

ANÁLISIS DE LAS EXPERIENCIAS DE LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN LA PARROQUIA ZUMBAHUA, PROVINCIA DE COTOPAXI

ANALYSIS OF THE EXPERIENCES OF NATIONAL AND FOREIGN TOURISTS VISITING THE ZUMBAHUA PARISH, COTOPAXI PROVINCE

Ana Beatriz Ninasunta Ninazunta ^{1*}

¹ Estudiante de la carrera Licenciatura en Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná. Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-2411-8319>. Correo: ana.ninasunta7506@utc.edu.ec

César Enrique Calvopiña León ²

² Docente Investigador de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná. Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-003-0551-0950>. Correo: cesar.calvopiña@utc.edu.ec

* Autor para correspondencia: ana.ninasunta7506@utc.edu.ec

Resumen

El presente artículo tuvo como objetivo analizar las preferencias y necesidades de turistas nacionales y extranjeros sobre su experiencia de viaje en la parroquia Zumbahua, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. El trabajo investigativo incluyó una investigación bibliográfica y de campo, de carácter cualitativo y cuantitativo y se apoyó en la técnica de encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros, lo que permitió arribar a las siguientes conclusiones: Zumbahua se consolida como un destino turístico comunitario auténtico, donde se resalta la participación activa de la comunidad indígena en la gestión del turismo, ofreciendo experiencias únicas y genuinas a los visitantes. La riqueza natural y cultural de Zumbahua atrae a un público diverso. La variedad de atractivos, desde la Laguna del Quilotoa hasta las ferias artesanales satisfacen diferentes intereses y motivaciones de viaje, generando un impacto económico positivo en la comunidad. Se ofrece una experiencia turística auténtica con potencial de crecimiento con logros significativos en el desarrollo del turismo comunitario, al tiempo que se identifican áreas de mejora para fortalecer la sostenibilidad del destino y la satisfacción de los turistas está ligada a la preservación de la identidad cultural, de ahí la importancia de mantener el equilibrio entre el desarrollo turístico y la protección de la cultura y tradiciones locales.

Palabras clave: Análisis de las experiencias; turistas nacionales y extranjeros; parroquia Zumbahua

Abstract

The purpose of this article was to analyze the preferences and needs of national and foreign tourists regarding their travel experience in the Zumbahua parish, Pujilí canton, Cotopaxi province. The research work included bibliographic and field research, of a qualitative and quantitative nature, and was supported by the survey technique applied to national and foreign tourists, which allowed reaching the following conclusions: Zumbahua is consolidated as an authentic community tourism destination, where the active participation of the indigenous community in tourism management is highlighted, offering unique and genuine experiences to visitors. The natural and cultural wealth of Zumbahua attracts a diverse public. The variety of attractions, from the Quilotoa Lagoon to the craft fairs satisfy different interests and travel motivations, generating a positive economic impact on the community. An authentic tourist experience is offered with growth potential with significant achievements in the development of community tourism, while identifying areas for improvement to strengthen the sustainability of the destination and tourist satisfaction is linked to the preservation of cultural identity, hence the importance of maintaining a balance between tourism development and the protection of local culture and traditions.

Keywords: *analysis of experiences; national and foreign tourists; Zumbahua parish*

Fecha de recibido: 15/12/2024

Fecha de aceptado: 16/01/2025

Fecha de publicado: 17/01/2025

Introducción

Ecuador se destaca como uno de los países más diversos del mundo, puesto que cuenta con cuatro regiones geográficas distintas: Costa, Sierra, Amazonía y Región Insular. Esta diversidad permite una amplia gama de actividades relacionadas al turismo, dinamizando la oferta turística y desarrollando la economía de los destinos turísticos. En Ecuador, el turismo rural es una opción popular. Según datos del Ministerio de Turismo (MinTur, 2020), el 12 % prefiere el montañismo, mientras que el 9 % opta por las áreas protegidas y el 8 % prefiere la Amazonía. El MinTur (2020) señaló que el 26 % de las preferencias de consumo de turismo a nivel nacional se inclinan hacia el turismo rural, lo cual demuestra que tanto los turistas nacionales como extranjeros tienen una fuerte preferencia sobre los establecimientos de turismo rural en Ecuador.

La provincia de Cotopaxi, ubicada en la región interandina de Ecuador, alberga una variedad de climas, formación montañosa y fuentes hidrológicas debido a su localización, permitiendo desarrollar una gran variedad en la oferta de turismo rural. Es importante destacar que este tipo de turismo ha ido evolucionado. Según datos proporcionados por el último Atlas Rural realizado en 2017, el turismo rural representaba hasta esa fecha 12 161 empleos en Ecuador. Además, un primer servicio y factor estratégico para el turismo rural es la existencia de alojamiento, actualmente contabilizando 14 066 habitaciones, principalmente en las poblaciones más pobladas, como Quito, Guayaquil y Santo Domingo. Con respecto a los servicios de

alimentos y bebidas, el sector rural cuenta con 18 801 emprendimientos y 89 247 plazas por mesa, donde los visitantes pueden degustar la oferta de alimentos y bebidas (Instituto Geográfico Militar [IGM], 2017).

La parroquia Zumbahua, ubicada al suroeste del cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi, no está exenta del desarrollo del turismo rural y comunitario. Por el contrario, cuenta con un gran número de establecimientos dedicados a esta actividad y, de acuerdo con el Catastro Turístico de 2022, existen seis espacios de alojamiento clasificados en tres y dos estrellas. Además, existe un centro de turismo comunitario de categoría única (IGM, 2017). De acuerdo a los últimos datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022), la población total de Zumbahua en 2022 era de 6 948 habitantes, con una tasa de crecimiento promedio anual de -4.85, lo cual se debe a la migración constante de los ciudadanos.

El turismo rural surge como una alternativa turística que se caracteriza por desarrollarse en espacios rurales y basarse en principios de tipo ambiental, social, cultural y económico. Estos principios exaltan el turismo como una actividad de carácter territorial, que tiene una relación directa con las personas, su organización social y cultural, sus vínculos interinstitucionales y el medio ambiente. El turismo rural tiene el propósito de que los turistas realicen actividades de convivencia e interaccionen con la comunidad rural, conozcan sus costumbres, tradiciones, la forma de vivir de cada miembro de la comunidad y los atractivos que existen en la parroquia Zumbahua, generando así ingresos económicos para la parroquia Zumbahua (Herrera, 2021).

En los últimos años, el turismo de experiencia ha ganado popularidad debido al incremento de destinos turísticos dedicados a esta actividad, incluyendo agroturismo, turismo científico, turismo de bienestar, turismo rural entre otros. Estos han dinamizado la oferta en los espacios turísticos de esta provincia, atrayendo a turistas nacionales y extranjeros, posicionando a la provincia de Cotopaxi como un destino atractivo para el turismo de naturaleza y la inversión en Ecuador.

Esta área de estudio posee una impresionante variedad de flora y fauna que refleja la riqueza y biodiversidad de los andes ecuatorianos. Al poseer una variedad de climas, cuenta con vegetación exótica que la hace única. En su estudio, Palma (2018) mencionó que la flora y fauna ha disminuido con el paso del tiempo debido al aumento constante de las zonas destinadas al cultivo y la presencia humana. Esto quiere decir que el ser humano invade y se apropia de las tierras para su supervivencia, expulsando la flora y fauna de su hábitat. Sin embargo, aún se puede apreciar la flora existente en el lugar, dado que son plantas medicinales utilizadas por la población, como linlin, tilo, marco, mulintimi, cola de caballo, llantén, chilca y sunfillo.

La presente investigación tiene como objetivo analizar las experiencias de los turistas nacionales y extranjeros a través de plataformas digitales y encuestas, con la idea de identificar las variables señaladas por turistas en relación con el turismo rural relativo en la parroquia Zumbahua, provincia de Cotopaxi (Montenegro, 2023).

El turismo de experiencia surge como una alternativa nueva donde los viajeros pueden experimentar nuevas emociones y generar experiencias significativas, memorables y auténticas, este tipo de turismo va más allá de sólo visitar un destino turístico, se trata de compartir experiencias en las comunidades locales y poder sumergirse en la naturaleza.

La parroquia Zumbahua posee varios atractivos turísticos que hacen de este un destino único por su belleza paisajística y variedad de actividades que se pueden realizar. De acuerdo con el último catastro de la parroquia Zumbahua, existen establecimientos que brindan hospedaje, servicios de alimentos, bebidas y un centro

turístico con elementos y actividades turísticas que tienen como objetivo que el turista viva una real experiencia lejos de las ciudades y otras distracciones (Mintur, 2022). Esta modalidad de turismo está cada vez más en tendencia en todos los segmentos de mercado, tanto nacionales como extranjeros. Por ello, es importante reconocer cómo mejorar la calidad de los servicios ofrecido por los establecimientos y actividades turísticas en el sector.

Las plataformas turísticas aportan actualmente un gran soporte a los servicios turísticos en cuanto a la promoción e información que requieren los clientes para comparar un servicio. Sin embargo, es vital realizar de manera presencial la recopilación de datos actualizados y reales que permitan tener información basada en la realidad de los establecimientos de turismo rural de la parroquia Zumbahua. De esta forma, se pueden crear estrategias que fortalezcan los servicios turísticos y la percepción positiva de sus visitantes.

El levantamiento de información tanto en las plataformas turísticas *online* como en la recolección de datos físicos, permite comparar el nivel de actualización, cifras y situación tanto de los visitantes de la parroquia Zumbahua como de los establecimientos y servicios turísticos de turismo rural. Esto proporcionará una pauta realista sobre qué acciones deben tomar los actores de turismo rural para mejorar su planificación y gestión.

El presente trabajo pretende analizar a profundidad las experiencias de los turistas, que visitan la parroquia Zumbahua de este modo se obtendrán resultados que muestren en orden sistemático cuáles son los factores positivos y negativos del servicio brindado en un área turística y cómo se puede mejorar. Y de esa manera poder diseñar estrategias que fortalezcan las experiencias turísticas en la parroquia Zumbahua, basada en la información obtenida de las plataformas turísticas y las encuestas realizadas. El propósito es segmentar y canalizar de manera más adecuada las actividades turísticas de turismo rural de esta parroquia, garantizando una experiencia positiva en los turistas para potenciar este tipo de turismo en la parroquia Zumbahua.

Es importante reconocer que los turistas nacionales y extranjeros tienen distintas perspectivas y expectativas al momento de viajar en diferentes aspectos, como alojamiento, alimentación, atractivos, paisajes, entre otros. Las diferencias culturales, de idioma, de edad y de género entre ambos segmentos es un factor de alto impacto en las experiencias, especialmente en el turismo rural, puesto que este tipo de oferta está dirigida a un turismo de interés muy específico en cuanto a atención, infraestructura, atractivos naturales y culturales, entre otros. Por esta razón, identificar dichas diferencias entre ambos segmentos, así como sus necesidades, es un paso imperativo para mejorar la diversificación y variedad en los servicios, así como su calidad, garantizando la estabilidad, duración y crecimiento de la oferta turística de esta parroquia.

En ese orden de ideas, fortalecer el turismo mejora las experiencias sobre la parroquia Zumbahua y permitirá identificar correctamente las preferencias de los turistas para la mejora e innovación turística. Este estudio se enfoca en comprender las necesidades de los visitantes durante su experiencia turística.

La parroquia Zumbahua posee varios atractivos turísticos naturales y culturales que han visto un incremento en los últimos años, aunque no se han aprovechado de manera adecuada. La población en general carece de una visión más centrada sobre turismo en la parroquia para saber aprovechar los recursos turísticos. Uno de los lugares más destacados de la parroquia es la Laguna de Quilotoa, que atrae tanto a turistas nacionales como extranjeros. Sin bien la parroquia Zumbahua no está bien organizada en términos turísticos, existe un grupo de personas que reconoce el valor turístico de esta laguna y se dedica exclusivamente a ofrecer a los turistas una experiencia memorable durante su estancia.

La parroquia Zumbahua se caracteriza por su idioma, cultura, tradiciones y vestimenta, lo que la hace única y diferente de otras zonas rurales. Estas características deben aprovecharse como una actividad turística que ayude a la población en sus ingresos económicos para su subsistencia, con el fin de mejorar su economía y evadir la migración que en los últimos años ha afectado a la parroquia, reduciendo notablemente su población. Según datos estadísticos, en el año 2010 existía un total de 12 437 habitantes, mientras que para el año 2022 la población se redujo a un total de 6948 (INEC, 2022).

En la actualidad, el turismo de experiencia y el turismo rural ha evolucionado a lo largo de los años y en la parroquia Zumbahua constituye una de las áreas con mayor diversidad para la oferta turística. Sin embargo, la carencia de un punto estratégico en la parroquia para proporcionar información a los turistas es evidente, lo que impide que los turistas nacionales y extranjeros accedan fácilmente a los atractivos turísticos que deseen visitar.

La problemática que aborda esta investigación es la escasa información disponible sobre las experiencias en turismo, de los turistas en la parroquia Zumbahua, en cuanto a atención al cliente, calidad en los servicios turísticos, así como cifras y datos relevantes durante su estancia. Además, tanto los establecimientos como las plataformas turísticas que actualmente brindan información no tienen datos actualizados sobre la situación turística del turismo rural. Cabe destacar que tampoco se ha realizado una segmentación de los turistas nacionales y extranjeros para poder identificar sus necesidades y preferencias al visitar este destino turístico.

Tener una base informativa actualizada y debidamente segmentada permitirá elaborar documentos útiles para el desarrollo del turismo, así como estrategias que ayuden a fortalecer las experiencias en los turistas en los atractivos evaluados. Contar con datos actualizados y reales en el sector turístico es crucial, puesto que la escasez de estos datos afecta al desarrollo del turismo en dicha parroquia.

Para abordar esta realidad, se llevará a cabo una revisión de los datos y cifras que existen en las plataformas turísticas como Tripadvisor y Booking, enfocándose en las experiencias de los turistas nacionales y extranjeros en los establecimientos. Además, se proporcionará a los establecimientos objeto de estudio un manual de procedimiento para disminuir experiencias negativas.

El análisis de experiencias en la parroquia Zumbahua, permite identificar tanto las opiniones positivas como negativas que los turistas nacionales y extranjeros tienen sobre un servicio turístico. Este análisis facilita la mejora de dichos servicios turísticos. En este caso, se llevará a cabo un análisis detallado de las experiencias en los servicios y atractivos turísticos de la parroquia Zumbahua mediante encuestas, con el objetivo de comprender las percepciones de los turistas. Con base en los resultados obtenidos, se podrán implementar mejoras para optimizar la experiencia de los turistas.

Conocer las experiencias de los turistas antes, durante y después de su viaje es fundamental, puesto que esto permite analizar cómo los turistas nacionales y extranjeros perciben el turismo rural. Los resultados obtenidos ayudarán a gestionar esta información de manera efectiva y a brindar a los turistas un servicio de calidad. Esto no solo aumentará la satisfacción del turista, sino que también incentivará a los visitantes a regresar a los atractivos turísticos, contribuyendo a la evolución continua del turismo rural.

Para comprender en detalle las experiencias de los turistas, es crucial realizar una segmentación del perfil del turista que visita la parroquia Zumbahua y sus atractivos turísticos. Esta segmentación permitirá a los

establecimientos identificar el mercado al que se dirigen y ajustar sus servicios para satisfacer las necesidades de los turistas que los visitan.

El perfil de los turistas es una herramienta invaluable poder segmentar el tipo de visitantes que llegan a un área turística y para mejorar la calidad de los servicios turísticos, adecuándolos a sus necesidades. Esta nueva modalidad de investigación utiliza diversos métodos y características que destacan la importancia de conocer los perfiles de los turistas. Según Cunalata (2023), uno de los principales retos es identificar el mercado objetivo y entender sus preferencias y las actividades turísticas. Con esta información, se puede mejorar la oferta turística en la zona.

Igualmente, según López (2019), el perfil turístico de los visitantes es sumamente relevante, puesto que permite conocer los gustos y preferencias únicas de cada turista. Cada visitante busca nuevos destinos turísticos y, con ello, nuevas experiencias que se alineen con sus preferencias y estilo de viaje. Al plantear esta investigación, se pretende comprender el comportamiento de los visitantes en los lugares turísticos, es por ello que el presente artículo tiene como objetivo analizar las preferencias y necesidades de turistas nacionales y extranjeros sobre su experiencia de viaje en la parroquia Zumbahua, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.

Marco teórico

El turismo de experiencia, altamente vinculado al sostenible, es una tipología que con el paso de los años ha ido ganando cada vez más terreno a la hora de viajar, y hoy en día, cuenta con un mayor auge en comparación con otras tipologías, ya que los turistas buscan espacios amplios, en la naturaleza y donde puedan estar al aire libre con sus allegados para poder disfrutar juntos de la experiencia lejos del bullicio de las grandes ciudades. (Pérez, 2021, p. 5)

(Suárez Renata &, Yagual Fiama, 2021). La experiencia del consumidor está ligada a las sensaciones y sentimientos más íntimos de este, siendo el objetivo generar una experiencia afectiva. Una experiencia turística es el conjunto de sensaciones y emociones, percibidas por el turista, en base a una serie de estímulos durante todas las fases de contacto con el producto turístico.

La experiencia turística son los diferentes modos de conocimiento que se originan una vez que las personas han estado presentes en el lugar descubriendo algo nuevo o que han experimentado sensaciones a partir de vivencias y observaciones, las personas son capaces de alcanzar nuevos conocimientos a partir de lo que experimentan, por ello se considera que el valor y la utilidad que le da a la misma, es netamente personal y depende de cada persona si es algo significativo de destacar en su vida. (Guerrero, 2021)

(Rojas, 2021) Refiere que la experiencia turística gira en torno a dos conceptos: centro y centro allá afuera. El autor refiere que la experiencia turística está compuesta por las interacciones que tiene todo ser humano en la vida diaria y, al mismo tiempo, por el anhelo por estar en un lugar diferente. Además, propone cinco modos de experiencia turística, donde el primero de ellos hace referencia al recreacional, caracterizándose el individuo por buscar entretenimiento. El segundo de ellos hace alusión a la diversión, y tiene como principal intención escapar del aburrimiento y la rutina sin sentido. En tanto el tercer modo abarca lo experiencial, donde el sujeto se da cuenta del sin sentido de su rutina y busca sentido en la vida de los otros. El cuarto modo trata sobre lo experimental, aquí la persona intenta redescubrirse; sin embargo, aún no está muy consciente

de lo que busca, de sus necesidades y deseos. Finalmente, en el modo de la experiencia turística existencial, la persona busca otro centro, uno al que buscará convertirse, es decir, un lugar distinto al del origen.

(González, 2022) La experiencia en el sector turístico ha sido reconocida por ser la principal motivación de los turistas para viajar, por contribuir significativamente a la satisfacción de los visitantes, y recientemente por favorecer a la mejora de la calidad de vida y la transformación de los turistas.

La experiencia turística desde el contexto empresarial también reconoce la existencia dimensional, debido a que la experiencia es una oferta cognitiva, es decir, provee una forma para que el cliente explore sus sentidos en todo lo que le rodea. La experiencia turística posee características pos modernas, es decir, los turistas interpretan los valores y significados de los productos tangibles e intangibles para luego construir experiencias. La experiencia turística es multimienda debido a que el turista está involucrado antes, durante y después del viaje, por eso, es importante que toda la oferta turística tenga la oportunidad de crear experiencias inolvidables (Chiriboga-Cisneros, 2022).



Figura 1. Tipos de experiencia.

Fuente: Veloz, S 2020

Se puede distinguir varios tipos de experiencia de acuerdo a las dimensiones, donde se encuentra en la parte horizontal la participación activa y pasiva, y en la parte vertical encontramos experiencias de absorción, es decir, solo se observa, pero no se es parte de ella, y también se encuentra la inmersión donde los turistas tienen una 28 participación activa. Dicho esto, se considera que existen varios tipos de experiencias como son las de diversión, que son un conjunto de actividades pasivas y de absorción como por ejemplo ver un espectáculo folklórico o teatral de una cultura. Están también las experiencias educativas donde los turistas son protagonistas activos y adquieren conocimientos a la misma vez como puede ser una cata de vinos ya que aquí aprendemos acerca del proceso a su vez lo consumimos. Además, se encuentran las experiencias de evasión donde los usuarios tienen participación activa y que se involucran en la actividad por ejemplo actividades de aventura como rafting o canyoning y finalmente están las experiencias de estética, estas implican una participación pasiva y poca involucración por parte de los turistas por ejemplo visitar una galería de arte (Sharon Guerrero 2020)

El turismo es una manifestación de alcance mundial. Se constituye en un fenómeno importante para el desarrollo social, económico y político de los pueblos. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo es el desplazamiento de las personas fuera de su lugar de residencia habitual con fines de ocio, recreación, negocio y otros (IGM, 2017), existiendo diferentes tipos de Turismo.

El turismo rural (...) tiene un gran potencial para estimular el crecimiento de la economía local y el cambio social, por su complementariedad con otras actividades económicas, su contribución al PIB y la creación de empleo y su capacidad de promover la dispersión de la demanda en el tiempo y a lo largo del territorio. (ONU Turismo, s.f.a, párr. 3)

El turismo de montaña es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado como son las colinas o montañas con características y atributos inherentes en un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad y una comunidad local. Engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre. (ONU Turismo, s.f.b, párr. 1)

El turismo deportivo es uno de los sectores que crece más rápido en el turismo, los eventos deportivos de diversos tipos y envergadura atraen a los turistas como participantes o espectadores y los destinos intentan añadir su sabor local para distinguirse y proporcionar experiencias locales auténticas. (ONU Turismo, s.f.c, párr. 2)

El turismo cultural es muy enriquecedor de viajar, que permite a los turistas sumergirse en la riqueza de la historia, el arte, la arquitectura y tradiciones del lugar además de descansar. Su objetivo principal es el conocimiento y la apreciación de los aspectos culturales de un destino, gastronomía, danza, arte, arquitectura, costumbres, fiestas, tradiciones. (Oltra, 2023, párr. 2)

“El turismo de aventura es una actividad turística que implica un viaje hacia un área remota o que incluyan un plan donde puedan acontecer hechos inesperados” (Porto y Merino, 2023, párr. 1). Puede que el turismo de aventura es un turismo que implica la destreza del viajero para la actividad que vaya a realizar durante su estancia en los atractivos turísticos.

Existen diferentes tipos de actividades turísticas, entre las cuales se encuentran la cabalgata, que es actividad de esparcimiento deportivo que utiliza al equino en medio natural. Se puede considerar una excursión a caballo con el propósito principal de trasladarse a un lugar a otro. En las cabalgatas grupales los turistas son guiados por un profesional capacitado en las travesías u otra forma más planificada según su organización. (Azas, 2023, p. 3)

El senderismo es una actividad deportiva no competitiva que consiste en caminar siguiendo un itinerario determinado. Se acostumbra en senderos balizados y homologados por el organismo competente de cada país, pero también por sendas, caminos rurales y vías verdes sin homologar. (Wikipedia, 2024, párr. 1)

El camping es una de las opciones recreativas ideal para los turistas que quieran pasar sus vacaciones para disfrutar de la naturaleza que puedan acampar en las riveras de la laguna Quilotoa y en las montañas con una vista hermosa, ideal para poder descansar, relajarse y además está rodeado de árboles que emite gran cantidad de oxígeno para la salud. (Ante, 2022, p. 13)

El Kayak. “Modalidad turística de aventura que abarca la navegación de mares o sistema lacustre el uso del kayak, si otro medio de propulsión y control de la embarcación que el generado por los mismos navegantes con el empleo de remos” (Cantos, 2020, p. 48).

“El cicloturismo es una de las actividades recreativas e idóneas para los turistas ya que combina con una actividad física que consiste en viajar de un lugar a otro con fines de conocer lugares antes no vistos” (Ante, 2022, p. 14).

Materiales y métodos

El trabajo investigativo para la realización del artículo incluyó investigación bibliográfica y de campo, y es de carácter cualitativo y cuantitativo para realizar el análisis de la experiencia de viaje en turismo rural sobre turistas nacionales y extranjeros. Como método, se utiliza el análisis de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas tanto nacionales como extranjeros. La investigación bibliográfica consta de las bases de datos o información que se puede encontrar en las plataformas digitales, esta información ayuda a la redacción del proyecto, son informaciones redactados por varios autores quienes tienen diferentes opiniones que son plasmadas en artículos o tesis.

Investigación de campo hace referencia que esta actividad se lleva a cabo fuera de las pantallas y se realiza en el entorno natural dentro de este proyecto la investigación de campo se lleva a cabo en la parroquia Zumbahua con el objetivo de recopilar datos importantes que permitan obtener resultados detallados de manera adecuada.

Dentro del muestreo probabilístico hace referencia donde se selecciona de manera selectiva una población estadística con la cual se trabaja. Dentro de esta investigación se trabaja con una población de turistas de 123.125 esta base de datos se obtuvo con una constante establecida de 1.7, con una probabilidad de ocurrencia de 0,05%, probabilidad de no ocurrencia 0,05% y con base a todas estas fórmulas utilizadas se trabaja con un tamaño de muestra de 112 turistas Nacionales y Extranjeros.

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * P * Q}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra= 112

N= Tamaño de la población turistas= 123.125

Z= Constante establecida= 1.7

p= Probabilidad de ocurrencia= 0.5

q= Probabilidad de no ocurrencia= 0.5

e= Error establecido= 0.8

$$n = \frac{1.7^2 * 0.5 * 0.5 * 123.125}{0.08^2 (123.125 - 1) + 1.7^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{88.9578125}{788.7161}$$

$$n = 112$$

El análisis de datos recogidos es crucial para validar la premisa de la investigación de campo y determinar los resultados. Esto permite detallar la información en documentos que respaldan y validan dichos hallazgos. El análisis cuantitativo es expresado en datos numéricos que buscan la recolección de los análisis de los datos numéricos utilizados en el proyecto investigativo

Encuestas. a se basa en preguntas y respuestas para poder obtener datos como la motivación, la edad, el género, la nacionalidad, el presupuesto, el tiempo de visita, la calidad en atención al cliente, los servicios y la experiencia. Las encuestas están dirigidas hacia los turistas que visitan la parroquia Zumbahua y se hospedan en los establecimientos de alojamiento, con el fin de conocer las experiencias de los turistas en dicha área

Resultados y discusión

El presente análisis se basó en una encuesta realizada a 112 turistas en la parroquia Zumbahua, con un total de 51 turistas nacionales 61 turistas extranjeros a los cuáles se les realizó un total de 11 preguntas de información sobre los turistas referente a su nacionalidad, preferencias, motivaciones de su visita, actividades y finalmente a su experiencia de viaje en torno a la calidad de los servicios turísticos prestados en la parroquia Zumbahua, así como en la atención al cliente, presupuesto destinado para su visita, entre otros datos.

Los resultados obtenidos a través de las preguntas mostraron que se necesita realizar una mejora en la calidad de los servicios turísticos de la parroquia Zumbahua, sobre todo en el aspecto de atención al cliente como se visualiza en los siguientes datos:

Tabla 1. Turistas nacionales

Respuestas y Porcentajes										
Pregunta 1: ¿Cuál es su lugar de procedencia?										
Ambato	Guayaquil	La Maná	Manabí	Pujilí	Quevedo	Salcedo	Cuenca	Latacunga	Quito	Saquisilí
8/16%	1/2%	9/18%	2/4%	6/12%	1/2%	5/10%	4/8%	4/8%	10/20%	1/2%
Pregunta 2: ¿Cuál es su rango de edad?										
20 a 25 años			26 a 35 años			36 a 59 años			60 o más	
10/ 20%			21/41%			13/25%			7/14%	
Pregunta 3: ¿Con cuál género con el que se identifica?										
Femenino				Masculino				L.G.B.T		
24/47%				25/49%				2/4%		

Pregunta 4: ¿Con qué rango de presupuesto dispone cuando visita la parroquia Zumbahua?				
20 a 49 dólares	50 a 80 dólares	81 a 100 dólares	101 a 250 dólares	
19/37%	17/33%	15/ 29%	0/ 0%	
Pregunta 5: ¿Cuál es su tiempo estimado de visita en la parroquia Zumbahua?				
Fin de semana	4 a 5 días	6 a 7 días	8 a 14 días	Más de 15 días
30/59%	14/27%	4/ 8%	1 / 2%	2/4%
Pregunta 6: ¿Cuál fue su motivación para elegir visitar la parroquia Zumbahua como destino de viaje?				
Atractivos turísticos	Diversidad y eventos culturales	Seguridad y tranquilidad	Actividades turísticas (senderismo, kayak, camping etc.)	Negocio
20/39%	2/ 4%	9/18%	20/39%	0/0%
Pregunta 7: ¿Cómo fue su experiencia tras participar en las actividades turísticas ofrecidas en la parroquia Zumbahua?				
Muy satisfactorio	Satisfactorio	Poco satisfactorio	Nada satisfactorio	
18/35%	23/45%	9/18%	1/ 2%	
Pregunta 8: ¿Cómo evaluaría su experiencia con la gastronomía de la parroquia Zumbahua en cuanto a variedad, sabor, calidad y autenticidad?				
Excelente	Buena	Regular	Mala	
10/ 20%	11/22%	25/49%	5/ 10%	
Pregunta 9: ¿En base a su experiencia como calificaría la calidad en atención al cliente en los establecimientos durante su estadía en la parroquia Zumbahua?				
Muy de acuerdo		Parcialmente de acuerdo	En desacuerdo	
24/47%		24/47%	3/6%	
Pregunta 10: ¿Cómo calificaría la relación calidad-precio de los productos ofrecidos en la parroquia Zumbahua?				
Muy buena	Buena	Regular	Mala	
7/14%	28/55%	15/ 29%	1/ 2%	
Pregunta 11: ¿Cómo describiría su experiencia general después de visitar la parroquia Zumbahua?				
Excelente	Buena	Regular	Mala	
11/22%	28/55%	12/ 24%	0/ 0%	

En la primera pregunta se procedió a consultar el lugar de procedencia de los turistas nacionales, como se puede observar los lugares que tienen mayor frecuencia de visita a la parroquia Zumbahua pertenecen la ciudad de Quito con un 20%, le sigue el cantón La Maná con un 18%, La ciudad de Ambato con un 16% y el cantón Pujilí con un 12% estos lugares conforman un número significativo y frecuente de turistas nacionales según las encuestas por la cercanía de sus lugares de origen a la parroquia Zumbahua y sus atractivos.

En el resto de cantones a pesar de la distancia mantiene una frecuencia de visita más baja debido según manifestaron a la falta de seguridad en las vías de sus lugares de origen como lo son el cantón Quevedo quien ha bajado a un 2% su frecuencia de visita, de igual manera la ciudad de Guayaquil con un 2% y Manabí quien

tiene un 4% de frecuencia, que durante la encuesta manifestaron su preocupación por la inseguridad al salir y retornar a sus respectivas provincias por el actual nivel delincriminal. En el caso de las demás ciudades supieron manifestar un desconocimiento de los atractivos de la parroquia Zumbahua lo cual dificulta la afluencia de turistas a nivel nacional como es el caso del cantón Salcedo con un 10%, Latacunga y Cuenca con un 8% y el cantón Saquisilí con un 2%, cabe mencionar que se necesita mejorar la promoción turística de la parroquia Zumbahua para incrementar su popularidad a nivel nacional.

En la segunda pregunta se procedió a conocer el rango de edad de los turistas Nacionales que visitan la parroquia Zumbahua, donde se reconoce que las personas de 25 a 35 años predominan con un 41%, seguido del rango de 35 a 50 años quienes tienen un porcentaje de 25%, El rango de 20 a 25 con un 20% y rango de 60 años o más que cuenta con un porcentaje de 14%, Estos resultados nos muestran que los rangos de edades predominantes en los visitantes de la parroquia Zumbahua oscilan entre los 25 a 50 años de edad y quienes tienen mayor interés en la visita a esta parroquia son los de género masculino.

En la tercera pregunta se reconoce que el género con mayor afluencia en los turistas nacionales es el masculino con un 49%, seguido del femenino que tiene el 47%, y con el 4% es del género L.G.B.T es de los géneros que menor visita tiene la parroquia Zumbahua, dentro de estos resultados se puede analizar que el género masculino y femenino son los que mayor relevancia tienen.

En la cuarta pregunta se procedió a conocer el rango de presupuesto con el que los turistas Nacionales visitan la parroquia Zumbahua, donde el 37% va con un presupuesto de 20 a 45 dólares, el que le sigue es el 33% que su presupuesto es de 50 a 80 dólares, y con el 29% está de 80 a 100 dólares y se puede analizar que los turistas nacionales están llevando consigo un presupuesto promedio ya que el valor de 100 a 250 dólares es un valor que tiene el 0% lo que nos demuestra que los turistas no llevan gran cantidad durante su visita en Zumbahua.

Con la pregunta cinco se procedió a consultar cual era el tiempo estimado en el que los turistas nacionales se quedan de visita en la parroquia Zumbahua y se reconoce que el 50% de los visitantes prefieren viajar los fines de semana, el 27% de los visitantes prefieren quedarse de 4 a 5 días, en cuanto al 8% decide quedarse de 4 a 7 días, se puede observar que el 4% decide quedarse entre los 10 a 15 días y el menor porcentaje es del 2% donde el turista prefiere quedarse más de 15 días en la parroquia Zumbahua, dentro de este análisis se puede ver que los fines de semana son los días en las que hay mayor afluencia de turistas nacionales.

Con la pregunta seis se pretendía conocer cuál fue la motivación por la cual los turistas nacionales visitaban la parroquia Zumbahua, los atractivos turísticos y las actividades turísticas tienen una mayor acogida con el 39%, mientras que el 18% decide visitar Zumbahua por seguridad y tranquilidad, y el otro 4% por diversidad culturales lo que demuestra que la gran mayoría de los visitantes llegan a Zumbahua por sus atractivos y las actividades turísticas que existen dentro de esta parroquia.

De un total de 51 turistas encuestados que corresponde al 100% de la muestra, el 45% menciona que su experiencia tras participar en las actividades turísticas es satisfactorio, mientras que el otro 35% asegura que es muy satisfactorio su experiencia en las participaciones de las actividades turísticas, y existe el 18% de los encuestados quienes manifiestan lo poco satisfactorio que fue su experiencia tras haber participado en las actividades turísticas, el 2% de los encuestados tuvieron experiencia de nada satisfactorio en la participación de actividades turísticas, con esta pregunta se demuestra que la mayoría de los visitantes están satisfactorio al

ser partícipe de las actividades turísticas que ofrece la parroquia Zumbahua, lo que demuestra que las actividades que se ofrece tienen una muy buena acogida por los turistas nacionales.

Como se puede apreciar en la tabla el 49% de los encuestados consideran que la gastronomía de la parroquia Zumbahua es regular porque mencionan que la alimentación no suele estar en su punto, mientras que el otro 22% menciona que es buena porque tiene un sabor único y los platos son variados, el 20% está de acuerdo que la gastronomía es excelente porque existe autenticidad, variedad y sabor en cada plato que se ofrece y el 10 % de los encuestados relatan que la alimentación que se ofrece en esta parroquia es mala este porcentaje se debe a que tuvieron una mala experiencia con la gastronomía debido a los sabores que son diferentes.

Con respecto a la experiencia en atención al cliente el 47% de los visitantes relatan que están muy de acuerdo con la atención que se manejan los establecimientos pero hay otro porcentaje similar con un 47% estos visitantes mencionan que su experiencia es parcialmente de acuerdo ya que la atención brindada es de personas que no están capacitados en el área turística, y el 6% de los visitantes están en desacuerdo con la atención su experiencia no fue nada buena ya que el personal no fue nada amable y no están en la capacidad de atender turistas.

En la tabla se puede apreciar que las experiencias que los turistas nacionales tuvieron en cuanto a calidad-precio es buena con un 55% de aceptación ese porcentaje demuestra que los turistas están de acuerdo en los precios que se ofrece por los productos de la parroquia Zumbahua, el 29% menciona que es regular que los precios no son buenos para los productos que se ofrece, el 14% tiene una aceptación muy buena, mientras que el 2% tiene una aceptación mala lo cual argumentan que los precios son muy elevados en algunos productos además de que la calidad no es tan buena.

Con esta pregunta se busca analizar la experiencia general de los turistas cuando visitan la parroquia Zumbahua y se demuestra que el 55% de los turistas tuvieron una experiencia buena porque los atractivos, la atención, precio todo estaba acorde a sus expectativas, mientras que el 24% menciona que su experiencia fue regular esto se debe a que la atención en ciertos establecimientos no era tan buena al igual que la alimentación no cumplía con sus expectativas mencionar también que la falta de un punto estratégico de información turística es algo inexistente en dicha parroquia lo que afectó en la experiencia del visitante, el otro 22% está de acuerdo con su experiencia, ya que fue excelente, tuvieron la mejor experiencia ya que Zumbahua es una parroquia que tiene atractivos y actividades turísticas que son muy buenos.

Los siguientes resultados son en base a los 61 turistas extranjeros a los cuales se realizó 11 preguntas en base a su experiencia en varios aspectos de la parroquia Zumbahua, mencionar que las mismas preguntas que se realizó a los turistas nacionales han sido utilizadas para los turistas extranjeros ya que se busca analizar la experiencia de ambos visitantes.

Tabla 2. Turistas extranjeros

Respuestas y Porcentajes								
Pregunta 1: Which is your Nationality?								
German	North American	Argentinean	Brazilian	Canadian	Colombian	Spanish	Panamá	French
11/ 18%	13/ 21%	1/ 2%	8/ 13%	11/ 18%	1/ 2%	3/ 5%	4/ 7%	9/ 15%

Pregunta 2: Which is your age average?				
From 20 to 25 years old	From 26 to 35 years old	From 36 to 59 years old	60 years or older	
6/ 10%	27/44%	24/39%	4/7%	
Pregunta 3: Which gender do you identify?				
Male	Famale		L.G.B.T	
31/51%	28/46%		2/3%	
Pregunta 4: What is your budget range when visiting Zumbahua?				
Between 20 and 49	Between 50 and 80	Between 81 and 100	Between 101 and 250	
17/28%	12/20%	13/ 21%	19/ 31%	
Pregunta 5: What is your estimated visit time in Zumbahua?				
Weekend	Between 4 to 5 days	Between 6 to 7 days	Between 8 to 14 days	15 days or more
33/54%	16/26%	5/ 8%	3/ 5%	4/7%
Pregunta 6: What was your motivation for choosing to visit Zumbahua as a travel destination?				
Tourist attractions	Cultural diversity	Peace and quiet	Tourist activities (hiking, kayaking, camping)	Business
22/36%	8/ 13%	2/ 3%	29/48%	0/0%
Pregunta 7: How was your experience after participating in the tourist activities offered in Zumbahua?				
Excellent	Good	Regular	Bad	
14/23%	37/61%	10/16%	0/0%	
Pregunta 8: ¿How would you evaluate your experience with Zumbahua gastronomy in terms of variety, flavor, quality and authenticity?				
Excellent	Good	Regular	Bad	
5/ 8%	18/30%	36/59%	2/ 3%	
Pregunta 9: Based on your experience, how would you rate the quality of customer service in the establishments during your stay in Zumbahua?				
Agree	Partiallyly Agree		Disagree	
25/41%	34/56%		2/3%	
Pregunta 10: Based on your experience, how would you rate the value for money of the products offered at Zumbahua?				
Excellent	Good	Regular	Bad	
9/15%	45/74%	6/ 10%	1/ 2%	
Pregunta 11: How would you describe your overall experience after visiting Zumbahua?				
Excellent	Good	Regular	Bad	
5/8%	43/70%	13/ 21%	0/ 0%	

En esta primera pregunta se procedió a consultar la nacionalidad de los turistas extranjeros, como se puede observar los lugares que tienen mayor frecuencia de visita a la parroquia Zumbahua son de nacionalidad North American con el 21%, le sigue la nacionalidad German y Canadian con un 18%, La nacionalidad de French

con un 15% y la nacionalidad Brazilian con un 13% estos lugares conforman un número significativo y frecuente de turistas extranjeros, el resto de las nacionalidades mantiene una frecuencia de visita más baja según manifestaron la falta de seguridad que existe en el país la nacionalidad de Panamá tiene una baja del 7% en su frecuencia de visita, de igual manera la nacionalidad de Spanish con un 2% y la nacionalidad de Colombian y Argentinean tiene un 2% de frecuencia, que durante la encuesta manifestaron su preocupación por la inseguridad al salir y retornar a sus respectivos países por el actual nivel delincencial.

En la segunda pregunta se procedió a conocer el rango de edad de los turistas Extranjeros que visitan la parroquia Zumbahua, donde se reconoce que las personas de 26 a 35 años predominan con un 44%, seguido de 36 a 59 años quienes tienen un porcentaje de 39%, los de 20 a 25 con un 10% y los de 60 años cuenta con un porcentaje de 10%, se puede identificar que las personas adultas son las que más visitan la parroquia Zumbahua.

En la siguiente pregunta se reconoce que el género con mayor afluencia en los turistas Extranjeros que visitan la parroquia Zumbahua es el femenino con un 51%, seguido del masculino que tiene el 46%, y con el 3% es del género L.G.B.T es de los géneros que menor visita tiene la parroquia Zumbahua, dentro de estos resultados se puede analizar que el género femenino y masculino son los que mayor relevancia tienen.

En la cuarta pregunta se procedió a conocer el rango de presupuesto con el que los turistas Extranjeros visitan la parroquia Zumbahua, donde el 31% visita la parroquia con un presupuesto de 100 a 250 dólares, el que le sigue es el 28% su presupuesto es de 20 a 25 dólares, y con el 21%, y el 20% es de los turistas que llevan consigo 50 a 80 dólares en su recorrido por Zumbahua.

Dentro de la tabla el 54% de los turistas extranjeros prefieren viajar los fines de semana, mientras que el 26% decide viajar de 4 a 5 días, el 8% de los extranjeros deciden viajar de 5 a 7 días, el 7% de los extranjeros prefieren quedarse más de 15 días en su visita por la parroquia Zumbahua y el 5% de los turistas prefieren quedarse de 10 a 15 días para el disfrute de lo que la Parroquia les puede ofrecer.

Con esta pregunta se buscaba conocer cuál fue la motivación que llevó a los turistas extranjeros a visitar la parroquia Zumbahua, donde muestra que el 48% de los extranjeros visita la parroquia por sus actividades turísticas, el 36%, le pertenece a los turistas que deciden llegar a Zumbahua por sus atractivos turísticos, donde el 13% de los visitantes llegan a la parroquia por paz y tranquilidad ya que Zumbahua está rodeado de pajonales y tiene un ambiente más tranquilo para los amantes a la tranquilidad.

De un total de 61 turistas Extranjeros encuestados que corresponde al 100% de la muestra, el 61% menciona que su experiencia tras participar en las actividades turísticas que ofrece la parroquia Zumbahua es buena, mientras que el otro 23% asegura que su experiencia en las participaciones de las actividades turísticas es excelente, y existe el 16% de los encuestados quienes manifiestan que su experiencia tras haber participado en las actividades turísticas es regular, no hay experiencias malas lo que demuestra que la mayoría de los visitantes tuvieron una buena experiencia al ser partícipe de las actividades turísticas que ofrece la parroquia Zumbahua, esto reconoce que las actividades que se ofrece tienen una muy buena acogida por los turistas Extranjeros.

Como se puede apreciar en la tabla el 59% de los turistas encuestados consideran que la gastronomía de la parroquia Zumbahua es regular porque mencionan que la alimentación que se ofrece no suele estar cocida

completamente además de que no tienen un buen sabor, mientras que el otro 30% menciona que es buena porque cuentan con platos variados y la autenticidad es única, el 8% está de acuerdo que la gastronomía es excelente porque existe autenticidad, variedad y sabor en cada plato que se ofrece y el 3% de los encuestados relatan que la alimentación que se ofrece en esta parroquia es mala este porcentaje se debe a que tuvieron una mala experiencia con la gastronomía debido a la diferencia de sabores.

Con respecto a la experiencia en atención al cliente el 56% de los visitantes expresan que están parcialmente de acuerdo con la atención que se manejan dentro de las diferentes áreas de los establecimientos turísticos ya que el personal que están en a diferentes áreas no cuentan con la capacitación necesaria para atender turistas extranjeros, mientras que el 41% de los visitantes están de acuerdo con la experiencia que recibieron de los diferentes establecimientos turísticos este porcentaje se debe a que los visitantes menciona que el personal es muy amable, y el 3% de los visitantes están en desacuerdo con la atención su experiencia no fue nada buena ya que el personal no cuenta con la experiencia necesaria para atender turistas extranjeros y no tienen la habilidad de resolver problemas e inconvenientes de manera urgente.

En la tabla se puede apreciar que el que las experiencias que los turistas extranjeros tuvieron en cuanto a calidad- precio es buena con un 74% de aceptación ese porcentaje demuestra que los turistas están de acuerdo en los precios que se ofrece por los productos de la parroquia Zumbahua, el 15% menciona que es excelente que los precios están acorde a la calidad del producto, el 10% tiene una aceptación regular, mientras que el 2% tiene una aceptación mala lo cual argumentan que los precios son muy elevados en algunos productos además de que la calidad no es tan buena.

Con la última pregunta se reconoce que la experiencia general de los turistas extranjeros cuando visitan la parroquia Zumbahua es buena con una aceptación de 70%, esta experiencia se debe a que las actividades y los atractivos cumplieron con sus expectativas lo que género una experiencia positiva, mientras que el 21% menciona que su experiencia fue regular esto se debe a que la atención en ciertos establecimientos no era tan buena al igual que la alimentación no cumplía con sus expectativas mencionar también que la falta de un punto estratégico que brinde información turístico es lago inexistente en dicha parroquia lo que afecto en la experiencia del visitante, el otro 8% está de acuerdo con su experiencia ya que fue excelente tuvieron la mejor experiencia ya que Zumbahua es una parroquia que tiene atractivos y actividades turísticas que son muy buenos.

Conclusiones

Zumbahua se consolida como un destino turístico comunitario auténtico, donde se resaltar la participación activa de la comunidad indígena en la gestión del turismo, ofreciendo experiencias únicas y genuinas a los visitantes. La riqueza natural y cultural de Zumbahua atrae a un público diverso. La variedad de atractivos, desde la Laguna del Quilotoa hasta las ferias artesanales satisfacen diferentes intereses y motivaciones de viaje, generando un impacto económico positivo en la comunidad.

Es necesario fortalecer la infraestructura y los servicios turísticos, mejorando la infraestructura, el acceso a la parroquia, la señalización turística y la oferta de alojamiento. Se debe promover un turismo sostenible y responsable donde se preserve el entorno natural y cultural de Zumbahua, fomentando prácticas turísticas que minimicen el impacto ambiental y promuevan el respeto a la cultura local.

Zumbahua ofrece una experiencia turística auténtica con potencial de crecimiento con logros significativos en el desarrollo del turismo comunitario, al tiempo que se identifican áreas de mejora para fortalecer la sostenibilidad del destino. La satisfacción de los turistas está ligada a la preservación de la identidad cultural, de ahí la importancia de mantener el equilibrio entre el desarrollo turístico y la protección de la cultura y tradiciones locales.

Referencias

- Ante, J. (2022). *Creación de una agencia de turismo comunitario en la parroquia de Zumbahua*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato].
- Azas, A. (2023). *Las cabalgatas y el turismo de aventura en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato].
- Bastis Consultores. (2021). *Investigación de Campo*. Obtenido de Online Tesis: <https://online-tesis.com/investigacion-de-campo/>
- Cantos, A. (2020). *El turismo de aventura como alternativa para el desarrollo turístico de la comunidad Ayampe, Puerto López*. [Tesis de grado, Universidad Estatal del Sur de Manabí].
- Chiriboga-Cisneros, E. F. (30 de 11 de 2022). Enfoque del proceso de una experiencia turística en memorable. 21. Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-EnfoqueDelProcesoDeUnaExperienciaTuristicaEnMemora-8736851%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-EnfoqueDelProcesoDeUnaExperienciaTuristicaEnMemora-8736851%20(1).pdf)
- Cunalata, J. (2023). *Análisis de las experiencias de Turismo Comunitario de la parroquia San Miguelito para integrarla a la Oferta Turística del Cantón Pillaro, provincia de Tungurahua*. [Tesis de grado, Universidad de las Fuerzas Armadas]
- Escuela Británica de Artes Creativas y Tecnología. (2023). *Qué son los datos cualitativos y cuantitativos: tipos, diferencias y cuál es mejor para un análisis de datos*. Obtenido de <https://ebac.mx/blog/datos-cualitativos-y-cuantitativos>
- González, B. S. (2022). *La calidad global de la experiencia turística como transformadora del estilo de vida y su efecto en la calidad de vida del turista y su intención de comportamiento*. Obtenido de https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/15561/1/TDUEx_2022_Pasaco_Gonzalez.pdf
- Guerrero, S. J. (2021). *El Idioma Inglés en la experiencia turística*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/6cc05331-df6b-440f-825d-2709bd9c7b11/content>
- Herrera, P. (2021). *El rol de la avifauna en los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza en la parroquia Zumbahua*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Cotopaxi].
- Instituto Geográfico Militar [IGM]. (2017). *Atlas Rural del Ecuador*. IGM.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC] . (2024). *Instituto Nacional de Estadística y Censos* . Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

- López, S. (2019). *Análisis del perfil turístico del visitante para diagnosticar la calidad de los servicios turísticos en Bahía de Caráquez*. [Tesis de grado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Ministerio de Turismo [MinTur]. (2022). *Catastro Turístico*. Mintur.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Perfil de turismo internacional*. Mintur.
- Montenegro, C. (2023). Análisis de contenido de experiencias de viaje en turismo rural, caso ruta “avenida de los volcanes”, Cotopaxi, Ecuador. *Gestión Turística*(39), 50–74. doi:<https://doi.org/10.4206/gest.tur.2023.n39-04>
- Oltra, M. (2023). *Turismo cultural: qué es, tipos y ejemplos*. Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/turismo-cultural-que-es-tipos-ejemplos-c>
- ONU Turismo. (s.f.a). *Turismo rural*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- ONU Turismo. (s.f.b). *Turismo de montaña*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-montana>
- ONU Turismo. (s.f.c). *Turismo deportivo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-deportivo>
- Palma, F. (2018). *Solución habitacional, con la reinterpretación de la técnica de adobe mejorado. Estudio de caso en la parroquia rural de Zumbahua*. [Tesis de grado, Universidad Internacional del Ecuador].
- Pérez, C. (2021). *El turismo de experiencias: un estudio empírico de su potencial demanda*. [Tesis de grado, Universidad Universitat Jaume I].
- Porto, J., & Merino, M. (2023). *Turismo aventura - Qué es, definición, características y modalidades*. Obtenido de <https://definicion.de/turismo-aventura/>
- Rojas, N. K. (2021). *Experiencia turística de migrantes limeños que residen en el extranjero al vacacionar*. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/9a4a2563-4f50-4e05-8335-39979cb811ee/content>
- Suárez Renata & Yagual Fiana. (2021). *Análisis de la experiencia del turista que visita la ciudad de Guayaquil a través de la teoría de las experiencias memorables*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/17267/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-620.pdf>
- Tigselema, E., & Tulpa, N. (2019). *Análisis del turismo rural en la parroquia Zumbahua, como estrategia de desarrollo local*. [Tesis de grado, Universidad de las Fuerzas Armadas].
- Wikipedia. (2024). *Senderismo*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Senderismo#:~:text=El%20senderismo%20es%20una%20actividad,y%20v%C3%ADas%20verdes%20sin%20homologar.>