pko1qg2d>
- Walter, H., & Kurt, K. (1942). *Fundamentos de la Teoría General del Turismo*.
- Zambrano, J., Zambrano, R., Mieles, D., & Castelo, J. (2017). *Las haciendas agro-turísticas como medio de desarrollo del turismo rural en el Cantón El Milagro Ecuador*. *Ciencia. UNEMI*, 7.

Anexos