



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO – EN LÍNEA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

“ESTUDIO DE LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMO DE TURISMO RURAL
ORIENTADO AL NOROCCIDENTE DE PICHINCHA, ECUADOR”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título en licenciatura en Turismo

Línea de investigación: Gestión, producción, productividad, innovación y desarrollo socioeconómico

AUTOR:

Jhon Alexander Jiménez Jiménez

DIRECTOR:

Dennis Victoria Ortiz Cumbal

Ibarra – Ecuador (2025)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1725739690		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Jiménez Jiménez Jhon Alexander		
DIRECCIÓN:	Vía Cascada Shishink Km5, Recinto Grupo Mieles, Puerto Quito, Pichíncha		
EMAIL:	jjimenezj@utn.edu.ec / jimenezjhon889@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0994929026

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de las preferencias del consumo de turismo rural orientado al noroccidente de Pichincha, Ecuador
AUTOR (ES):	Jiménez Jiménez Jhon Alexander
FECHA: DD/MM/AAAA	09/04/2025
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Dennis Victoria Ortiz Cumbal

2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 9 días del mes de abril de 2025

EL AUTOR:

(Firma) 

Nombre: Jiménez Jiménez Jhon Alexander

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 9 de abril de 2025

Dennis Victoria Ortiz Cumbal

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



①
DENNIS VICTORIA ORTIZ CUMBAL
C.C.: 1721686713

APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

El Comité Calificador del trabajo de Integración Curricular "ESTUDIO DE LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMO DE TURISMO RURAL ORIENTADO AL NOROCCIDENTE DE PICHINCHA, ECUADOR" elaborado por Jiménez Jiménez Jhon Alexander, previo a la obtención del título de licenciatura en Turismo, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:



Firmado digitalmente por:
DENNIS VICTORIA
ORTIZ CUMBAL

(f):.....
Dennis Victoria Ortiz Cumbal
C.C.:1721686713



Firmado digitalmente por:
VICTORIA GEOVANNA
RUIZ ERAZO

(f):.....
Victoria Geovanna Ruiz Erazo
C.C.:0401393855

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico con profundo amor y gratitud a quienes han sido mi fortaleza, mi inspiración y mi mayor impulso para alcanzar esta meta. Cada esfuerzo, cada sacrificio y cada día de dedicación han sido guiados por su apoyo incondicional y sus palabras de aliento.

Primeramente, a Dios, por darme la vida, la sabiduría y la fuerza para superar cada desafío, permitiéndome avanzar con esperanza y determinación. Sin Su guía y bendición, este logro no habría sido posible.

A mis padres, por ser mi ejemplo de lucha, perseverancia y amor incondicional. Gracias por cada sacrificio, por creer en mí, por demostrarme que, con esfuerzo y dedicación, cualquier meta puede alcanzarse, y por enseñarme que los sueños no conocen límites cuando hay determinación.

A mis hermanas y hermanos, quienes han sido mi refugio en los momentos difíciles y mi mayor alegría en cada logro. Gracias por su apoyo incondicional que ha sido el pilar de mi perseverancia, en especial gracias a ti, querido hermano, que desde el cielo has sido mi motivación y la luz que me ha acompañado en este proceso.

Con especial cariño a mis abuelitos maternos que, aunque ya no están en este mundo terrenal, sembraron en nuestra familia el valor de la educación. También dedico este trabajo a mis abuelitos paternos, por su presencia amorosa y su continuo apoyo que fortalece mi caminar. Gracias por su sabiduría y por enseñarnos el valor del trabajo y la importancia de la educación, a pesar de las adversidades.

Con sincero aprecio, a mis tíos y tías, por su apoyo constante y sus palabras de motivación en los momentos de duda de mi formación académica.

Con gratitud a mis amigos y amigas de la universidad, quienes con su compañía, consejos y aliento me ayudaron a seguir adelante cuando sentía que el camino era difícil. Gracias por ser parte de esta etapa tan importante de mi vida.

Con respeto y reconocimiento a la **Universidad Técnica del Norte**, por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente. Gracias por ser el espacio donde pude desarrollar mis habilidades, descubrir nuevas perspectivas y fortalecer mi vocación en esta maravillosa disciplina.

A cada uno de ustedes, gracias de corazón. Este logro fruto del amor y la fe de todos ustedes en mí también es suyo.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que contribuyeron de manera significativa en la realización de esta investigación, cuyo apoyo y colaboración fueron fundamentales para la consolidación de este trabajo.

A mis distinguidos docentes, en especial a MSc. Dennis Ortiz, MSc. Deysi Encarnación, MSc. Israel Espinosa, MSc. Johanna Flores, MSc. Oswaldo Echeverría y Abg. Victoria Ruiz, por compartir sus valiosos conocimientos y brindarme guía tanto para este trabajo como para mi vida profesional.

Mi reconocimiento especial a los representantes de las áreas de Turismo de los GADs Municipales de San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito y al GAD Parroquial Rural de Mindo, por su apertura y colaboración.

Agradezco también a los presidentes de la Federación de Cámaras de Turismo del Noroccidente de Pichincha, Cámara de Turismo de Pedro Vicente Maldonado y Asociación Agropecuaria Artesanal Nueva Esperanza, por su valiosa contribución a esta investigación.

De igual manera, extendiendo mi gratitud a los representantes de Hostería "Kumbha Mela", Complejo Turístico "Brisas del Caoní", Mariposario "Mariposas Mindo", Puerto Quito Lodge y Tour Operador "MindoXtrem Birds", por su amable disposición y tiempo dedicado durante las entrevistas realizadas.

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo rural en el Noroccidente de Pichincha presenta un alto potencial de desarrollo, sin embargo, la insuficiente información actualizada sobre las preferencias de los visitantes dificulta la adecuada planificación y promoción de la oferta turística en la región. La presente investigación tuvo como objetivo determinar las preferencias de consumo de turismo rural, orientado a la zona noroccidental de la provincia de Pichincha, para la mejora del diseño de productos turísticos que se ofertan en sus localidades. Se adoptó un enfoque no experimental, empleando una metodología mixta; se aplicaron encuestas a turistas para obtener datos cuantitativos y entrevistas a actores clave del sector para recopilar información cualitativa, además de utilizar la herramienta del mapa de empatía para profundizar en las motivaciones y necesidades del visitante. Los resultados revelaron que el perfil del turista rural ideal para el Noroccidente de Pichincha es un "Explorador Consciente": visitantes que buscan experiencias auténticas, sostenibles y de contacto con la naturaleza, priorizando actividades como senderismo, observación de aves y turismo comunitario, con especial énfasis en la seguridad, calidad del servicio y accesibilidad. También, se identificaron deficiencias en infraestructura y promoción turística que limitan el desarrollo del sector. La investigación concluyó en que es fundamental mejorar la planificación y diversificación de la oferta turística, adaptándola a las tendencias actuales del mercado, además de fortalecer la capacitación de prestadores de servicios y optimizar estrategias de marketing digital, con el fin de consolidar al Noroccidente de Pichincha como un destino competitivo de turismo rural sostenible.

Palabras clave: Estudio de mercado, demanda, perfil de turista, turismo rural, productos turísticos, aviturismo.

ABSTRACT

Rural tourism in the northwest of Pichincha has a high potential for development; however, insufficient updated information on visitor preferences hinders the adequate planning and promotion of tourism in the region. The aim of this research was to determine the consumption preferences of rural tourism in the north-western area of the province of Pichincha, in order to improve the design of tourism products offered in its localities. A non-experimental approach was adopted, using a mixed methodology; surveys were applied to tourists to obtain quantitative data and interviews with key actors in the sector to collect qualitative information, in addition to using the empathy mapping tool to delve deeper into the motivations and needs of the visitor. The results revealed that the profile of the ideal rural tourist for the North-West of Pichincha is a ‘Conscious Explorer’: visitors seeking authentic, sustainable experiences in contact with nature, prioritising activities such as hiking, bird watching and community-based tourism, with special emphasis on safety, quality of service and accessibility. Deficiencies were also identified in infrastructure and tourism promotion that limit the development of the sector. The research concluded that it is essential to improve the planning and diversification of the tourism offer, adapting it to current market trends, in addition to strengthening the training of service providers and optimising digital marketing strategies, in order to consolidate the northwest of Pichincha as a competitive destination for sustainable rural tourism.

Keywords: Market study, demand, tourist profile, rural tourism, tourism products, bird watching tourism.

LISTA DE SIGLAS

GAD. Gobierno Autónomo Descentralizado.

INEC. Instituto Nacional de Estadística y Censos – Ecuador.

PEA. Población Económicamente Activa.

IBA. Important Bird Area (Áreas Importantes para la Conservación de Aves).

ACUS. Áreas de Conservación y Uso Sostenible.

SPG. Sistema de Participación de Garantías.

MINTUR. Ministerio de Turismo – Ecuador.

OIT. Organización Internacional del Trabajo.

OMT. Organización Mundial del Turismo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	17
Problema de Investigación	17
Justificación.....	20
Objetivos	22
<i>Objetivo General</i>	22
<i>Objetivos Específicos</i>	22
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	23
Antecedentes de Investigaciones Previas	23
Fundamentación Teórica.....	26
<i>Estudio de Mercado</i>	26
<i>Perfil del Turista</i>	29
<i>Comportamiento del Consumidor en el Turismo</i>	31
<i>Turismo Rural</i>	35
<i>Tendencias Actuales en Turismo Rural</i>	37
<i>Productos Turísticos</i>	38
CAPÍTULO II MATERIALES Y MÉTODOS.....	45
CAPÍTULO III RESULTADOS.....	48
3.1. Características Sociodemográficas y Preferencias de Consumo de los Visitantes	
Provenientes de Quito hacia el Noroccidente de Pichincha.....	48
3.1.1. <i>Análisis de las Características Sociodemográficas de los Turistas Provenientes de</i>	
<i>Quito hacia el Noroccidente de Pichincha</i>	48

3.1.2. <i>Análisis de las Características Socioeconómicas de los Turistas Provenientes de Quito hacia el Noroccidente de Pichincha</i>	53
3.1.3. <i>Nivel de Gasto en Destinos Turísticos Rurales</i>	56
3.1.4. <i>Modo de Viaje hacia Destinos Turísticos Rurales</i>	57
3.1.5. <i>Análisis de las Preferencias de Alojamientos y Actividades Turísticas</i>	59
3.1.6. <i>Análisis de Comportamiento Turístico</i>	61
3.1.7. <i>Factores Determinantes en la Elección de Destinos de Turismo Rural</i>	66
3.1.8. <i>Análisis de Frecuencia de Viajes hacia Destinos Turísticos Ubicados en Entornos Rurales</i> 68	
3.1.9. <i>Identificación de las Características Sociodemográficas y las Preferencias de Consumo de Turismo Rural de los Turistas Provenientes de Quito hacia el Noroccidente de Pichincha</i>	71
3.2. <i>Tendencias Actuales y Oportunidades de Innovación en el Turismo Rural del Noroccidente de Pichincha: Perspectivas de Actores Clave del Sector</i>	73
3.2.1. <i>Evolución del Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha: Tendencias y Transformaciones</i>	74
3.2.2. <i>Atractivos y Experiencias Turísticas Rurales de Mayor Demanda en el Noroccidente de Pichincha</i>	78
3.2.3. <i>Cambios en el Perfil y las Preferencias de los Turistas que Visitan el Noroccidente de Pichincha</i>	81
3.2.4. <i>Recursos y Atractivos Turísticos Subaprovechados con Alto Potencial de Desarrollo en el Noroccidente de Pichincha</i>	84
3.2.5. <i>Desafíos en el Desarrollo del Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha</i>	86

3.2.6. <i>Tendencias Innovadoras en Turismo Rural que Podrían Adaptarse al Noroccidente de Pichincha</i>	89
3.2.7. <i>El Impacto de la Tecnología en el Desarrollo del Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha</i>	93
3.2.8. <i>El Rol de las Comunidades Locales en el Desarrollo del Turismo Rural y Estrategias para Fortalecer su Participación</i>	96
3.2.9. <i>Productos y Experiencias Turísticas para Satisfacer las Demandas Actuales y Futuras de los Visitantes</i>	98
3.2.10. <i>Análisis de las Recomendaciones de los Actores Turísticos Clave para Potenciar el Desarrollo Sostenible del Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha</i>	102
3.2.11. <i>Reflexiones Finales de los Actores Clave sobre el Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha</i>	106
3.2.12. <i>Determinación de las Tendencias Actuales e Identificación de las Oportunidades de Innovación en el Turismo Rural del Noroccidente de Pichincha</i>	110
3.3. <i>Mapa de Empatía del Turista Rural Ideal para el Noroccidente de Pichincha</i>	116
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN	120
4.1. <i>Discusión de Resultados</i>	120
4.2. <i>Propuestas de Mejora para la Creación de Productos Turísticos Innovadores Alineados a las Zonas Rurales del Noroccidente de Pichincha</i>	124
4.2.1. <i>Ruta Sensorial del Bosque Mágico: Turismo Inmersivo a Través de los Sentidos</i>	124
4.2.2. <i>De la Semilla a la Taza: Experiencia Vivencial del Cacao y Café</i>	125
4.2.3. <i>Pedaleando entre Montañas: Rutas de Cicloturismo con Paradas Culturales</i>	125
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	127

5.1. Conclusiones.....	127
5.2. Recomendaciones	128
Glosario.....	130
Referencias Bibliográficas	134
Anexos	140
Evidencias de Ejecución de Encuestas y Entrevistas	140
Validación de Entrevistas y Encuestas.....	141
Árbol de Problemas.....	142
Matriz Metodológica.....	142
Instrumentos de investigación empleados en la investigación.....	143
<i>Cuestionario Estructurado (Bosquejo de Encuestas)</i>	143
<i>Guía de Entrevista</i>	149
<i>Plantilla del Empathy Map (Mapa de Empatía)</i>	153
EVALUACIÓN DE LA FASE DE DESARROLLO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.	158

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Preferencias de destinos turísticos según rango de edad en el último viaje realizado ..</i>	50
Tabla 2 <i>Distribución de la situación laboral según tipo de destino turístico preferido</i>	53
Tabla 3 <i>Preferencias de alojamiento según el tipo de destino turístico</i>	59
Tabla 4 <i>Medios de información preferidos según lugar de residencia</i>	65
Tabla 5 <i>Perfil sociodemográfico del turista rural proveniente de Quito</i>	72
Tabla 6 <i>Preferencias de consumo en turismo rural del visitante de Quito</i>	72
Tabla 7 <i>Impacto de la pandemia en el turismo rural del Noroccidente de Pichincha</i>	74
Tabla 8 <i>Diferencias en el desarrollo del turismo rural por cantón</i>	75
Tabla 9 <i>Elementos claves en la evolución del turismo rural</i>	76
Tabla 10 <i>Actores clave según su rol en el turismo rural</i>	77
Tabla 11 <i>Tipo de turismo y su demanda en el Noroccidente de Pichincha</i>	80
Tabla 12 <i>Principales cambios en el perfil y preferencias de los turistas</i>	83
Tabla 13 <i>Potencial del turismo agroecológico en el Noroccidente de Pichincha</i>	84
Tabla 14 <i>Aviturismo y cicloturismo en el Noroccidente de Pichincha</i>	85
Tabla 15 <i>Recursos naturales con potencial para turismo de aventura</i>	85
Tabla 16 <i>Impacto de la falta de apoyo económico y capacitación en el turismo rural</i>	87
Tabla 17 <i>Relación entre inseguridad y afectación al turismo</i>	88
Tabla 18 <i>Actividades de turismo comunitario a adaptarse en el Noroccidente de Pichincha</i>	90
Tabla 19 <i>Comparación de estrategias de promoción</i>	90
Tabla 20 <i>Principales plataformas digitales y su efecto en la promoción turística</i>	94
Tabla 21 <i>Innovaciones tecnológicas en la operación turística</i>	94
Tabla 22 <i>Obstáculos en la adopción tecnológica en el turismo rural</i>	95

Tabla 23 <i>Principales funciones de las comunidades en el turismo rural</i>	96
Tabla 24 <i>Obstáculos y estrategias para mejorar la participación de las comunidades en el turismo rural</i>	97
Tabla 25 <i>Importancia de la capacitación y la concienciación ambiental en el turismo rural</i> ..	102
Tabla 26 <i>Estrategias de promoción para el turismo rural</i>	103
Tabla 27 <i>Necesidades de infraestructura para el turismo rural en el Noroccidente de Pichincha</i>	104
Tabla 28 <i>Modelos de organización para el turismo rural</i>	104
Tabla 29 <i>Importancia de la investigación en el turismo rural</i>	107
Tabla 30 <i>Elementos clave de un modelo de gestión para emprendimientos rurales</i>	108
Tabla 31 <i>Factores clave para una adecuada gestión del turismo rural</i>	109
Tabla 32 <i>Tendencias actuales del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha</i>	113
Tabla 33 <i>Oportunidades de desarrollo de productos turísticos innovadores</i>	115
Tabla 34 <i>Principales hallazgos sobre las preferencias de consumo del turista rural en el Noroccidente de Pichincha</i>	123
Tabla 35 <i>Matriz metodológica</i>	142

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Relación entre lugar de residencia y tipo de destino turístico visitado en el último viaje dentro del país.</i>	48
Figura 2 <i>Relación entre género y destino turístico.</i>	51
Figura 3 <i>Preferencias de destinos turísticos según estado civil en el último viaje.</i>	52
Figura 4 <i>Preferencias de destino turístico según el nivel educativo.</i>	55
Figura 5 <i>Distribución del presupuesto promedio por persona para turismo rural.</i>	56
Figura 6 <i>Composición del grupo de viaje en turismo rural.</i>	57
Figura 7 <i>Valoración del grado de interés en actividades de turismo rural en Ecuador.</i>	60
Figura 8 <i>Frecuencia de destinos turísticos visitados dentro de Ecuador.</i>	61
Figura 9 <i>Relación entre la duración de la estadía y el tipo de alojamiento preferido en turismo rural.</i>	63
Figura 10 <i>Valoración de criterios decisivos para la selección de destinos en turismo rural.</i>	66
Figura 11 <i>Frecuencia temporal de visitas a entornos rurales según el lugar de residencia de los turistas.</i>	68
Figura 12 <i>Recurrencia de visitas al Noroccidente de Pichincha según zona de residencia.</i>	69
Figura 13 <i>Mapa de empatía del perfil del turista rural ideal para el Noroccidente de Pichincha.</i>	116
Figura 14 <i>Árbol de problemas orientado al turismo rural en el Noroccidente de Pichincha.</i> ..	142

INTRODUCCIÓN

Problema de Investigación

Problemática a Investigar

El problema identificado es el “desconocimiento de las preferencias de consumo de turismo rural de los visitantes al Noroccidente de Pichincha, que dificulta la adecuada programación de servicios en los emprendimientos locales”. Esta situación radica principalmente por la carencia de información y datos actualizados sobre las motivaciones, expectativas y patrones de consumo de los turistas interesados en el turismo de las zonas rurales del noroeste de Pichincha, dificultando la toma de decisiones y el diseño de estrategias adecuadas para mejorar la oferta turística, y, a su vez impidiendo aprovechar al máximo el potencial turístico de la región.

Formulación del Problema de Investigación

El Noroccidente de Pichincha comprende los cantones de Pedro Vicente Maldonado, San Miguel de Los Bancos y Puerto Quito, de la provincia de Pichincha, cuya área se caracteriza por su belleza natural desde bosques nublados y páramos hasta selvas tropicales, albergando una diversidad de especies de flora y fauna nativa. Así, desde finales de los 90, las comunidades y emprendimientos rurales han desarrollado iniciativas de turismo comunitario, ecoturismo, cicloturismo y agroturismo, incluyendo senderismo, observación de aves, turismo vivencial y visitas a fincas y cascadas.

Entre las causas y efectos identificados que se desprenden de la problemática, se encuentran los insuficientes análisis de mercados enfocados en el turismo rural del Noroccidente de Pichincha; esto se debe en cierta forma a la escasa financiación disponible para la realización de sondeos de mercado, así como también por la limitada coordinación entre los actores del sector turístico rural de la zona y la escases de personal capacitado en investigación de mercados

turísticos. Como consecuencia, ha provocado la reducción en el desarrollo de actividades turísticas rurales innovadoras, lo que ha restringido la diversificación de la oferta turística, siendo desventajoso para competir con otras regiones y destinos turísticos de su alrededor.

Otra causa clave es la deficiente recopilación y análisis de datos sobre los consumidores de turismo rural, ocasionada por el limitado uso de herramientas tecnológicas para recopilar información, la insuficiencia de personal dedicado a la gestión de datos turísticos, y la escasa comunicación y socialización de información relevante entre emprendimientos y demás actores locales, lo que demuestra una reducida aplicación de mecanismos efectivos para obtener información de los turistas. Esto dificultando el diseño de productos y servicios turísticos acordes a las necesidades de los consumidores.

Asimismo, la escasa difusión y promoción de la oferta turística de las zonas rurales contribuye al problema. Esta situación se debe a la insuficiente inversión pública y privada para campañas promocionales, la limitada aplicación de estrategias de marketing digital y uso de material atractivo, la carente planificación del desarrollo turístico rural, y las escasas iniciativas de articulación y trabajo conjunto, además de la limitada capacitación y profesionalización de los prestadores de servicios turísticos rurales, dando como efecto, la pérdida de oportunidades y beneficios económicos para las comunidades locales, y un debilitamiento en la afluencia de turistas por una deficiente experiencia turística.

Desde luego, tales circunstancias han desembocado en el desconocimiento de las preferencias de consumo de turismo rural de los visitantes al Noroccidente de Pichincha, lo cual ha dificultado la adecuada programación de servicios en los emprendimientos locales, conllevando así al desaprovechamiento del potencial turístico rural y la obstaculización en el desarrollo y la mejora de la oferta turística de esta zona.

En ese sentido, si se realiza una intervención efectiva para conocer los perfiles, motivaciones y necesidades de los turistas interesados en el turismo rural del Noroccidente de Pichincha, se lograría diseñar productos y servicios turísticos rurales acordes a sus expectativas, incrementando así la afluencia de visitantes, cosa que diversificaría y mejoraría la oferta turística rural de forma sostenible, generando más oportunidades económicas para las comunidades locales. Además, se potenciaría el desarrollo socioeconómico de la región y se promovería la conservación y valorización del patrimonio natural y cultural de los tres cantones situados al noroeste de la provincia de Pichincha.

En cambio, si no se toman acciones para abordar este desconocimiento, continuarían las dificultades para programar adecuadamente los servicios turísticos rurales, estancando o disminuyendo la afluencia de visitantes, algo que conllevaría a la pérdida de oportunidades económicas y beneficios para las comunidades locales dedicadas al turismo rural, limitando el desarrollo y diversificación de la oferta, y desaprovechamiento del potencial turístico de la zona noroccidental de la provincia de Pichincha. De hecho, podría darse el deterioro y subvaloración de los recursos naturales y culturales debido a la insuficiente planificación y gestión adecuada del turismo rural, obstaculizando el desarrollo socioeconómico al no ser aprovechados de manera sostenible.

Justificación

El turismo rural ha demostrado ser una actividad económica clave para impulsar el desarrollo sostenible en diversas regiones a nivel mundial. Sin embargo, para aprovechar su verdadero potencial, es fundamental contar con información actualizada y precisa sobre las preferencias, necesidades y comportamiento de los consumidores que demandan este tipo de experiencias turísticas. En este sentido, la presente investigación cobra especial relevancia al enfocarse en una zona con bastos recursos naturales, pero que aún enfrenta desafíos para consolidar su oferta de turismo rural.

La importancia de este estudio radica en su capacidad para generar conocimiento valioso que permita a los emprendimientos turísticos locales del Noroccidente de Pichincha diseñar y ofrecer productos y servicios acordes a las demandas reales del mercado. De modo que, al comprender las motivaciones, intereses y patrones de consumo de los viajeros interesados en el turismo rural, se podrán desarrollar estrategias efectivas de marketing y promoción, contribuyendo así al posicionamiento de la región como un destino atractivo y competitivo.

Además, los hallazgos de esta investigación tendrán un impacto directo en la calidad de la experiencia turística ofrecida en las zonas rurales del Noroccidente de Pichincha, ya que, al identificar áreas de mejora y oportunidades de innovación, se podrán implementar acciones para optimizar los servicios y satisfacer las expectativas de los visitantes, fomentando así su fidelización y atrayendo a nuevos segmentos de mercado.

Por otro lado, la ejecución de este proyecto generará expectativas y beneficios para diversos actores (directos e indirectos) involucrados en el sector turístico de la región. En efecto, las comunidades locales podrán aprovechar las oportunidades económicas derivadas de un turismo rural fortalecido, impulsando su desarrollo socioeconómico. Asimismo, las autoridades locales y

organismos de promoción turística contarán con información valiosa para orientar sus políticas y estrategias de manera más efectiva.

Cabe destacar que la factibilidad de esta investigación dependerá de los recursos que se destinen, así como por el compromiso y colaboración de los emprendimientos turísticos y comunidades locales. No obstante, se reconocen ciertas limitaciones relacionadas con el alcance geográfico y temporal del estudio, las cuales serán abordadas mediante una adecuada planificación y ejecución metodológica.

Después de todo, el "Estudio de las preferencias del consumo de turismo rural orientado al noroccidente de Pichincha, Ecuador" representará una oportunidad única para impulsar el desarrollo sostenible de esta región, a través de la generación de conocimiento valioso que permita potenciar y fortalecer su oferta turística rural. Además, permitirá a los emprendimientos turísticos locales diseñar una oferta más atractiva, competitiva y alineada con las demandas reales del mercado, al tiempo que se fomentan oportunidades económicas para las comunidades locales.

Objetivos

Objetivo General

Determinar las preferencias de consumo de turismo rural, orientado a la zona noroccidental de la provincia de Pichincha, para la mejora del diseño de productos turísticos que se ofertan en sus localidades.

Objetivos Específicos

- Identificar las características sociodemográficas y las preferencias de consumo de los visitantes provenientes de Quito hacia el Noroccidente de Pichincha, a través de la recopilación de datos relevantes, para el establecimiento del perfil del turista rural potencial.
- Analizar las tendencias actuales del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha, mediante la recopilación de información proveniente de actores clave del sector, para la identificación de oportunidades de desarrollo de productos turísticos innovadores.
- Determinar el perfil del turista rural ideal para el Noroccidente de Pichincha, desde una perspectiva integral que permita la comprensión en profundidad de sus necesidades, deseos y motivaciones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de Investigaciones Previas

El Noroccidente de Pichincha al albergar unas 800 especies de aves y 720 especies de mamíferos, y por conservar un sinnúmero de atractivos naturales, es considerada una de las zonas más biodiversas del planeta (El Noroccidente de Pichincha ofrece actividades familiares y de aventura, 2020; Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2023). En ese sentido, esto ha sido crucial para atraer turistas tanto nacionales como extranjeros que buscan vivir experiencias auténticas y respetuosas con el entorno natural y cultural.

Por ello, desde finales del siglo XX, las comunidades locales y emprendimientos turísticos de las zonas rurales del Noroccidente de Pichincha han ido desarrollando una oferta turística variada, ya que, la Prefectura de Pichincha (2020) en su “Guía de Turismo Comunitario de Pichincha” menciona que tanto el cantón San Miguel de los Bancos como los cantones Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito ofrecen una oferta enfocada en el turismo rural comunitario, el ecoturismo, el turismo de aventura, el agroturismo y el turismo de descanso. Así, incluyendo actividades como el senderismo, el cicloturismo, el turismo ornitológico, el turismo vivencial y las visitas a fincas, cascadas y piscinas prístinas.

Sin embargo, a pesar de su potencial turístico, este sector enfrenta desafíos significativos que han limitado su desarrollo, siendo uno de los principales retos identificados el “desconocimiento de las preferencias, necesidades, motivaciones y comportamiento de los consumidores de turismo rural que visitan la región”; de hecho, Enríquez et al. (2020) en su estudio “Diagnóstico situacional de las modalidades y destinos turísticos del cantón Pedro Vicente Maldonado, provincia de Pichincha” plantean que las posibles causas del desaprovechamiento del

potencial turístico de esta zona son la insuficiente planificación territorial, la escases de estrategias de desarrollo por parte de las autoridades, un sector turístico subdesarrollado, el inadecuado desarrollo de empresas turísticas, la idiosincrasia de la población local, y una visión limitada sobre el uso de los recursos naturales.

En cuanto a investigaciones, un primer estudio de Pesonen y Komppula (2010) sobre las motivaciones y expectativas de turistas potenciales para el turismo rural de bienestar en Finlandia, revela diferencias en las preferencias entre segmentos de turistas, sugiriendo la necesidad de adaptar las ofertas turísticas rurales. Desde luego, esto se determinó mediante la aplicación de una encuesta en línea a 727 participantes, en donde, se identificó que los principales atractivos son la naturaleza, la tranquilidad y las actividades al aire libre. Cabe decir que, aunque se está investigación se enfoca en Finlandia, ofrece perspectivas sobre las motivaciones generales en el turismo rural que podrían ser útiles en el presente estudio de mercado.

Un segundo estudio de Varisco (2016) titulado "Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico", analiza el turismo rural como un sistema complejo, integrando múltiples componentes incluyendo la demanda, oferta, infraestructura y comunidad local. En donde se emplea de manera combinada métodos cuantitativos y cualitativos, como encuestas a turistas y entrevistas con actores clave, para comprender las preferencias del consumidor en el contexto más amplio del sistema turístico rural. Además, este estudio enfatiza la importancia de considerar las características específicas de cada destino y vincula el análisis con los objetivos de desarrollo sostenible.

Un estudio reciente realizado por Hernández-Morales et al. (2023) tuvo como propósito diseñar el perfil del turista rural millennial en la etapa post-COVID-19, centrándose en sus motivaciones, percepciones y experiencias. La investigación empleó una metodología cualitativa,

descriptiva y no experimental, utilizando técnicas innovadoras para la recolección de datos, entre ellos, se aplicó el mapa de empatía a 15 participantes voluntarios y se realizó un grupo focal con 7 sujetos, luego, se utilizó el método de persona para sintetizar y diseñar el perfil del turista. Todo esto brindando una comprensión profunda y matizada de las características, contradicciones y expectativas del turista rural millennial, ofreciendo insights valiosos para el desarrollo de estrategias turísticas en entornos rurales.

Otro estudio relevante para la comprensión de la demanda turística en contextos locales es el realizado por Analuisa (2021) en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, Ecuador. Esta investigación, que empleó un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo, se basó en una encuesta aplicada a 385 excursionistas que visitaron los atractivos turísticos del cantón, lo cual proporcionó datos demográficos y de gasto, y contribuyó a definir el perfil de la demanda turística.

Por otra parte, Pinargote et al. (2022) en su estudio sobre “Preferencias de consumo y sostenibilidad turística en Ecuador desde la postpandemia” examinó el impacto de las preferencias de consumo generacionales en la sostenibilidad turística ecuatoriana postpandemia, en el que mediante un enfoque cuantitativo a través de encuestas a turistas ecuatorianos, se identificó que los protocolos de bioseguridad, la influencia familiar y la ubicación del destino son factores determinantes, especialmente para las generaciones Z y X. Por ende, el estudio aporta información crucial para estrategias de crecimiento y sostenibilidad en el sector turístico ecuatoriano.

Por último, un estudio de Ayovi (2018) sobre el diseño de un plan de marketing turístico para el cantón Puerto Quito, en la provincia de Pichincha, Ecuador, representa un antecedente significativo en la planificación estratégica del turismo local, puesto que, en dicha investigación se empleó una metodología mixta, incluyendo encuestas a turistas, entrevistas a funcionarios locales y un análisis FODA, para evaluar la situación turística del cantón. Después de todo, este

trabajo subraya la importancia de desarrollar estrategias de marketing específicas y bien estructuradas para potenciar el turismo en destinos rurales o menos conocidos.

Fundamentación Teórica

Estudio de Mercado

Definición.

Comprender el concepto de estudio de mercado es fundamental para esta investigación, ya que proporciona las bases metodológicas para el análisis del sector turístico. En este sentido, Ronda (2022) y Fernández (2017) definen el estudio de mercado como un procedimiento sistemático de recopilación y análisis de datos sobre el entorno de una organización. De hecho, este proceso permite responder interrogantes y aclarar dudas relacionadas con el negocio, facilitando la optimización de operaciones y resultados empresariales.

Además, Alarcón del Amo et al. (2014) señalan que el estudio de mercado se caracteriza por ser una investigación exploratoria que evalúa la factibilidad comercial y económica de una idea, producto o servicio, proporcionando valiosas perspectivas para la toma de decisiones informadas y estratégicas, con el fin de maximizar oportunidades y minimizar riesgos en el mercado. Esta conceptualización resulta particularmente relevante ya que establece el marco metodológico para analizar las preferencias y tendencias del mercado turístico en la presente investigación.

Asimismo, el estudio de mercado es una investigación destinada a obtener datos sobre un mercado particular, puesto que, según Muñoz Jacome et al. (2023) y Law&Trends (2023) este análisis puede abarcar aspectos como la magnitud del mercado, las características de los consumidores, la competencia existente, las estrategias de precios, los métodos de distribución y otros elementos clave que influyen en el desempeño de un producto o servicio. Por lo cual, su

propósito es proporcionar información útil y detallada para comprender mejor el entorno comercial y tomar decisiones estratégicas que incrementen las probabilidades de éxito en dicho mercado.

Importancia del Estudio de Mercado.

El estudio de mercado es importante para las empresas porque les permite tomar decisiones informadas y estratégicas. Desde luego, Law&Trends (2023) menciona que el estudio de mercado ayuda a identificar oportunidades de negocio, entender las necesidades de los consumidores y detectar tendencias emergentes en el mercado. Este análisis también permite evaluar la competencia y determinar la posición de la empresa frente a ella, además de encontrar los canales de distribución más eficaces. En esa misma línea Stanat (2024) indica que este tipo de estudios es especialmente valioso antes de lanzar un nuevo producto o servicio, ya que evalúa su viabilidad comercial. Por lo tanto, el estudio de mercado en el sector turístico es importante dado que mejora la planificación, eficiencia y rentabilidad de un producto, además de que fortalece la capacidad de las empresas a adaptarse y prosperar en una industria en constante cambio.

Demanda.

Definición.

La demanda en el mercado se refiere a la cantidad total de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a diferentes niveles de precio en un período determinado. Está influenciada por factores como los gustos y preferencias de los consumidores, los ingresos disponibles, los precios de productos relacionados y las expectativas futuras (Equipo editorial de IONOS, 2023; Enríquez et al., 2020). En ese sentido, comprender estos factores es fundamental para las empresas y organizaciones, ya que permite desarrollar estrategias efectivas de mercado y adaptar su oferta a las necesidades cambiantes de los consumidores.

Importancia de la Demanda en el Turismo Rural.

El análisis de la demanda se ha convertido en un elemento clave para el desarrollo exitoso del turismo rural en cualquier destino. En este contexto, García Rodea et al. (2023) señalan que la demanda en el turismo rural es crucial para el crecimiento y consolidación de este sector, particularmente en destinos rurales como los del centro de México. Los autores destacan que, aunque la demanda es incipiente debido a la falta de un producto turístico integral, su análisis permite identificar el perfil del turista rural y sus necesidades, facilitando la creación de ofertas personalizadas. Así, esta perspectiva resulta fundamental para comprender cómo la demanda influye directamente en la evolución y adaptación de los destinos rurales.

La investigación sistemática de las preferencias turísticas es esencial para el desarrollo de productos turísticos rurales efectivos. En esa misma línea, el estudio de la demanda, a través de métodos como la etnografía digital y encuestas, ayuda a comprender los factores subjetivos y objetivos que influyen en el consumo de estos servicios, permitiendo que los emprendimientos de turismo rural se fortalezcan y contribuyan al diseño (Molina et al., 2022; Rincón del Valle y Quezada, 2022). Desde luego, esta profunda comprensión de la demanda turística rural resulta esencial para el desarrollo sostenible y la competitividad de los destinos rurales en el mercado turístico actual, proporcionando las bases para una planificación estratégica más efectiva y orientada al mercado.

Importancia de los Estudios de Mercado para el Desarrollo de Productos Turísticos.

En un entorno altamente competitivo y dinámico, las empresas del sector turístico requieren herramientas que les permitan anticiparse a las tendencias del mercado y diseñar productos que respondan a las necesidades de los consumidores. Según la Universidad Santander (2023) y la CEPAL (2016), los estudios de mercado son fundamentales para el desarrollo de

productos turísticos, ya que permiten a las empresas adaptarse a los cambios constantes del sector y comprender las necesidades del consumidor. Por lo tanto, la implementación de estudios de mercado no solo facilita la toma de decisiones estratégicas, sino que también fortalece la capacidad de adaptación de las empresas turísticas frente a un entorno en constante evolución.

Dentro del turismo, es fundamental comprender los factores que influyen en la percepción del visitante para diseñar experiencias satisfactorias y diferenciadas, por lo que, Dueñas Reyes et al. (2024) plantean que los estudios de mercado ayudan a identificar los atributos clave del producto, evaluar la percepción de los clientes y determinar sus expectativas, además, consideran que, a través de encuestas y matrices de importancia-valoración, es posible generar estrategias de comercialización basadas en datos concretos, lo que permite mejorar la oferta turística, potenciar atributos relevantes y asegurar la satisfacción. De este modo, el uso de metodologías basadas en datos facilita el diseño de estrategias más eficaces, garantizando que los productos turísticos sean competitivos y respondan a las expectativas del mercado.

Perfil del Turista

Definición.

El perfil del turista es una herramienta fundamental en la gestión de destinos, ya que permite describir las características demográficas, socioeconómicas y comportamentales de los visitantes, abarcando aspectos como la edad, el género, el nivel educativo, los ingresos, la nacionalidad, las motivaciones de viaje, así como también sus gustos y preferencias. Por ello, Fernández y Calderón (2012) mencionan que el análisis del perfil del turista facilita la identificación de expectativas y necesidades, lo que contribuye a la planificación y mejora de los servicios y productos turísticos. En consecuencia, comprender el perfil del turista permite a las

empresas y gestores de destinos diseñar estrategias más efectivas para atraer visitantes, optimizar la experiencia turística y fomentar un desarrollo sostenible del sector.

Perfil del Turista Rural.

Definición.

El perfil del turista rural describe a las personas que, en términos generales, eligen destinos rurales para disfrutar de la naturaleza, la tranquilidad y las tradiciones locales. Por lo general, se trata de individuos interesados en actividades al aire libre, como el senderismo, la observación de fauna o experiencias culturales, entre las que se incluyen conocer la gastronomía típica y participar en eventos comunitarios (CETT, 2022). Además, CODESPA (2016) indica que este tipo de viajero busca desconectarse de la vida urbana, otorgando gran valor a la autenticidad y a la sostenibilidad del entorno rural. Así, el perfil del turista rural suele incluir información clave sobre su edad, procedencia, motivaciones y hábitos de viaje, lo que permite a los destinos rurales diseñar productos y servicios más alineados con sus expectativas y necesidades.

Características del Perfil de Turista Rural.

El perfil del turista rural se caracteriza por su interés en visitar entornos no urbanos que presenten una baja densidad demográfica, así como paisajes dominados por actividades agrícolas y forestales, incluso ONU Turismo (s.f.-b) indica que este tipo de visitante muestra una marcada preferencia por comunidades que han logrado conservar sus estructuras sociales y formas de vida tradicionales. En este sentido, su motivación principal radica en la búsqueda de experiencias auténticas que le permitan un contacto directo con la naturaleza y las costumbres locales.

Asimismo, este tipo de turista busca experiencias auténticas en contacto con la naturaleza y las costumbres locales, valorando la tranquilidad y el alejamiento del ritmo urbano. En donde, las actividades preferidas incluyen senderismo, agroturismo, exploración cultural y participación en

tradiciones rurales (Salazar et al., 2018). De esta manera, el análisis de este perfil posibilita la identificación de las necesidades y expectativas del visitante, promoviendo un desarrollo turístico sostenible que preserve el entorno natural y cultural de las comunidades anfitrionas.

Comportamiento del Consumidor en el Turismo

El comportamiento del consumidor en el turismo analiza las motivaciones, emociones, necesidades y deseos que influyen en la decisión de elegir productos o servicios específicos dentro de una amplia oferta, en esa misma línea, según Lemoine Quintero et al. (2020) este estudio permite entender los factores que determinan las preferencias de los consumidores, como sueños o aspiraciones, siendo crucial para diseñar estrategias de marketing efectivas. Desde luego, comprender estas conductas facilitan predecir reacciones y adaptar acciones comerciales, optimizando la conexión con el público objetivo y mejorando la competitividad en el mercado turístico.

Del mismo modo, el proceso de decisión del consumidor, según López (2007), se desarrolla en fases clave como: reconocimiento de necesidades, búsqueda de información, evaluación de alternativas y decisión de compra, lo cual coincide con López Sánchez (2008) quien agrega que este proceso comienza con la identificación de una necesidad básica y la recopilación de información sobre opciones disponibles, para luego analizar y comparar alternativas, tomando una decisión basada en la evaluación previa. Por lo tanto, comprender este proceso resulta esencial para las empresas y destinos turísticos, ya que les permite diseñar estrategias de marketing más efectivas, adaptadas a las expectativas del consumidor y orientadas a influir positivamente en su decisión final.

Factores que Influyen en las Decisiones de Viaje.

Los factores que influyen en las decisiones de viaje incluyen motivaciones como el deseo de conocer nuevos destinos, experimentar ocio y descubrir nuevas culturas. Además, internet desempeña un papel fundamental como fuente principal de información para los turistas, quienes investigan opciones y comparan alternativas antes de planificar sus viajes. Aunque el proceso inicia en línea, muchas compras se concretan a través de agencias de turismo, que ofrecen confianza y asesoramiento (Possebon et al., 2019). Esto indica que estos factores combinan intereses personales y herramientas tecnológicas, definiendo el comportamiento del consumidor en el ámbito turístico.

Motivaciones del Turista Rural.

Para comprender el atractivo del turismo rural, es esencial analizar las motivaciones que impulsan a sus visitantes a elegir esta modalidad. Según Llonch (2024), las motivaciones del turista rural giran en torno al deseo de conectarse con la naturaleza, disfrutar de la tranquilidad del entorno campestre y experimentar prácticas auténticas, como el agroturismo y las estancias en granjas. Así, la autenticidad y la conexión con la naturaleza se erigen como elementos fundamentales que definen el perfil del turista rural.

Del mismo modo, es crucial considerar cómo el turismo rural incide en el desarrollo local y en la protección del medio ambiente, puesto que, Cortés (s.f.) y Pesonen y Komppula (2010) señalan que este tipo de turismo no solo brinda una experiencia enriquecedora y sostenible, sino que también contribuye al desarrollo de las economías rurales y a la conservación del medio ambiente. Por ello, el turismo rural no solo responde a la necesidad de descanso y contacto con la naturaleza, sino que también promueve el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades anfitrionas.

Proceso de Toma de Decisiones en el Turista.

El proceso de toma de decisiones en el turista incluye varias etapas interconectadas. En primer lugar, comienza con el reconocimiento de una necesidad, como relajarse, explorar o escapar de la rutina. Posteriormente, sigue con la búsqueda de información, utilizando fuentes como internet, recomendaciones o agencias de viajes, con el fin de identificar opciones disponibles. A continuación, en la etapa de evaluación de alternativas, el turista compara destinos, precios y experiencias según sus prioridades y motivaciones. Una vez realizado esto, toma la decisión de compra, seleccionando la opción que mejor se alinea con sus expectativas. Por último, la experiencia vivida influye en la evaluación post-compra, afectando futuras decisiones y lealtad hacia los servicios utilizados (Llonch, 2024). En consecuencia, comprender este proceso dinámico y multifacético resulta fundamental para que las empresas turísticas puedan diseñar estrategias efectivas que acompañen al viajero en cada etapa de su decisión, asegurando así experiencias memorables y relaciones duraderas con sus clientes.

Preferencias de Consumo en el Contexto del Turismo Rural.

Las preferencias de consumo en el turismo rural han evolucionado significativamente, mostrando una clara inclinación hacia experiencias auténticas y sostenibles que se desarrollan en entornos naturales alejados del bullicio urbano (ONU Turismo, s.f.-b). En este contexto, destaca especialmente el turismo comunitario y el agroturismo, modalidades que permiten a los visitantes sumergirse en la cultura local a través de la participación directa en actividades agrícolas y cotidianas de las comunidades rurales.

De manera similar, el ecoturismo ha cobrado una relevancia sin precedentes, particularmente después de la pandemia, al ofrecer experiencias que priorizan la conservación ambiental y la conexión profunda con la naturaleza. De ahí que, Pinargote-Montenegro et al.

(2022) y Ayovi Mezza (2018) plantean que estas tendencias emergentes son un reflejo de la creciente búsqueda de equilibrio, bienestar y respeto por el entorno natural y cultural. Por consiguiente, el turismo rural no solo se ha consolidado como una alternativa enriquecedora y responsable, sino que también representa una oportunidad única para el desarrollo sostenible de las comunidades locales, la preservación de tradiciones ancestrales y la generación de experiencias transformadoras que perduran en la memoria de los viajeros.

Patrones de las Preferencias de Consumo de Turismo Rural.

En la actualidad, los patrones de consumo en el turismo rural revelan una tendencia creciente hacia experiencias que privilegian la tranquilidad y el contacto genuino con la naturaleza, cuya modalidad turística atrae principalmente a viajeros conscientes que no solo buscan desconectarse del ritmo acelerado de la vida urbana, sino que también valoran profundamente el respeto por los recursos naturales y culturales de los destinos que visitan. Según Fernández-Mazarambroz (2024) y Jiménez Moreno (2010), estos visitantes se sienten especialmente atraídos por destinos rurales que ofrecen paisajes únicos y experiencias auténticas, alejadas de la masificación turística tradicional. En este contexto, los análisis de mercado han cobrado vital importancia, pues proporcionan información detallada sobre las características demográficas, preferencias de viaje y patrones de gasto de este segmento específico, permitiendo a los proveedores de servicios turísticos rurales diseñar y adaptar sus ofertas de manera más efectiva y personalizada.

Turismo Rural

Definición.

El turismo rural, según la ONU Turismo (s.f.-b), es una actividad turística centrada en experiencias ligadas a la naturaleza, la agricultura, las tradiciones rurales y las culturas locales. Su enfoque incluye actividades como:

- La pesca recreativa.
- El agroturismo.
- La interacción con comunidades rurales.
- La visita a sitios de interés cultural o natural.

Asimismo, se trata de un tipo de turismo que promueve la conexión con el entorno y la vida rural, fomentando la sostenibilidad y el respeto por las tradiciones locales (Santos, 2020; MINTUR, 2021; Reyes y Suárez, 2019). En sentido, este tipo de turismo busca ofrecer a los visitantes experiencias auténticas que fortalezcan la economía y el desarrollo de las comunidades rurales.

Características del Turismo Rural.

El turismo rural se refiere a actividades turísticas realizadas en entornos no urbanos caracterizados por su baja densidad demográfica, paisajes dominados por actividades como la agricultura y la silvicultura, y formas de vida tradicionales. Por lo que, este tipo de turismo busca ofrecer experiencias auténticas en contacto con la naturaleza y las comunidades locales, promoviendo la preservación del entorno y el respeto por las tradiciones culturales (Noguera, 2016), además, según ONU Turismo (s.f.-b) fomenta el desarrollo económico y social de las zonas rurales al diversificar sus ingresos y atraer visitantes interesados en disfrutar de la tranquilidad, la cultura y la riqueza natural que estos entornos ofrecen. Por tanto, el turismo rural se distingue no

solo por el espacio geográfico donde se desarrolla, sino también por su capacidad para generar experiencias significativas que benefician tanto a visitantes como a las comunidades anfitrionas, creando un modelo de turismo más sostenible y culturalmente enriquecedor

Importancia del Turismo Rural en el Desarrollo Local.

En el contexto actual de búsqueda de alternativas para el desarrollo sostenible, el turismo rural ha emergido como una estrategia fundamental para la revitalización de las comunidades rurales. Desde esta perspectiva, esta actividad se ha convertido en un elemento clave para el desarrollo local, dado que genera ingresos económicos, empleo y dinamiza cadenas de valor relacionadas. De acuerdo con Varisco (2016), fomenta la preservación del patrimonio cultural y natural, promoviendo así el reconocimiento de la identidad comunitaria. Por consiguiente, el turismo rural se presenta como un catalizador esencial para la preservación y valorización del patrimonio local en todas sus dimensiones.

Además, la transformación positiva que el turismo rural genera en las comunidades se extiende más allá de los beneficios económicos inmediatos. En efecto, este tipo de turismo no solo impulsa la economía, sino que también incentiva prácticas sostenibles, contribuyendo así a la protección del medio ambiente (Osorio et al., 2022). Adicionalmente, fortalece las relaciones sociales dentro de las comunidades y facilita la creación de redes e integración regional, lo que contribuye al desarrollo inclusivo y equilibrado de las zonas rurales, asegurando de esta manera beneficios tanto para sus habitantes como para los visitantes (ONU Turismo, s.f.-b). En consecuencia, el turismo rural se consolida como una herramienta estratégica para el desarrollo territorial, capaz de generar impactos positivos en múltiples dimensiones de la vida comunitaria.

Tendencias Actuales en Turismo Rural

Las tendencias actuales en turismo rural reflejan un cambio hacia experiencias más interactivas, personalizadas y orientadas al bienestar. Entre las tendencias actuales según Macías (s.f) están:

El agroturismo sobresale como una experiencia única al ofrecer una inmersión completa en las actividades diarias del entorno rural, en donde, además del descanso, los visitantes participan en diversas labores agrícolas, ganaderas o de pesca, como ordenar vacas, cosechar frutas o cuidar animales. Como resultado, este enfoque innovador permite a los turistas establecer una conexión directa con la vida rural productiva, lo que enriquece significativamente su experiencia a través de actividades físicas y educativas en entornos naturales y tradicionales.

Otra tendencia creciente son las cabañas, mini casas o burbujas, las cuales son alternativas modernas de alojamiento del camping tradicional. De hecho, estas opciones, estratégicamente ubicadas en bosques, colinas o zonas abiertas, garantizan una desconexión total del ajetreo urbano. Cabe destacar que su oferta es versátil, pues abarca desde instalaciones básicas que maximizan el contacto con la naturaleza hasta opciones VIP que fusionan armoniosamente la tranquilidad con comodidades premium, incluyendo servicios exclusivos como spa o masajes.

También, la experiencia rural regenerativa o de salud se ha posicionado como una tendencia revolucionaria al integrar el bienestar físico y mental mediante actividades como yoga y meditación en un entorno rural privilegiado. En particular, esta modalidad, diseñada principalmente para adultos, no solo se centra en la desintoxicación y revitalización, sino que además proporciona un espacio ideal para quienes anhelan un descanso profundo y una conexión auténtica con la naturaleza.

Panorama Global de las Tendencias en Turismo Rural.

El panorama global del turismo rural refleja una creciente diversidad y dinamismo en las preferencias de los viajeros, puesto que, este sector abarca diversas actividades y experiencias en destinos rurales que no solo ofrecen contacto con la naturaleza, sino también interacción cultural y desconexión del entorno urbano. Por consiguiente, las opciones se han diversificado, a abarcar desde el agroturismo y cabañas modernas hasta experiencias regenerativas enfocadas en el bienestar. Además, a nivel mundial, el turismo rural se ha ido adaptando continuamente a las necesidades de los viajeros, fomentando así la sostenibilidad, la revalorización cultural y la preservación ambiental (Ostelea, 2021). Como resultado, su expansión constante responde principalmente al creciente interés por vivir experiencias auténticas y personalizadas, lo que a su vez fortalece la economía local y promueve un desarrollo más inclusivo.

Productos Turísticos

Definición.

Un producto turístico constituye una oferta integral que combina estratégicamente recursos naturales, culturales y artificiales, junto con atractivos, servicios, actividades y emociones, con el propósito de crear experiencias significativas para los visitantes (MINTUR, 2019; ONU Turismo, s.f.-a). Además, conforme a Aguado (2022) y Ostelea (2022), este producto representa el eje fundamental de la comercialización de un destino, ya que está específicamente diseñado para satisfacer los intereses particulares de los turistas. Por una parte, abarca elementos tangibles como instalaciones y servicios, mientras que, por otra, incorpora aspectos intangibles como vivencias y emociones.

Cabe destacar que estos productos turísticos se comercializan a través de diversos canales que determinan su precio y, al igual que otros productos del mercado, siguen un ciclo de vida que

comprende desde su creación y crecimiento hasta su madurez, pudiendo culminar en una renovación o declive según la demanda del mercado y las tendencias vigentes.

Importancia de los Productos Turísticos en el Turismo Rural.

Los productos turísticos en el turismo rural desempeñan un papel crucial en el desarrollo sostenible y en la creación de experiencias auténticas para los visitantes. Según Aguado (2022) estos productos, que combinan cultura, gastronomía, tradiciones y recursos naturales, responden a las expectativas de los turistas que buscan vivencias únicas y enriquecedoras. Al mismo tiempo, son una herramienta poderosa para impulsar el desarrollo económico y social de las comunidades locales.

Mediante la valorización del patrimonio cultural y la promoción de actividades propias del entorno rural, estos productos no solo generan empleo, sino que también fortalecen las economías locales y mejoran sustancialmente la calidad de vida de los residentes. Asimismo, su enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad fomenta activamente la conservación del entorno natural y cultural, lo que garantiza que los recursos se utilicen de manera consciente y se preserven para las futuras generaciones.

Del mismo modo, estos productos permiten que las comunidades rurales se involucren directamente en el turismo, fortaleciendo así su identidad y sentido de pertenencia. Es importante destacar que, de acuerdo con Pelegrín et al. (2024), la integración equilibrada entre las necesidades de los turistas y las comunidades receptoras crea una sinergia que beneficia a ambas partes, promoviendo de esta manera un turismo verdaderamente inclusivo. Así, los productos turísticos en el turismo rural no solo contribuyen a diversificar la oferta turística, sino que también constituyen un pilar fundamental para el bienestar y la resiliencia de las zonas rurales.

Componentes de un Producto Turístico Rural.

Un producto turístico se compone de diversos elementos interconectados que, en conjunto, crean una experiencia integral para el viajero. Entre los más importantes están los recursos turísticos propios del destino, que incluyen tanto los naturales, como paisajes, parques y playas, como los culturales, como monumentos, tradiciones y gastronomía (García Henche, 2005). Así, estos recursos constituyen el núcleo fundamental del atractivo de un destino.

Además, los servicios, equipamiento e infraestructuras disponibles desempeñan un papel fundamental en la experiencia turística. De acuerdo con MINTUR (2020), la presencia de hoteles, restaurantes, guías turísticos y centros de información mejoran la experiencia del visitante, mientras que las infraestructuras, como carreteras, transporte público y señalización, aseguran comodidad y seguridad. Desde luego, la accesibilidad al destino y la movilidad interna son también elementos esenciales, puesto que, el sistema de transporte disponible, tanto para acceder como para desplazarse dentro del lugar, influye decisivamente en la facilidad con que los turistas pueden disfrutar de su visita, incluyendo diversas opciones como aviones, trenes, autobuses o servicios de alquiler.

Finalmente, la imagen de marca del destino es un factor intangible pero poderoso e influyente. En particular, esta imagen, que incluye las percepciones sobre el ambiente, la cultura y la hospitalidad del lugar, impacta directamente en el proceso de toma de decisiones de los turistas al momento de elegir su destino (Aguado, 2022). En conjunto, estos elementos garantizan que un producto turístico sea atractivo, funcional y competitivo en el mercado.

Proceso de Diseño de Productos Turísticos.

El proceso de diseño de productos turísticos es una metodología que busca transformar recursos naturales, culturales e históricos de un destino en experiencias únicas y atractivas para los

visitantes, siempre con un enfoque en la sostenibilidad y la rentabilidad. Además, en lugar de seguir una estructura rígida, este proceso permite adaptarse a las características particulares de cada proyecto y destino, fomentando la innovación y la personalización. Entre los pasos clave del proceso de productos turísticos, según Aguado (2022) están:

- A)** Definir aspiraciones y motivos: En esta fase se inicia con una reflexión donde se definen las aspiraciones y motivos del proyecto, ya sea enfocado en la conservación, el desarrollo local o la generación de ingresos. De hecho, esta clara definición inicial sirve como brújula para guiar todas las decisiones posteriores.
- B)** Análisis del destino y sus recursos: Una vez establecidos los objetivos, el proceso continúa con un análisis exhaustivo del destino y sus recursos, en donde se identifican los elementos distintivos de la región, tales como sus paisajes únicos, tradiciones culturales, riqueza histórica o fauna característica. Paralelamente, se realiza un mapeo detallado de recursos disponibles y un análisis de mercado que permite comprender el panorama competitivo y las posibles colaboraciones estratégicas.
- C)** Conocer al cliente ideal: En este paso, comprender los intereses, necesidades y hábitos del público objetivo es esencial, ya que eso permite diseñar una oferta turística que no solo satisfaga las expectativas del público objetivo, sino que también se destaque frente a otras alternativas de entretenimiento disponibles en el mercado.
- D)** Diseñar y probar la experiencia: En esta fase que implica el diseño y prueba de la experiencia turística se aplican herramientas como el design thinking, para la búsqueda y/o creación de soluciones innovadoras a las necesidades de los usuarios. Por lo que, en este punto, el desarrollo de un producto mínimo viable permite obtener retroalimentación temprana y facilita

la realización de ajustes necesarios para garantizar la satisfacción del cliente y así cumpla con las expectativas del mercado.

- E)** Establecer un modelo de negocios: En este paso se asegura la viabilidad financiera y operativa del producto, mediante el uso de herramientas como el modelo Canvas, en el que se definen costos, precios, fuentes de ingreso, alianzas clave y otros aspectos que garantizan la sustentabilidad a largo plazo del proyecto.
- F)** Planificar el crecimiento: A medida que el producto madura, es esencial planificar su crecimiento futuro, de modo que, en este paso se recurre a una planificación o llámese plan estratégico que puede incluir la búsqueda de alianzas estratégicas, la presentación a potenciales inversionistas o la implementación de ajustes graduales según la evolución del proyecto y las demandas del mercado.
- G)** Promoción y comercialización: Finalmente, el proceso culmina con la implementación de estrategias de promoción y comercialización efectivas. En la era digital actual, estas estrategias deben aprovechar las herramientas tecnológicas disponibles para construir relaciones duraderas con clientes y aliados o socios comerciales, permitiendo una expansión escalable del producto y económicamente adaptada a distintos presupuestos.

En conjunto, este proceso asegura que los productos turísticos no solo sean atractivos y sostenibles, sino también adaptables y viables en un mercado en constante cambio (Aguado, 2022). Por lo tanto, la clave está en equilibrar la creatividad, la planificación estratégica y la acción para ofrecer experiencias memorables y alineadas con las necesidades del destino y sus visitantes.

Innovación en Productos Turísticos Rurales.

En la actualidad, la innovación en productos turísticos rurales representa una transformación fundamental de las experiencias tradicionales, principalmente a través de la

integración de tres pilares esenciales: la sostenibilidad, la economía circular y la colaboración local. En efecto, este enfoque innovador no solo busca aprovechar los recursos locales disponibles, sino que también se centra en preservar el entorno natural mientras fomenta la autenticidad mediante el trabajo conjunto con comunidades y pequeñas empresas locales (Aguado, 2022). Como resultado, se genera un intercambio significativo de conocimientos que, a su vez, crea experiencias únicas y fortalece la economía rural a través de la diversificación de actividades económicas.

Por consiguiente, este modelo impulsa un turismo más responsable y sostenible que se alinea perfectamente con las expectativas de los viajeros contemporáneos. En este sentido, Agudo (2022) señala que la innovación en el sector turístico rural está experimentando una notable evolución gracias a la integración de elementos tecnológicos y una mayor participación comunitaria. De hecho, dentro del marco del turismo sostenible, resulta fundamental implementar estrategias innovadoras que no solo preserven los recursos naturales y culturales, sino que también enriquezcan las experiencias de los viajeros.

Cabe decir que, las tecnologías digitales y las plataformas colaborativas juegan un papel crucial al facilitar la promoción de prácticas responsables, tales como el ecoturismo y la exploración de destinos menos conocidos, lo que contribuye a reducir el impacto ambiental y distribuir el flujo turístico de manera más equilibrada.

Asimismo, un componente fundamental en esta transformación es la participación activa de las comunidades locales en los procesos de planificación y desarrollo turístico. De acuerdo con Ruis Sandoval (2018), esta inclusión no se limita únicamente a otorgarles un papel protagónico en la toma de decisiones, sino que además fomenta la creación de negocios sostenibles que están en armonía con las tradiciones y características propias del lugar. En este contexto, los programas de

capacitación y financiamiento dirigidos a emprendedores locales se convierten en herramientas indispensables para garantizar que los beneficios económicos permanezcan en la comunidad, promoviendo así un desarrollo más equitativo.

Por último, es importante mencionar que el diseño de productos turísticos enfocados en la sostenibilidad y el consumo consciente genera un ciclo virtuoso en el sector. Además, asegura que tanto visitantes como residentes puedan disfrutar de una oferta turística enriquecedora, mientras se preserva el invaluable patrimonio cultural y natural para las generaciones venideras.

Alineación de Productos Turísticos con las Preferencias del Consumidor.

La alineación de productos turísticos con las preferencias del consumidor resulta fundamental para desarrollar experiencias atractivas en un mercado cada vez más dinámico. Ciertamente, en esta era digital, los consumidores disponen de amplios recursos informativos que les permiten tomar decisiones basadas en sus intereses específicos, abarcando desde la selección de actividades hasta el tipo de alojamiento y la sostenibilidad del destino elegido.

En ese sentido, para lograr una alineación efectiva, es imprescindible que los proveedores realicen un análisis exhaustivo de su público objetivo, teniendo en cuenta que las preferencias varían según diversos factores como la edad, el origen y los valores personales (Aguado, 2022). Por consiguiente, esto conlleva una cuidadosa segmentación del mercado y el diseño de productos personalizados que satisfagan necesidades específicas, ya sean experiencias culturales, de aventura o ecoturismo.

Por lo tanto, resulta crucial desarrollar la capacidad de adaptación rápida ante las demandas emergentes, principalmente a través de estrategias como la recopilación de datos mediante encuestas y herramientas digitales, de manera que, se mejora la satisfacción del cliente, se refuerza la reputación del destino y se consolida su posición en el mercado turístico.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación adoptó un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos, lo que permitió abordar de manera integral las preferencias de consumo de turismo rural en el Noroccidente de Pichincha. El enfoque cuantitativo se utilizó para obtener datos estadísticos representativos relacionados con las características sociodemográficas y las preferencias de los turistas, mientras que el enfoque cualitativo brindó una comprensión más profunda de sus motivaciones, expectativas y experiencias. De hecho, este enfoque mixto fue clave para garantizar la validez y confiabilidad de los resultados, logrando una perspectiva equilibrada entre la amplitud y la profundidad del análisis.

En relación con el diseño de la investigación fue no experimental, ya que no se manipularon variables, sino que se observaron y analizaron fenómenos en su contexto natural, lo que permitió recolectar datos auténticos y representativos sobre las preferencias y comportamientos de los turistas, evitando cualquier tipo de interferencia que pudiera alterar la realidad del estudio.

Con respecto al procedimiento de recolección de datos se llevó a cabo en tres fases, cada una diseñada para cumplir con los objetivos específicos planteados en la investigación.

En la primera fase, orientada a identificar el perfil del turista rural potencial, se utilizó un método cuantitativo basado en la aplicación de encuestas, en donde, los cuestionarios estructurados se aplicaron tanto en formato digital como físico en puntos estratégicos de los cantones del Noroccidente de Pichincha (San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito). En total, se logró encuestar a 206 personas de los 197 individuos que se habían establecido en la muestra de estudio.

Durante esta etapa, se presentaron dos principales dificultades para cumplir con el número de encuestados establecido anteriormente. En primer lugar, la inseguridad que atraviesa el país presentó dificultades al momento de encuestar a los turistas, ya que muchos de ellos sentían temor o desconfianza de proporcionar información, sin importar que se portara un gafete de estudiante.

Otro inconveniente para ejecutar las encuestas con éxito fue la barrera idiomática, puesto que habían turistas extranjeros que no dominaban el español y en algunos casos tampoco hablaban inglés, lo cual se dio principalmente en Mindo donde hay una notable presencia de personas de diferentes partes del mundo. De hecho, el uso de aplicaciones de traducción no fue de mucha ayuda, dado que en varios sectores la red móvil era inestable, lo que ralentizaba las traducciones de las opiniones que brindaban los participantes.

Pesé a todas esas adversidades se logró cumplir con la muestra de estudio establecida, es más, a último momento se logró captar un grupo grande de turistas provenientes de Quito que con su participación se superó y sobrepaso el número de personas a encuestar.

En la segunda fase, se buscó analizar las tendencias actuales del turismo rural mediante la realización de entrevistas, un método cualitativo que resultó particularmente enriquecedor. Para ello, se seleccionó a 11 actores clave del sector turístico, entre los que se encontraban propietarios de establecimientos rurales y representantes de asociaciones turísticas locales y de las áreas de turismo de los GADs ubicados en el Noroccidente de Pichincha.

Desde luego, esta fase se llevó a cabo con éxito y sin inconveniente alguno, dado que, todos los entrevistados se mostraron colaborativos y amables al momento de realizar la entrevista. En ese sentido, realizar las entrevistas fue altamente productivo, ya que la información que se logró recopilar brindó valiosos insights para la identificación de oportunidades de innovación en productos turísticos, asimismo permitió desvelar desafíos que frenan el desarrollo turístico rural

del Noroccidente de Pichincha. Desde luego, la interacción con los actores turísticos locales resaltó el compromiso de la comunidad con el desarrollo del turismo sostenible en la región.

La tercera fase se enfocó en diseñar el perfil del turista rural ideal, empleando la técnica del mapa de empatía, un método cualitativo que permitió explorar en profundidad las motivaciones, expectativas y frustraciones de los turistas. Para su ejecución se empleó la información recopilada de los análisis de los resultados de las encuestas y de los análisis cualitativos de las entrevistas, lo que permitió formular respuestas propicias para completar la guía de preguntas reflexivas del empathy map.

En ese sentido, durante la última fase de levantamiento de información se identificaron aspectos clave como la búsqueda de tranquilidad, el deseo de reconexión con la naturaleza y la importancia de la interacción con las comunidades locales. Sin embargo, también se destacaron áreas de mejora, como la necesidad de fortalecer la infraestructura turística y optimizar la señalización en los atractivos.

Cabe decir que, el análisis de los datos recolectados fue un proceso detallado y meticuloso, ya que en el caso de las encuestas se analizó los resultados empleando el Software Estadístico IBM SPSS, mientras que para la información obtenida de las entrevistas se recurrió al análisis cualitativo. Por último, en el empathy map se aplicó un análisis comparativo.

En general, la metodología planteada durante la etapa de planificación fue implementada de manera exitosa, además, la experiencia en el levantamiento de datos fue enriquecedora, permitiendo una interacción directa con los turistas y los actores locales del sector. Asimismo, esta interacción no solo enriqueció la calidad de los datos recolectados, sino que también fortaleció la perspectiva práctica de la investigación, garantizando que los resultados fueran aplicables y relevantes para el desarrollo del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1. Características Sociodemográficas y Preferencias de Consumo de los Visitantes Provenientes de Quito hacia el Noroccidente de Pichincha

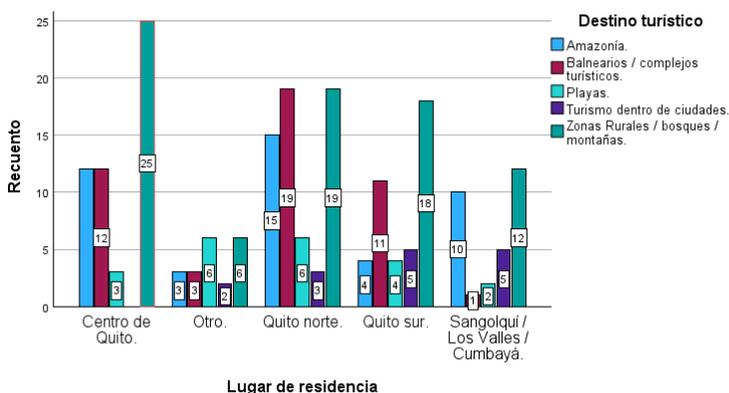
En esta sección de resultados correspondiente al primer objetivo específico, se tomó en cuenta los datos obtenidos de 206 encuestados, aunque la muestra establecida fue de 199 turistas a encuestar, cuyos datos se cargaron al software de análisis estadístico “SPSS”, en donde, se procedió a hacer el cruce de variables según su categorización. Luego, con la información obtenida mediante la combinación de variables, se realizó varios análisis que se presentan más adelante.

La intención de cruzar variables y realizar sus posteriores análisis fue para la identificación de las características sociodemográficas y las preferencias de consumo de turismo rural de los turistas provenientes principalmente de Distrito Metropolitano de Quito, lo que también contribuye al establecimiento del perfil del turista rural potencial para el Noroccidente de Pichincha, además de aportar significativamente a la mejora de productos turísticos locales.

3.1.1. Análisis de las Características Sociodemográficas de los Turistas Provenientes de Quito hacia el Noroccidente de Pichincha

Figura 1

Relación entre lugar de residencia y tipo de destino turístico visitado en el último viaje dentro del país.



Nota. La figura muestra la distribución de destinos turísticos visitados según el lugar de residencia. Se observa que los habitantes del norte de Quito prefieren balnearios (41,3%) y la Amazonía (34,1%), mientras que quienes residen en el centro de la ciudad tienen mayor afinidad por zonas rurales o bosques (31,3%). En cambio, los residentes del sur de Quito y de los Valles muestran una mayor tendencia a visitar ciudades (33,3%). Fuente: Elaborada por el autor (2025).

En base a los datos obtenidos del lugar de residencia de los turistas, se puede afirmar que los residentes del norte de Quito destacan como el grupo más activo en términos de turismo rural, con una preferencia marcada por visitar zonas rurales, bosques y montañas, lo que sugiere que este segmento valora especialmente la conexión con la naturaleza y las experiencias al aire libre. Por otro lado, los residentes del centro de Quito también muestran un interés significativo en destinos rurales, aunque su preferencia se distribuye de manera más equilibrada entre otros tipos de destinos, como balnearios y la Amazonía.

En contraste, los habitantes de Sangolquí, Los Valles y Cumbayá presentan un comportamiento diferenciado, con una menor inclinación hacia los balnearios y una mayor preferencia por el turismo dentro de ciudades y zonas rurales, lo cual podría indicar que, al vivir en áreas periurbanas, buscan complementar su entorno habitual con experiencias urbanas o rurales, dependiendo de sus intereses.

Finalmente, los turistas provenientes del sur de Quito muestran una tendencia diversificada, con un interés notable en zonas rurales y bosques, pero también en balnearios y turismo urbano, hecho que refleja una búsqueda de variedad en sus experiencias turísticas, lo que podría estar relacionado con la accesibilidad y la oferta disponible en su zona de residencia.

Desde luego, el lugar de residencia influye en las preferencias turísticas, con una clara inclinación hacia el turismo rural en el norte y centro de Quito, mientras que otras zonas muestran

patrones más variados, de modo que, se sugiere que las estrategias de promoción turística deben adaptarse a las particularidades de cada sector de la ciudad.

Tabla 1

Preferencias de destinos turísticos según rango de edad en el último viaje realizado

Rango de edad	Tipo de destino turístico que visitó la última vez que viajó											
	Amazonia.		Balnearios / complejos turísticos.		Playas.		Turismo dentro de ciudades.		Zonas Rurales / bosques / montañas.		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
18 - 25 años.	8	18,2%	21	45,7%	8	38,1%	4	26,7%	22	27,5%	63	30,6%
26 - 35 años.	10	22,7%	5	10,9%	5	23,8%	4	26,7%	31	38,8%	55	26,7%
36 - 45 años.	22	50,0%	4	8,7%	5	23,8%	3	20,0%	20	25,0%	54	26,2%
Más de 45 años.	3	6,8%	10	21,7%	1	4,8%	3	20,0%	6	7,5%	23	11,2%
Menos de 18 años.	1	2,3%	6	13,0%	2	9,5%	1	6,7%	1	1,3%	11	5,3%
Total	44	100,0%	46	100,0%	21	100,0%	15	100,0%	80	100,0%	206	100,0%

Nota. La tabla muestra la distribución de destinos turísticos visitados en el último viaje según edad. Destaca la preferencia por la Amazonía en el grupo de 36 a 45 años (50%) y por balnearios en jóvenes de 18 a 25 años (45,7%), mientras que las zonas rurales son más visitadas por adultos de 26 a 35 años (38,8%). Fuente: Elaborada por el autor (2025).

En cuanto a la edad de los visitantes, se observa que los jóvenes entre 18 y 25 años muestran una preferencia equilibrada entre balnearios (45,7%), playas (38,1%) y zonas rurales (27,5%), lo que refleja su búsqueda de experiencias recreativas y de socialización. De hecho, este grupo parece valorar tanto la diversión en espacios acuáticos como la exploración de entornos naturales.

Por otro lado, los visitantes entre 26 y 35 años presentan una inclinación más marcada hacia las zonas rurales, bosques y montañas (38,8%), lo que podría estar asociado con una mayor búsqueda de tranquilidad y desconexión. Además, este grupo que se encuentra en una etapa de mayor estabilidad laboral y familiar parece priorizar destinos que ofrezcan un escape del estrés urbano.

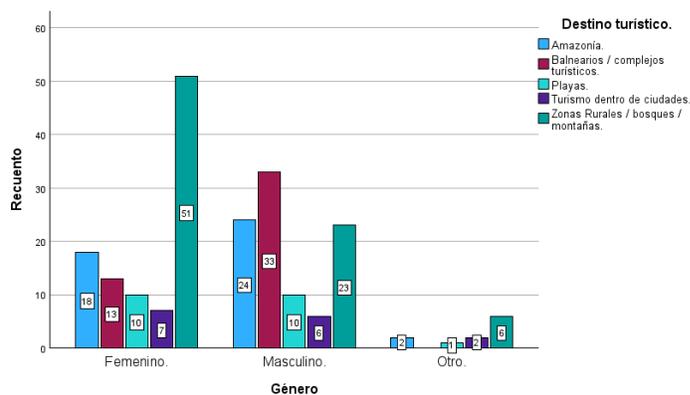
Los adultos entre 36 y 45 años muestran una preferencia significativa por la Amazonía (50,0%), lo que sugiere un interés en experiencias más especializadas y de mayor contacto con la naturaleza. En esa misma línea, este segmento podría estar motivado por el deseo de explorar destinos menos convencionales y con un componente cultural o ecológico más fuerte.

Por último, los visitantes mayores de 45 años y los menores de 18 años presentan patrones más dispersos, con una menor representación en zonas rurales (7,5% y 1,3%, respectivamente) y una mayor presencia en balnearios y playas, lo que podría indicar que estos grupos buscan destinos más tradicionales y accesibles, que se ajusten a sus necesidades específicas.

Así pues, la edad influye en las preferencias turísticas, con una clara tendencia hacia el turismo rural en los grupos de 26 a 45 años, mientras que los más jóvenes y los mayores optan por destinos más convencionales.

Figura 2

Relación entre género y destino turístico.



Nota. La tabla muestra la relación entre el género de los viajeros y los destinos turísticos visitados en su último viaje dentro del país. Se evidencia una tendencia diferenciada en la elección de destinos, donde ciertos grupos muestran mayor preferencia por entornos naturales, mientras que otros optan por balnearios o turismo urbano. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Con respecto al género de los turistas se evidencia que esta variable también juega un papel relevante en la elección del tipo de destino turístico. En ese sentido, las mujeres muestran una preferencia marcada por las zonas rurales, bosques y montañas (63,7%), lo que sugiere que valoran especialmente las experiencias que ofrecen tranquilidad y conexión con la naturaleza. Además, su presencia es significativa en destinos como playas (47,6%) y turismo urbano (46,7%), lo que refleja una búsqueda de variedad en sus experiencias.

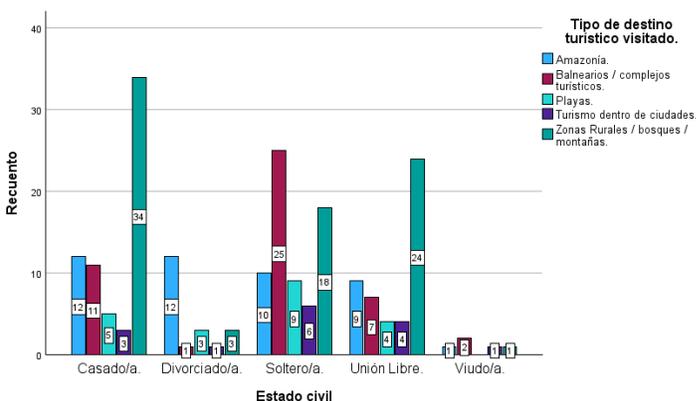
En cambio, los hombres presentan una distribución más equilibrada entre todos los tipos de destinos, con una ligera preferencia por balnearios (71,7%) y la Amazonía (54,5%), algo que podría indicar que los hombres buscan tanto actividades recreativas como experiencias de exploración y aventura.

Por otro lado, los visitantes que se identifican con otro género muestran una presencia notable en zonas rurales (7,5%) y turismo urbano (13,3%). De manera que, se sugiere que este grupo valora destinos que ofrecen diversidad y oportunidades de inclusión.

Por lo tanto, el género influye en las preferencias turísticas, con una mayor inclinación de las mujeres hacia el turismo rural y una distribución más diversificada en el caso de los hombres.

Figura 3

Preferencias de destinos turísticos según estado civil en el último viaje.



Nota. La tabla muestra la relación entre el estado civil de los viajeros y el tipo de destino que visitaron en su último viaje. Se visualiza que ciertos grupos presentan mayor afinidad por destinos naturales, mientras que otros prefieren balnearios o entornos urbanos, reflejando posibles diferencias en motivaciones y estilos de viaje. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

En lo que respecta al estado civil de los visitantes, se observa que los casados muestran una preferencia significativa por las zonas rurales, bosques y montañas, lo que podría estar asociado con la búsqueda de destinos que permitan compartir experiencias en familia o en pareja. Asimismo,

se evidencia que este grupo parece valorar especialmente la tranquilidad y la conexión con la naturaleza.

Igualmente, los visitantes en unión libre también muestran una preferencia marcada por las zonas rurales, lo que sugiere que este grupo busca experiencias que fortalezcan sus vínculos afectivos en entornos naturales.

De manera opuesta, los solteros presentan una distribución más diversificada, con una presencia notable en balnearios y playas, lo que refleja su interés en destinos que ofrecen oportunidades de socialización y recreación. Además, los divorciados y viudos también presentan patrones más dispersos, con una menor representación en zonas rurales y una mayor presencia en destinos como la Amazonía y balnearios, algo que indica que estos grupos buscan experiencias que les permitan reconectar consigo mismos o explorar nuevos horizontes.

Desde luego, se puede afirmar que el estado civil influye en las preferencias turísticas, con una clara inclinación hacia el turismo rural en los casados y en unión libre, mientras que los solteros optan por destinos más recreativos. En ese sentido, estos datos analizados contribuyen a la identificación de un perfil claro del turista rural potencial, que resulta fundamental para el diseño de estrategias y productos turísticos adaptados a sus necesidades y expectativas.

3.1.2. Análisis de las Características Socioeconómicas de los Turistas Provenientes de Quito hacia el Noroccidente de Pichincha

Tabla 2

Distribución de la situación laboral según tipo de destino turístico preferido

Situación laboral		Tipo de destino turístico.										Total	
		Amazonía.		Balnearios / complejos turísticos.		Playas.		Turismo dentro de ciudades.		Zonas Rurales / bosques / montañas.		N	%
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Desempleado/a.		0	0,0%	0	0,0%	1	4,8%	0	0,0%	1	1,3%	2	1,0%
Empleado/a privado.		16	36,4%	14	30,4%	3	14,3%	2	13,3%	24	30,0%	59	28,6%
Empleado/a público.		15	34,1%	10	21,7%	7	33,3%	8	53,3%	30	37,5%	70	34,0%
Estudiante.		2	4,5%	8	17,4%	5	23,8%	3	20,0%	2	2,5%	20	9,7%
Independiente (Emprendedor / Empresario / Comerciante).		9	20,5%	7	15,2%	5	23,8%	2	13,3%	21	26,3%	44	21,4%
Jubilado/a.		2	4,5%	7	15,2%	0	0,0%	0	0,0%	2	2,5%	11	5,3%
Total		44	100,0%	46	100,0%	21	100,0%	15	100,0%	80	100,0%	206	100,0%

Nota. La tabla muestra que los empleados públicos dominan el turismo urbano (53.3%), mientras que la Amazonía atrae principalmente a empleados tanto públicos como privados (34.1% y 36.4% respectivamente). Los estudiantes tienen mayor presencia en playas (23.8%) y zonas urbanas (20%), mientras que los destinos rurales son preferidos mayormente por empleados públicos (37.5%) y trabajadores independientes (26.3%). Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Los datos revelan que los empleados públicos destacan como el grupo más numeroso, mostrando una preferencia significativa por destinos rurales, bosques y montañas, así como por la Amazonía. Así, se evidencia que este segmento valora especialmente las experiencias que ofrecen tranquilidad y contacto con la naturaleza, posiblemente como una forma de equilibrar su vida laboral con momentos de desconexión.

Al contrario, los empleados privados también muestran un interés notable en destinos rurales, aunque su preferencia se distribuye de manera más equilibrada entre otros tipos de destinos, como balnearios y la Amazonía. De manera que, esto refleja una búsqueda de variedad en sus experiencias turísticas, lo que podría estar relacionado con su necesidad de combinar actividades recreativas con momentos de relajación.

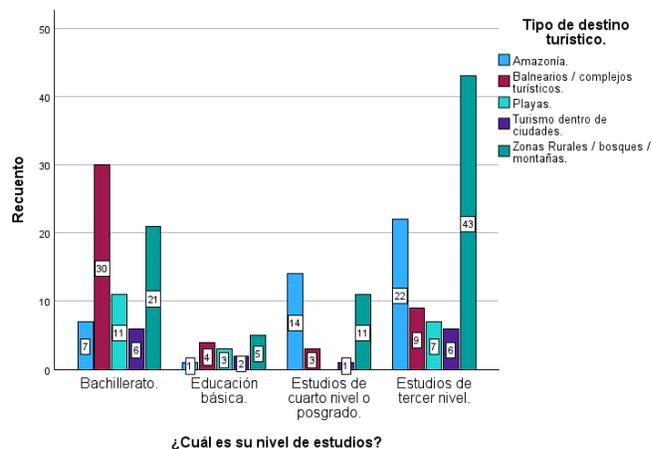
Los independientes (emprendedores, empresarios o comerciantes) presentan una preferencia marcada por las zonas rurales, bosques y montañas, lo que sugiere que este grupo busca destinos que les permitan reconectar con la naturaleza y alejarse del estrés asociado a su actividad laboral. Además, su presencia en otros destinos, como playas y balnearios, indica una búsqueda de experiencias diversificadas que complementen su estilo de vida.

Los estudiantes, por su parte, muestran una inclinación más pronunciada hacia balnearios y playas, reflejando esto su interés en actividades recreativas y de socialización. Asimismo, este grupo parece priorizar destinos que ofrezcan oportunidades de entretenimiento y diversión. Finalmente, los jubilados presentan una presencia limitada en los destinos analizados, con una

ligera preferencia por balnearios, lo que podría indicar que buscan destinos más tradicionales y accesibles.

Figura 4

Preferencias de destino turístico según el nivel educativo.



Nota. La figura demuestra que las preferencias turísticas varían según el nivel educativo, donde los viajeros con mayor formación académica muestran inclinaciones más marcadas hacia destinos naturales específicos. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Acerca del nivel de estudios de los turistas provenientes de Quito hacia el Noroccidente de Pichincha, los datos revelan que los visitantes con estudios de tercer nivel son el grupo más numeroso y muestran una preferencia marcada por destinos rurales, bosques y montañas, así como por la Amazonía. Esto indica que este segmento valora especialmente las experiencias que ofrecen una conexión profunda con la naturaleza y oportunidades de aprendizaje, lo que podría estar relacionado con su formación académica y su interés en actividades más especializadas.

Igualmente, los turistas con estudios de cuarto nivel o posgrado también muestran una inclinación significativa hacia la Amazonía y las zonas rurales, lo que refuerza la idea de que este grupo busca destinos que combinen la exploración de entornos naturales con un componente cultural o ecológico. Sin embargo, su presencia en otros tipos de destinos es limitada, lo que indica una preferencia más enfocada en experiencias únicas y enriquecedoras.

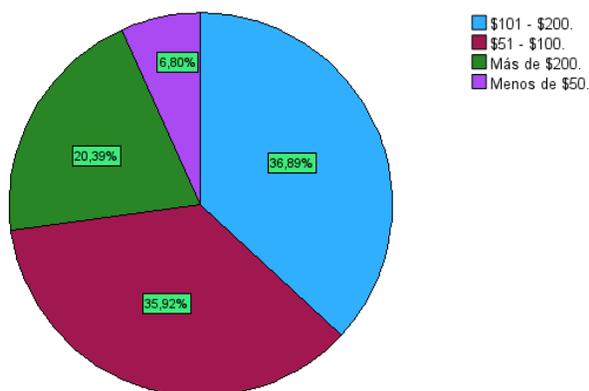
De manera opuesta, las personas con estudios de bachillerato presentan una distribución más diversificada, con una presencia notable en balnearios y playas, reflejando así su interés en actividades recreativas y de socialización. Además, este grupo parece priorizar destinos que ofrezcan entretenimiento y diversión, algo que podría estar relacionado con su etapa de vida y sus intereses.

Finalmente, los turistas con educación básica muestran una presencia menor en todos los tipos de destinos, aunque con una ligera preferencia por balnearios y zonas rurales, sin duda, esto sugiere que este segmento busca experiencias accesibles y tradicionales.

3.1.3. Nivel de Gasto en Destinos Turísticos Rurales

Figura 5

Distribución del presupuesto promedio por persona para turismo rural.



Nota. El gráfico refleja que la mayoría de los turistas destinan entre \$51 y \$200, lo que sugiere una disposición a gastar dentro de un rango medio para este tipo de turismo. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

A través del análisis del nivel de gasto en destinos turísticos rurales, se logró identificar que los turistas que visitan el Noroccidente de Pichincha presentan una diversidad de capacidades adquisitivas y preferencias de consumo, dado que la mayoría se ubica en rangos de gasto moderado (51–51–200), lo que refleja una valoración positiva de las experiencias rurales, pero también una búsqueda de opciones que se ajusten a sus presupuestos. En efecto, este hallazgo resalta la

importancia de ofrecer productos turísticos que combinen calidad y accesibilidad, asegurando que la oferta sea atractiva para este segmento mayoritario.

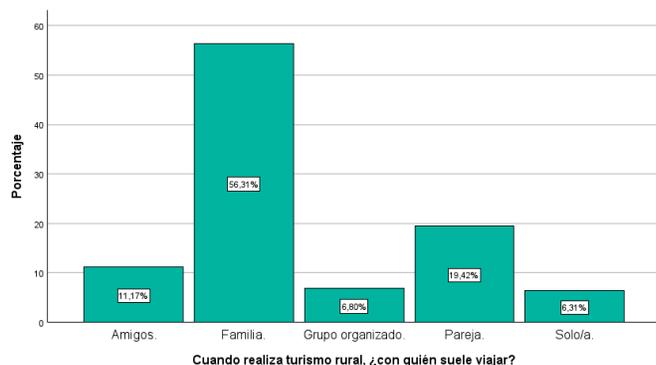
Por contraste, la presencia de un grupo significativo dispuesto a gastar más de \$200 indica la existencia de un mercado potencial para experiencias rurales premium, lo que abre oportunidades para desarrollar servicios diferenciados y de mayor valor agregado. Finalmente, aunque el segmento con menor presupuesto (\$50) es reducido, su existencia sugiere la necesidad de incluir opciones económicas que permitan ampliar el acceso al turismo rural.

Así, el nivel de gasto de los turistas refleja una demanda diversificada que debe ser atendida con una oferta turística igualmente variada, que incluya desde opciones económicas hasta experiencias exclusivas. De modo que, esto no solo permitirá captar un público más amplio, sino también fortalecer el posicionamiento del Noroccidente de Pichincha como un destino rural inclusivo, sostenible y adaptado a las necesidades de todos los visitantes.

3.1.4. *Modo de Viaje hacia Destinos Turísticos Rurales*

Figura 6

Composición del grupo de viaje en turismo rural.



Nota. La figura revela una clara preferencia por el turismo rural en familia (56.3%), sugiriendo que este tipo de turismo se percibe como una actividad ideal para fortalecer lazos familiares y compartir experiencias en entornos naturales, muy por encima de otras modalidades de acompañamiento. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Mediante los resultados obtenidos sobre modo de viaje hacia destinos turísticos rurales, se observa que la experiencia familiar se posiciona como la opción predilecta, abarcando más de la mitad de las preferencias (56.3%) entre los 206 encuestados. Sin duda, está marcada tendencia permite comprender que el turismo rural se ha convertido en un escenario ideal para tejer y fortalecer lazos familiares, donde cada sendero y cada paisaje se transforma en una oportunidad para crear recuerdos compartidos en la inmensidad de la naturaleza.

En este contexto, resulta interesante observar cómo las parejas constituyen el segundo grupo más significativo (19.4%), lo cual nos lleva a reflexionar sobre cómo los espacios rurales se han convertido en refugios perfectos para aquellos que buscan momentos de conexión íntima, lejos del ritmo acelerado de la vida urbana. De manera complementaria, se encontró que los viajes entre amigos representan el 11.2% de las preferencias, hechos que sugiere que el entorno rural también es apreciado como un escenario propicio para fortalecer lazos de amistad y vivir aventuras compartidas.

Por otro lado, llama la atención que tanto los viajes en grupos organizados como los viajes en solitario muestran porcentajes más modestos (6.8% y 6.3% respectivamente), cuya particularidad invita a reflexionar sobre dos aspectos fundamentales: por una parte, la naturaleza más espontánea y personal que los viajeros buscan en las experiencias rurales, y por otra, la posible oportunidad de mercado que existe para desarrollar propuestas estructuradas dirigidas a grupos organizados.

Después, este análisis exhaustivo sobre el modo de viaje hacia destinos rurales permitió descubrir que el turismo rural se ha consolidado fundamentalmente como una experiencia de conexión íntima, donde el compartir con la familia y seres queridos se convierte en el eje central de la vivencia. Asimismo, esta reveladora tendencia señala un camino claro: la necesidad

imperante de desarrollar productos y servicios turísticos que no solo se adapten a las necesidades específicas de los grupos familiares y parejas, sino que también fomenten espacios y momentos para fortalecer estos vínculos especiales.

3.1.5. Análisis de las Preferencias de Alojamientos y Actividades Turísticas

Tabla 3

Preferencias de alojamiento según el tipo de destino turístico

Tabla cruzada Tipo de alojamiento que prefiere cuando realiza turismo* Tipo de destino turístico.

Tipo de alojamiento que prefiere cuando realiza turismo.	Tipo de destino turístico															
	Amazonía		Balnearios / complejos turísticos.				Playas.		Turismo dentro de ciudades.		Zonas Rurales / bosques / montañas.				Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Cabaña/Casa de huéspedes.	12	27,3%	5	10,9%	3	14,3%	0	0,0%	25	31,3%	45	21,8%				
Camping.	20	45,5%	3	6,5%	2	9,5%	0	0,0%	28	35,0%	53	25,7%				
Hostería.	10	22,7%	16	34,8%	5	23,8%	3	20,0%	14	17,5%	48	23,3%				
Hotel.	2	4,5%	9	19,6%	11	52,4%	12	80,0%	12	15,0%	46	22,3%				
Otro.	0	0,0%	13	28,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,3%	14	6,8%				
Total	44	100,0%	46	100,0%	21	100,0%	15	100,0%	80	100,0%	206	100,0%				

Nota. La tabla revela una clara polarización en las preferencias de alojamiento, donde los turistas que han visitado la Amazonía y zonas rurales muestran una fuerte preferencia por opciones más inmersivas como camping y cabañas, mientras que en destinos como ciudades y playas prefieren alojamientos convencionales como hoteles. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

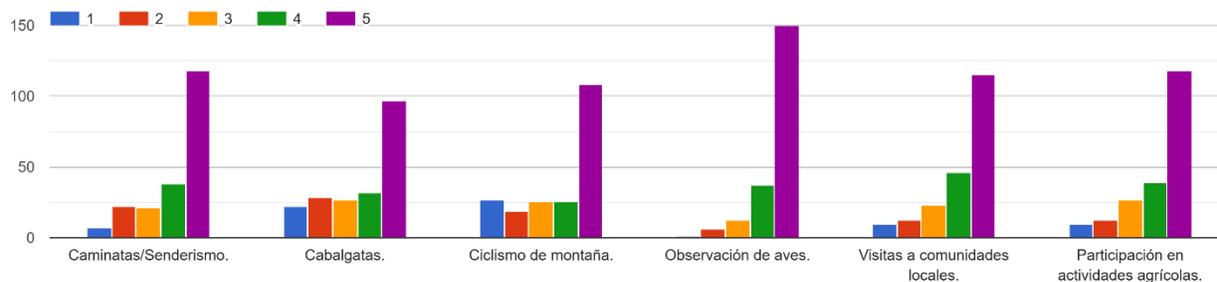
A través del análisis de las preferencias de alojamiento, se logró identificar que los turistas eligen sus hospedajes en función del tipo de destino y la experiencia que desean vivir. En destinos rurales, bosques y montañas, predomina la preferencia por cabañas/casas de huéspedes y camping, lo que refleja una búsqueda de autenticidad y conexión con la naturaleza. Por otro lado, en destinos como balnearios, playas y ciudades, los turistas optan principalmente por hosterías y hoteles, priorizando la comodidad y los servicios adicionales.

De manera que, estos hallazgos resaltan la importancia de adaptar la oferta de alojamiento a las características y expectativas de cada tipo de destino turístico. Para los destinos rurales, es clave fortalecer la infraestructura de cabañas y áreas de camping, asegurando que ofrezcan una experiencia única y en armonía con el entorno. En cambio, en destinos recreativos como balnearios

y playas, es fundamental mejorar la calidad de los servicios en hosterías y hoteles, ofreciendo comodidad y actividades complementarias que enriquezcan la experiencia del visitante.

Figura 7

Valoración del grado de interés en actividades de turismo rural en Ecuador.



Nota. El gráfico representa la distribución de preferencias en una escala Likert de 1 a 5, donde se evidencia una marcada inclinación hacia el máximo nivel de interés (5) en todas las actividades evaluadas, destacando particularmente la observación de aves como la actividad con mayor aceptación. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

En lo que respecta a los resultados sobre el grado de interés en actividades de turismo rural, se puede evidenciar patrones significativos en las preferencias de los 206 encuestados. En primer lugar, la observación de aves emerge como la actividad más atractiva, con 150 personas manifestando estar "muy interesadas", lo que representa una abrumadora mayoría. Esta notable preferencia podría atribuirse a la rica biodiversidad avifaunística del Ecuador y al creciente interés global por el aviturismo como una actividad sostenible y educativa.

En cuanto a las actividades terrestres, las caminatas y el senderismo muestran un patrón de interés consistentemente alto, con 118 respuestas en la categoría "muy interesado". Es interesante notar que esta actividad mantiene una distribución gradual positiva, donde solo 7 personas manifestaron no tener ningún interés, lo que sugiere su potencial como actividad base para el desarrollo de productos turísticos rurales.

Por otra parte, la participación en actividades agrícolas y las visitas a comunidades locales presentan patrones similares de aceptación, con 118 y 115 respuestas respectivamente en el nivel

más alto de interés. Algo que refleja una creciente valoración por experiencias auténticas y el deseo de conexión con la cultura local y las prácticas tradicionales.

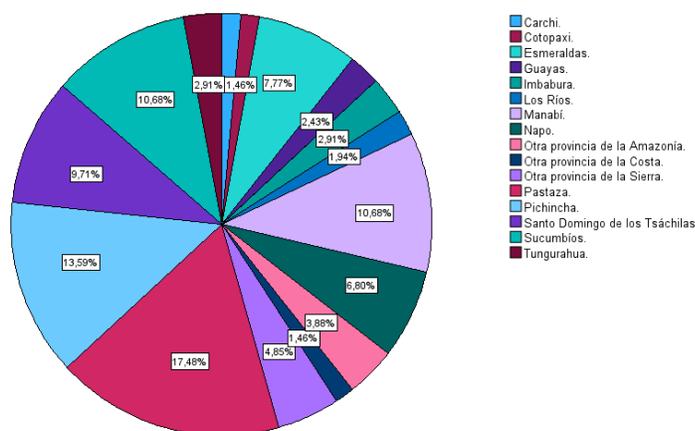
El ciclismo de montaña y las cabalgatas, aunque también muestran una preferencia hacia el nivel más alto de interés (108 y 97 respuestas respectivamente), presentan una distribución más equilibrada entre los diferentes niveles de valoración. De hecho, esto podría explicarse por los diferentes niveles de experiencia y condición física requeridos para estas actividades, así como por preferencias personales más marcadas.

Después de todo, a través del análisis del grado de interés en actividades de turismo rural, se logró identificar una clara tendencia hacia actividades que combinan la experiencia en la naturaleza con el aprendizaje y la inmersión cultural. Además, la notable preferencia por la observación de aves, seguida por actividades como senderismo y participación en actividades agrícolas, sugiere que los turistas buscan experiencias multifacéticas que les permitan no solo disfrutar del entorno natural, sino también comprender y participar en la vida rural.

3.1.6. Análisis de Comportamiento Turístico

Figura 8

Frecuencia de destinos turísticos visitados dentro de Ecuador.



Nota. La figura muestra la distribución porcentual y absoluta de las provincias visitadas por turistas en sus últimos viajes dentro del país. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Luego de un cruce de variables entre lugar de residencia y en qué provincia se encuentra el destino que visitaron los turistas en su último viaje por turismo dentro del país, se logró identificar que los residentes del centro de Quito destacan por su marcada preferencia hacia destinos amazónicos, como Pastaza (42,3%) y Sucumbíos (11,5%), en donde se nota que, desde el corazón urbano, existe un fuerte interés por escapar hacia la exuberancia de la selva, posiblemente motivado por la búsqueda de aventura, biodiversidad y experiencias culturales únicas. Sin embargo, llama la atención que destinos costeros como Manabí (5,8%) o Esmeraldas (5,8%) tengan una presencia menor, lo que indica que este grupo prioriza la naturaleza profunda sobre el relax playero.

Por su parte, los residentes del norte de Quito muestran un comportamiento más diversificado. Si bien tienen una presencia significativa en destinos amazónicos como Napo (11,3%), también optan por lugares cercanos como Pichincha (17,7%) y Santo Domingo de los Tsáchilas (11,3%), lo cual refleja un equilibrio entre la exploración de entornos naturales y la preferencia por destinos accesibles que permitan viajes cortos, ideales para escapadas de fin de semana. Además, su interés en "otras provincias de la Amazonía" (8,1%) sugiere una curiosidad por descubrir zonas menos convencionales, lo que podría estar vinculado a una mayor exposición a información turística o redes sociales que promueven destinos emergentes.

En el caso de los residentes del sur de Quito se observa una dualidad interesante: por un lado, muestran un interés notable por Manabí (19%), destino costero asociado a playas y gastronomía, y por otro, por Pastaza (16,7%), símbolo de la Amazonía ecuatoriana. En ese sentido, esta combinación revela un perfil turístico versátil, que busca tanto la desconexión en entornos naturales vírgenes como el disfrute de destinos tradicionales. Además, su visita a Pichincha (19%)

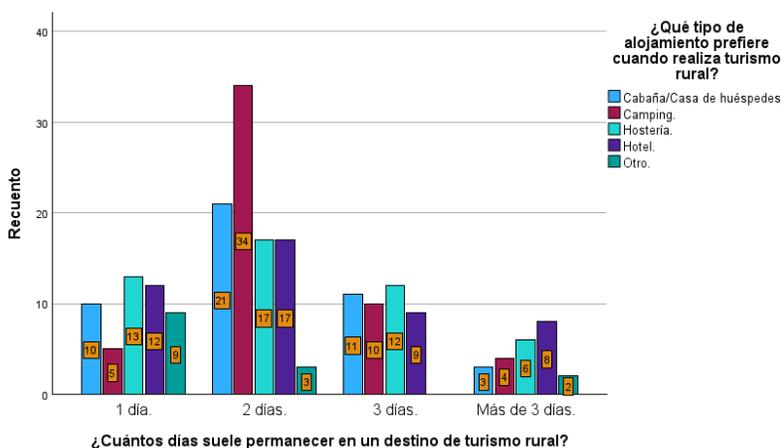
sugiere que valoran experiencias locales, como el turismo rural dentro de su propia provincia, lo que podría relacionarse con la búsqueda de proximidad y sostenibilidad.

En cuanto a los residentes de las zonas periurbanas, es decir, Sangolquí, Los Valles y Cumbayá, se destacan por su preferencia por Sucumbíos (20%), un destino amazónico, y por "otras provincias de la Sierra" (10%), lo que indica una inclinación hacia entornos montañosos y culturales. Además, este grupo parece valorar la diversidad geográfica, combinando la exploración de la Amazonía con destinos de la serranía ecuatoriana menos masificados. De igual forma, su preferencia por Manabí (6,7%) y Esmeraldas (6,7%) sugiere que, aunque menos frecuentes, los destinos costeros también forman parte de sus opciones, posiblemente para equilibrar la rutina con experiencias de relax.

Por otra parte, los turistas encuestados que manifestaron residir en otros lugares del país muestran comportamientos singulares, como una preferencia por Manabí (25%) y Pichincha (20%), lo que podría deberse a que, al residir en áreas menos centrales, priorizan destinos con infraestructura turística consolidada o que ofrecen una mayor variedad de servicios.

Figura 9

Relación entre la duración de la estadía y el tipo de alojamiento preferido en turismo rural.



Nota. La figura revela patrones sobre las necesidades, expectativas y estilos de viaje de los turistas. Además, muestra cómo la elección de un lugar para hospedarse está íntimamente ligada al tiempo que los visitantes desean permanecer en un destino rural. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Con relación a la duración de estadía de los turistas que realizan turismo rural, los datos indican que la mayoría de encuestados opta por quedarse 2 días, y aquí es donde el camping (64,2%) se convierte en la opción más popular, cuyo dato es revelador, ya que muestra que los visitantes que disponen de un poco más de tiempo buscan experiencias más conectadas con la naturaleza, donde el alojamiento mismo forme parte de la aventura. También, las cabañas/casas de huéspedes (46,7%) tienen una presencia significativa en este grupo, cosa que evidencia que este tipo de hospedaje es ideal para quienes buscan un equilibrio entre autenticidad y comodidad.

En cambio, aquellos visitantes que eligen quedarse solo 1 día, el tipo de alojamiento más frecuente es el hotel (26,1%), seguido de cerca por las hosterías (27,1%), demostrando esto que los viajeros que realizan escapadas rápidas priorizan la comodidad y los servicios básicos que ofrecen estos establecimientos, por lo que ellos no requieren una inversión de tiempo significativa en la búsqueda de experiencias más auténticas o inmersivas. Además, llama la atención que el camping (9,4%) tenga una presencia menor en este grupo, lo que indica que las estadías cortas no suelen asociarse con actividades al aire libre que demandan más tiempo y preparación.

Para aquellos que eligen quedarse 3 días, las hosterías (25%) y las cabañas/casas de huéspedes (24,4%) son las opciones más recurrentes, de modo que, este segmento busca de experiencias más prolongadas y enriquecedoras, en donde puedan sumergirse en el entorno rural sin renunciar a ciertas comodidades. Adicional, en este grupo, el camping con un 18,9% de aceptación, sigue siendo una opción para los más aventureros que valoran tanto la conexión con la naturaleza como la posibilidad de disfrutar de servicios adicionales.

En el caso de los turistas que permanecen más de 3 días, los hoteles (17,4%) y las hosterías (12,5%) son las opciones más elegidas, puesto que, los visitantes que optan por estadías prolongadas priorizan la comodidad y los servicios especializados que ofrecen estos establecimientos. Además, la presencia de "otros tipos de alojamiento" (14,3%) en este grupo indica que algunos turistas buscan opciones más exclusivas o personalizadas, como eco-lodges o alojamientos temáticos, que complementen su experiencia rural.

Tabla 4

Medios de información preferidos según lugar de residencia

¿A través de qué medios le gustaría informarse sobre ofertas de turismo rural?	Lugar de residencia											
	Centro de Quito.		Otro.		Quito norte.		Quito sur.		Sangolquí / Los Valles / Cumbayá.		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Agencias de viajes.	7	13,5%	1	5,0%	14	22,6%	1	2,4%	9	30,0%	32	15,5%
Páginas web especializadas.	3	5,8%	1	5,0%	15	24,2%	5	11,9%	5	16,7%	29	14,1%
Recomendaciones de amigos/familiares.	1	1,9%	10	50,0%	6	9,7%	3	7,1%	0	0,0%	20	9,7%
Redes sociales.	41	78,8%	8	40,0%	27	43,5%	33	78,6%	16	53,3%	125	60,7%
Total	52	100,0%	20	100,0%	62	100,0%	42	100,0%	30	100,0%	206	100,0%

Nota. La tabla muestra datos que no solo reflejan hábitos de consumo, sino también las dinámicas sociales y tecnológicas que influyen en la toma de decisiones turísticas. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

En base a la combinación de variables entre lugar de residencia del turista y los medios que prefieren para informarse sobre ofertas de turismo rural, se obtuvo datos que permitieron identificar que las redes sociales son el canal dominante en la mayoría de las zonas de Quito, especialmente en el centro y sur de la ciudad, además, estas cifras dieron a conocer la importancia de invertir en estrategias de marketing digital para llegar a estos públicos. Por su parte, en el norte de Quito y en áreas como Sangolquí, Los Valles y Cumbayá, las agencias de viajes y las páginas web especializadas tienen un papel relevante, lo cual indica la necesidad de mantener una presencia en estos canales.

No hay que olvidar que, las recomendaciones personales también influyen en ciertos grupos, ya que, en pequeña proporción los datos resaltan la importancia de fomentar experiencias memorables que impulsen el boca a boca.

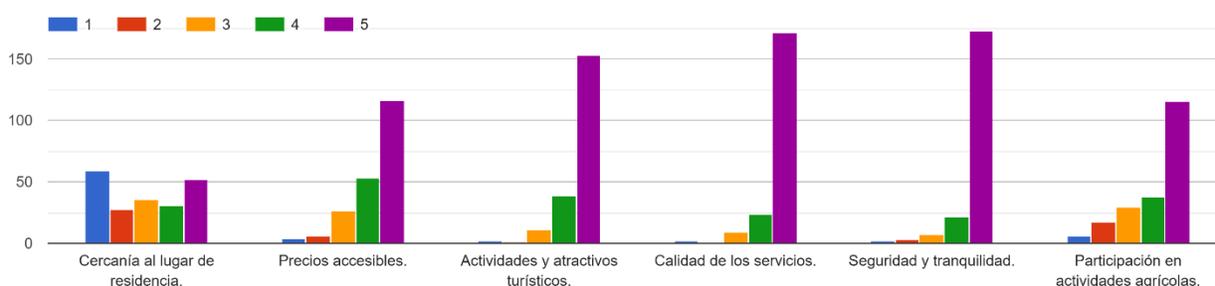
Así pues, dichos patrones no solo hablan de preferencias informativas, sino también de cómo las dinámicas sociales y tecnológicas moldean el comportamiento turístico. En ese sentido, las redes sociales, con su capacidad para ofrecer contenido visual y actualizado, se han convertido en el principal canal de información para la mayoría de los turistas, especialmente en zonas urbanas como el centro y sur de Quito. No obstante, en áreas como el norte de Quito y Sangolquí, donde las agencias de viajes y las páginas web especializadas tienen mayor relevancia, se observa una búsqueda de información más estructurada y confiable.

Por otro lado, el peso de las recomendaciones personales en ciertos grupos, como los clasificados en "Otro", nos recuerda que, incluso en la era digital, el boca a boca sigue siendo una herramienta poderosa, especialmente en comunidades donde las redes sociales no han desplazado por completo las formas tradicionales de comunicación, lo que subraya la importancia de las relaciones interpersonales en la construcción de confianza hacia destinos turísticos.

3.1.7. Factores Determinantes en la Elección de Destinos de Turismo Rural

Figura 10

Valoración de criterios decisivos para la selección de destinos en turismo rural.



Nota. La figura ilustra la valoración de diferentes aspectos considerados al elegir destinos rurales, donde la seguridad, calidad de servicios y actividades turísticas destacan con la máxima importancia, mientras que la cercanía al lugar de residencia muestra una distribución más heterogénea en las preferencias. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Al analizar los aspectos que influyeron en la elección de destinos de turismo rural, se evidenció que la seguridad y tranquilidad emergen como el factor más valorado, seguido muy de

cerca por la calidad de los servicios, lo que demuestra que los turistas priorizan su bienestar y comodidad por encima de otros aspectos. En consecuencia, esto sugiere una creciente exigencia por parte de los visitantes en cuanto a las condiciones básicas que debe ofrecer un destino rural.

En lo que se refiere a las actividades y atractivos turísticos, estos se posicionaron como el tercer elemento más valorado, lo que revela la importancia de contar con una oferta diversificada y atractiva en los destinos rurales. De manera interesante, los precios accesibles, aunque importantes, no se ubicaron entre los factores más críticos, sugiriendo que los turistas estaban dispuestos a pagar por experiencias que cumplieran con sus expectativas de calidad y seguridad.

En cuanto a la participación en actividades agrícolas, se evidenció una tendencia positiva, aunque más moderada, lo cual indica un interés significativo por experiencias auténticas y participativas en el entorno rural. Por otro lado, la cercanía al lugar de residencia presentó una distribución más dispersa en las valoraciones, siendo el único factor donde las opiniones se mostraron notablemente divididas, algo que indica que para la mayoría de los turistas la distancia no es un factor determinante al elegir un destino rural.

En tal caso, el análisis de la valoración de aspectos determinantes en la elección de destinos rurales permitió identificar que los turistas priorizaban fundamentalmente su seguridad y la calidad de los servicios, seguido por la diversidad de actividades disponibles, de igual manera, esta jerarquía de preferencias sugirió que el turismo rural había evolucionado más allá de ser una simple alternativa de ocio cercana, para convertirse en una experiencia que debía cumplir con estándares específicos de calidad y seguridad.

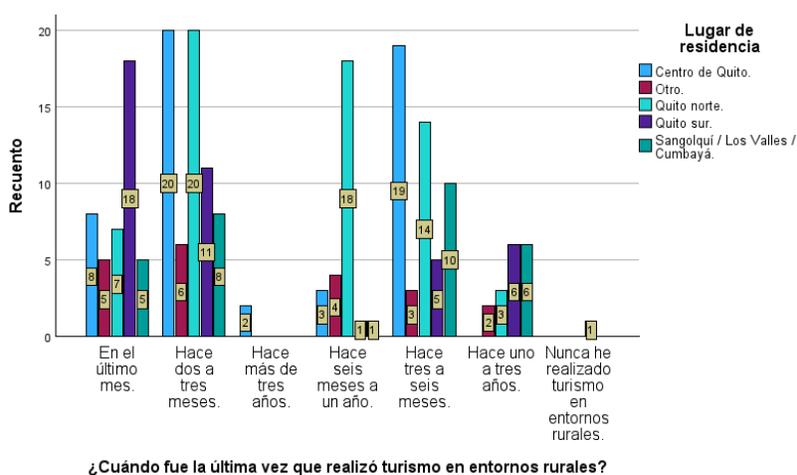
Además, estos hallazgos señalaron la importancia de desarrollar una oferta turística rural que no solo fuera atractiva en términos de actividades, sino que también garantizara las

condiciones necesarias para una experiencia satisfactoria y segura, independientemente de la distancia que los turistas debieran recorrer para alcanzar su destino.

3.1.8. Análisis de Frecuencia de Viajes hacia Destinos Turísticos Ubicados en Entornos Rurales

Figura 11

Frecuencia temporal de visitas a entornos rurales según el lugar de residencia de los turistas.



Nota. El gráfico muestra la distribución temporal de la última visita realizada a entornos rurales, segmentada por zonas de residencia en el Distrito Metropolitano de Quito y otras partes del país, evidenciando patrones diferenciados de frecuencia turística según la ubicación domiciliaria de los visitantes. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Al analizar la frecuencia de viajes hacia destinos turísticos rurales, se identificó que la mayoría de los turistas (31.6%) realizó su última visita "hace dos a tres meses", siendo particularmente notable en los residentes del Centro de Quito (38.5%) y Quito Norte (32.3%), lo que sugirió una tendencia regular de viajes hacia entornos rurales en estas zonas.

Otro hallazgo particularmente interesante emergió al observar que los residentes de Quito Sur mostraron una frecuencia más reciente en sus visitas, con un significativo 42.9% que realizó turismo rural "en el último mes", contrastando notablemente con otras zonas como Quito Norte

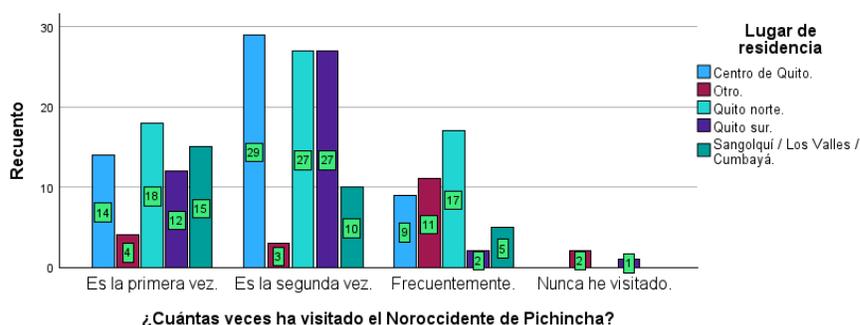
(11.3%) o el Centro de Quito (15.4%). Por lo tanto, esta disparidad podría atribuirse a factores como la proximidad a ciertos destinos rurales o diferentes patrones de preferencias recreativas.

La franja temporal de "hace tres a seis meses" también mostró una presencia importante (24.8% del total), con una distribución notable en zonas como el Centro de Quito (36.5%) y Sangolquí/Los Valles/Cumbayá (33.3%). Por otro lado, resultó revelador que solo un caso (0.5%) reportó nunca haber realizado turismo rural, y apenas un 1% indicó que su última visita fue hace más de tres años, lo que demostró una alta penetración de esta modalidad turística en la población estudiada.

Desde luego, a través de este análisis exhaustivo se logró identificar que el turismo rural se ha convertido en una práctica frecuente y sostenida entre los residentes del Distrito Metropolitano de Quito y otras regiones del país, con más del 75% de los encuestados realizando visitas en un período no mayor a seis meses. Además, las variaciones en la frecuencia según el lugar de residencia sugirieron la existencia de dinámicas particulares en cada zona, posiblemente influenciadas por factores socioeconómicos, de accesibilidad o culturales. Por lo tanto, es importante considerar la segmentación geográfica en el diseño de estrategias de promoción y desarrollo del turismo rural, adaptando las ofertas a los patrones de frecuencia y preferencias específicas de cada zona residencial.

Figura 12

Recurrencia de visitas al Noroccidente de Pichincha según zona de residencia.



Nota. El gráfico representa la distribución de la frecuencia de visitas al Noroccidente de Pichincha entre los residentes de distintas zonas del Distrito Metropolitano de Quito y otras partes del país, donde se evidencia una predominancia de segundas visitas, seguido por primeras experiencias en la zona. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

En cuanto al número de veces que han visitado los turistas al Noroccidente de Pichincha según el lugar de residencia, de manera significativa, se encontró que la mayor parte de ellos (46.6%) se encontraba en su segunda visita a la zona, siendo particularmente notable entre los residentes del Sur (64.3%) y Centro de Quito (55.8%), lo que indica una experiencia previa satisfactoria que motivó el retorno.

Por otra parte, se pudo observar que la mitad de los residentes de Sangolquí/Los Valles/Cumbayá (50%) se encontraba en su primera visita, contrastando con otras zonas donde los porcentajes de primeras visitas fueron significativamente menores. Esta particularidad podría atribuirse a la distancia geográfica o a patrones de descubrimiento gradual de nuevos destinos turísticos.

En cuanto a los visitantes frecuentes, destacó especialmente el caso de quienes residían en otro lugar (55%), seguidos por los habitantes de Quito Norte (27.4%), lo cual demuestra la existencia de vínculos más estrechos o mayor afinidad con la zona por parte de estos grupos. En contraste, Quito Sur mostró el menor porcentaje de visitantes frecuentes (4.8%), a pesar de su alto porcentaje de segundas visitas.

Después de todo, el análisis integrado de la frecuencia temporal y la recurrencia de visitas al Noroccidente de Pichincha permitió develar un panorama complejo y dinámico del turismo rural en la región. Por un lado, se evidenció una alta actividad turística reciente (últimos seis meses) en todas las zonas residenciales, y por otro, se observó una tendencia significativa hacia las segundas visitas, lo que sugirió un alto nivel de satisfacción con la experiencia inicial.

Asimismo, la combinación de estos patrones indicó que el Noroccidente de Pichincha no solo ha logrado atraer nuevos visitantes, sino también generar un interés sostenido que se traduce en visitas repetidas. Además, esta dualidad entre la captación de nuevos visitantes y la fidelización de los existentes señaló la importancia de desarrollar estrategias diferenciadas que atiendan tanto a la experiencia del primer visitante como a las expectativas más elaboradas de quienes retornan, considerando las particularidades y preferencias específicas de cada lugar de residencia.

3.1.9. Identificación de las Características Sociodemográficas y las Preferencias de Consumo de Turismo Rural de los Turistas Provenientes de Quito hacia el Noroccidente de Pichincha

A partir de los análisis anteriormente realizados, se logró perfilar de manera concreta al turista proveniente de Quito que se dirige al Noroccidente de Pichincha, cuyo perfil se describe de la siguiente manera. En primer lugar, en lo que corresponde a las características sociodemográficas, se observa que este segmento se compone en su mayoría de adultos en la etapa de madurez laboral, quienes han consolidado un nivel educativo superior y cuentan con una estabilidad económica que les permite disponer de recursos para viajes de calidad.

Asimismo, estos turistas se caracterizan por estar bien informados y tener una marcada inclinación hacia experiencias auténticas y enriquecedoras, lo que se refleja en su preferencia por destinos que ofrecen un fuerte componente cultural y natural. En efecto, se ha detectado que valoran no solo la belleza del paisaje rural, sino también la posibilidad de interactuar de manera directa con las comunidades locales y conocer sus tradiciones y costumbres, lo cual repercute en la selección de destinos turísticos que combinen confort, seguridad y un alto grado de autenticidad.

Tabla 5*Perfil sociodemográfico del turista rural proveniente de Quito*

Características sociodemográficas	Detalle específico
Etapa de vida	Adulto joven a adulto maduro, en plena etapa laboral.
Nivel educativo	Formación universitaria (pregrado y posgrado).
Estabilidad económica	Situación económica estable, con capacidad de gasto medio a alto.
Orientación cultural y social	Buscan experiencias enriquecedoras y auténticas, con alto interés en tradiciones locales y patrimonio cultural.

Nota. La tabla recoge la información específica que define al turista en términos de edad, formación, estabilidad económica y orientación cultural. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

En cuanto a las preferencias de consumo de turismo rural, los resultados indican que los visitantes de Quito buscan vivencias que integren el disfrute de la naturaleza, el aprendizaje de las tradiciones locales y la degustación de la gastronomía autóctona. Es común que por su etapa de vida y estabilidad económica estos turistas opten por actividades que les permitan explorar senderos naturales, participar en talleres o demostraciones de artesanías y conocer la historia y el patrimonio cultural de las comunidades situadas en el Noroccidente de Pichincha.

En esa misma línea, existe una marcada inclinación hacia productos turísticos que ofrezcan itinerarios integrales, combinando momentos de relajación con actividades de aventura y contacto directo con el entorno rural. Así, esta tendencia demuestra la importancia de diseñar productos turísticos que se enfoquen en la autenticidad de la experiencia y que, a la vez, respondan a las expectativas de calidad y personalización del servicio.

Tabla 6*Preferencias de consumo en turismo rural del visitante de Quito*

Principales preferencias de consumo	Detalle específico
Experiencia en la naturaleza	Valoración de entornos naturales, senderismo y actividades al aire libre.

Interacción con comunidades locales	Interés en conocer y participar en las tradiciones y costumbres de los pueblos rurales.
Oferta gastronómica autóctona	Preferencia por degustar platos y productos locales que reflejen la identidad de la zona.
Paquetes turísticos integrales	Demanda de itinerarios que combinen cultura, aventura y relax.

Nota. La tabla resume las motivaciones y actividades que definen la elección del turismo rural, resaltando la búsqueda de autenticidad, naturaleza y contacto cultural. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

En síntesis, los turistas provenientes de Quito que visitan el Noroccidente de Pichincha se definen por ser adultos jóvenes y adultos maduros con formación superior y estabilidad económica, que buscan en sus viajes experiencias integrales y auténticas, en las cuales la naturaleza, la cultura y la gastronomía local son elementos esenciales para una vivencia completa. Además, este perfil no solo permite orientar el desarrollo de productos turísticos que respondan a sus necesidades, sino que también abre la posibilidad de diseñar estrategias de marketing que destaquen la riqueza cultural y natural de la región, haciendo de cada experiencia un valor agregado que resuene con las expectativas de este público exigente.

3.2. Tendencias Actuales y Oportunidades de Innovación en el Turismo Rural del Noroccidente de Pichincha: Perspectivas de Actores Clave del Sector

En este apartado concerniente al segundo objetivo específico, se presentan análisis cualitativos desarrollados a partir de la información recopilada de las entrevistas dirigidas a actores clave del sector turístico del Noroccidente de Pichincha, que comprende los cantones San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito. En total, se entrevistó a 11 expertos con amplia trayectoria en el ámbito turístico, entre ellos representantes de entidades públicas, propietarios de emprendimientos turísticos y dirigentes gremiales.

Desde luego, estos análisis permitieron estudiar a profundidad las tendencias actuales del turismo rural, así como también las dinámicas y desafíos que presenta este sector, lo cual aportó

significativamente a la identificación de oportunidades de desarrollo de productos turísticos innovadores, que sean viables y puedan ofertarse de manera exitosa en el Noroccidente de Pichincha.

3.2.1. Evolución del Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha: Tendencias y Transformaciones

El turismo rural en el Noroccidente de Pichincha ha experimentado una serie de cambios a lo largo de los últimos años, influenciados por factores económicos, sociales, ambientales y sanitarios. A partir de los testimonios de los actores clave del sector turístico en San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito, se identifican patrones de desarrollo, desigualdades entre cantones y tendencias emergentes que han determinado la configuración actual del turismo rural en esta región.

A continuación, se presenta un análisis detallado de la evolución del turismo rural en la región.

3.2.1.1. Impacto de la Pandemia COVI-19 en el Turismo Rural.

Uno de los puntos de inflexión más destacados por los entrevistados es la pandemia de COVID-19 en 2020, la cual causó inicialmente una crisis en el sector turístico; sin embargo, al mismo tiempo impulsó un cambio significativo en la dinámica de la demanda del Noroccidente de Pichincha. En consecuencia, la reactivación económica posterior condujo a un notable crecimiento del turismo rural, principalmente debido a que los visitantes buscaban espacios abiertos y en contacto con la naturaleza.

Tabla 7

Impacto de la pandemia en el turismo rural del Noroccidente de Pichincha

Año	Situación del turismo rural
2019	Crecimiento sostenido, pero sin una organización homogénea.

2020	Paralización total debido a la pandemia (Cierre temporal de establecimientos turísticos). Mayor interés en la conservación y el ecoturismo.
2021	Inicio de la reactivación con enfoque en la naturaleza. Aumento del turismo interno debido a restricciones de movilidad internacional.
2022-2024	Crecimiento en la demanda de actividades turísticas al aire libre (turismo de naturaleza y aventura). Expansión del turismo en cantones con poca actividad previa como Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito.

Nota. La tabla muestra cómo la pandemia afectó al turismo rural en el Noroccidente de Pichincha, generando un cambio en la demanda y propiciando una reactivación enfocada en la naturaleza. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.1.2. Crecimiento Desigual del Turismo Rural

El desarrollo del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha ha sido heterogéneo. Por un lado, San Miguel de los Bancos, especialmente la parroquia rural de Mindo ha consolidado su oferta turística basada en el ecoturismo, la observación de aves y la conservación de bosques, mientras que, los cantones de Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito han experimentado un crecimiento más lento y menos estructurado.

Tabla 8

Diferencias en el desarrollo del turismo rural por cantón

Cantón	Nivel de desarrollo	Situación del turismo rural
San miguel de los Bancos (Mindo).	Alto.	Turismo consolidado en conservación, ecoturismo y aventura, declaración de reserva de la biosfera y certificaciones ambientales.
Pedro Vicente Maldonado.	Medio.	Crecimiento desordenado sin estrategias claras de desarrollo, debido a la carencia de organización e insuficiente inversión pública.
Puerto Quito.	Bajo-Medio.	Incremento reciente del turismo y mejoras en promoción y administración, pero con carencias estructurales.

Nota. Este cuadro refleja la desigualdad en la evolución del turismo rural dentro del Noroccidente de Pichincha, mostrando cómo algunos cantones han impulsado estrategias de desarrollo más efectivas que otros. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.1.3. Fortalecimiento de la Promoción y Capacitación.

En los últimos años, se ha observado un mayor esfuerzo en la promoción del turismo rural y en la capacitación de los actores involucrados. Según los testimonios, ha habido un incremento en la publicidad de destinos menos conocidos, así como en la formación de prestadores de servicios turísticos.

Sin embargo, algunos entrevistados consideran que la capacitación aún es insuficiente y que las certificaciones de buenas prácticas deben expandirse para mejorar la calidad del servicio y la sostenibilidad del turismo.

3.2.1.4. Creciente Conexión con la Capital y Nuevas Demandas del Turismo.

Otro aspecto relevante es el aumento del flujo de turistas provenientes de Quito, quienes buscan experiencias auténticas en la ruralidad, como resultado, esto ha llevado a un crecimiento de la demanda por experiencias inmersivas que incluyen actividades agroecológicas, gastronómicas y de naturaleza, tales como caminatas por senderos ecológicos, observación de aves e insectos y la participación en procesos productivos artesanales como la elaboración de chocolate.

3.2.1.5. Promoción y Capacitación sobre Turismo.

En los últimos años, se ha observado un incremento en la promoción del turismo de aventura y de experiencias. Según el Sr. Michael Alvarado y la Sra. Clara Jiménez, las iniciativas de publicidad han permitido que nuevas áreas naturales sean descubiertas por los turistas. Además, se han implementado capacitaciones dirigidas a prestadores de servicios turísticos, aunque aún existen brechas en el acceso a estos programas.

Tabla 9

Elementos claves en la evolución del turismo rural

Elemento	Descripción
Promoción.	Mayor difusión de atractivos naturales y actividades.
Capacitación.	Programas de formación en atención al cliente y sostenibilidad.

Nuevas tendencias. Crecimiento del turismo de experiencia, ecoturismo y agroturismo.

Nota. La tabla resume los factores que han incidido en la transformación del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha, destacando la promoción, capacitaciones y nuevas preferencias del turista. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.1.6. Participación de Actores Clave en el Turismo Rural.

La evolución del turismo rural también está determinada por la participación de diferentes actores clave que influyen en su desarrollo. Según las entrevistas, se han identificado los siguientes tipos de actores y su impacto en el sector:

Tabla 10

Actores clave según su rol en el turismo rural

Actor clave	Rol en el turismo rural
Gobiernos locales.	Desarrollo de infraestructura y regulación de actividades turísticas.
Emprendedores turísticos.	Creación de experiencias auténticas y diversificación de la oferta.
Comunidades locales.	Participación en turismo comunitario y conservación del entorno.
Cámaras y asociaciones de turismo.	Fortalecimiento de la promoción y articulación de actores.

Nota. Datos obtenidos de entrevistas con actores clave del sector turístico. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

En términos generales, el turismo rural en el Noroccidente de Pichincha ha evolucionado significativamente en los últimos años, impulsado en gran parte por la necesidad de espacios naturales tras la pandemia, el crecimiento de la promoción turística y los esfuerzos de conservación. Sin embargo, el desarrollo ha sido desigual, con Mindo consolidándose como un destino sostenible, mientras que el resto del cantón de San Miguel de los Bancos y los cantones Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito aún enfrentan desafíos en organización y oferta turística.

Además, es evidente que existe una creciente demanda por experiencias auténticas y en contacto con la naturaleza, lo que representa una oportunidad clave para el desarrollo del turismo rural en la región. No obstante, para garantizar un crecimiento sostenible y organizado, es

fundamental promover la capacitación y fomentar una mayor organización entre los prestadores de servicios, fortalecer la infraestructura y mejorar la calidad de la oferta turística, y promover estrategias de conservación que aseguren la protección de los recursos naturales.

Así, la evolución del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha presenta un panorama alentador, pero con retos claros que deben ser abordados para consolidar un modelo de turismo equitativo y sostenible en toda la región.

3.2.2. Atractivos y Experiencias Turísticas Rurales de Mayor Demanda en el Noroccidente de Pichincha

El Noroccidente de Pichincha es una región privilegiada por su biodiversidad y variedad de ecosistemas, lo que ha permitido el desarrollo de diversas experiencias turísticas rurales con alta demanda. En esta sección se presentan los principales atractivos y actividades que captan mayor interés por parte de los turistas nacionales e internacionales, con base en las entrevistas realizadas a actores clave del sector turístico.

3.2.2.1. Aviturismo y Observación de Fauna Silvestre.

El aviturismo es una de las actividades más destacadas en la región, especialmente en Mindo y otras reservas naturales de San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito. La diversidad de especies de aves, incluyendo colibríes y tucanes, atrae a un nicho de turistas especializados. Además, en los últimos años ha cobrado relevancia la observación de anfibios y reptiles, ampliando la oferta de turismo de naturaleza.

3.2.2.2. Cascadas, Ríos y Balnearios Naturales.

Los cuerpos de agua representan uno de los mayores atractivos del Noroccidente de Pichincha. Las cascadas del Amor, Shishink, Macallares, El Silencio, Del Caimán, Los Helechos, Verdes y Azul, junto con balnearios como el balneario del Canelo, La Playita y otros ubicados a

las orillas del río Caoní y río Culebritas, son sitios frecuentados por turistas en busca de experiencias de contacto con la naturaleza. Además, algunos de estos espacios permiten la práctica de actividades como el canyoning, Kayak y el tubing.

3.2.2.3. Turismo de Aventura.

La geografía de la región favorece la realización de deportes extremos como:

- **Tubing:** Descenso en boyas por ríos, especialmente en Mindo y los cantones de Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito.
- **Canopy y tarabitas de montaña:** Atractivos que permiten recorrer grandes extensiones de bosque desde las alturas, cuyo deporte se ofrece principalmente en Mindo.
- **Canyoning:** Descenso en cascadas mediante cuerda, con alta demanda en Mindo y otras cascadas situadas en el Noroccidente de Pichincha como las del Amor, Shishink y Azul.
- **Ciclismo de montaña y cabalgatas:** Rutas organizadas en sectores como Milpe y la comunidad 23 de Junio.

3.2.2.4. Turismo Comunitario y Gastronómico.

El turismo comunitario ha ganado interés, con experiencias donde los visitantes pueden conocer sobre prácticas agrícolas y degustar productos locales como cacao, café y palmito. Así, Pedro Vicente Maldonado, declarado "Capital Mundial del Palmito", está impulsando rutas de turismo agroalimentario y gastronómico, mientras que Puerto Quito y San Miguel de los Bancos (comunidades con clima cálido) están ofertando rutas del cacao, sin olvidar que Mindo ofrece recorridos por mariposarios.

3.2.2.5. Experiencias Nocturnas en la Naturaleza.

Varios entrevistados coinciden en que el Noroccidente de Pichincha en los últimos años ha desarrollado actividades innovadoras como las caminatas nocturnas para la observación de anfibios y reptiles, que ofrecen una experiencia distinta a los turistas, potenciando la interpretación de la biodiversidad en pequeños ecosistemas.

Tabla 11

Tipo de turismo y su demanda en el Noroccidente de Pichincha

Tipo de turismo	Actividades principales	Ubicación	Tipo de turista
Aviturismo y observación de fauna.	Avistamiento de aves, observación de colibríes, caminatas nocturnas (Observación de anfibios y reptiles).	San Miguel de los Bancos (Mindo), Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito.	Extranjero y nacional (Naturalista, científico).
Turismo de aventura.	Canopy, ciclismo de montaña, tarabitas, canyoning y tubing.	San Miguel de los Bancos (Mindo), Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito.	Aventurero, naturalista.
Turismo comunitario y gastronómico.	Experiencia con cultivos de cacao, café y palmito.	Comunidades de San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito.	Aventurero, Gastronómico, cultural.

Nota. La tabla muestra las principales actividades turísticas, según el tipo de turista que visita el Noroccidente de Pichincha. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Recapitulando, los resultados obtenidos reflejan que la demanda turística en el Noroccidente de Pichincha está fuertemente ligada a su biodiversidad y entorno natural, en esa misma línea, el aviturismo, el turismo de aventura y las actividades en ríos y cascadas lideran la preferencia de los visitantes, además de las caminatas nocturnas y el turismo gastronómico vinculado a la producción local que han surgido como tendencias innovadoras.

Asimismo, el crecimiento del turismo comunitario y sostenible sugiere la necesidad de fortalecer la oferta con infraestructura adecuada y estrategias de conservación, garantizando así un

equilibrio entre la actividad turística y la preservación del medio ambiente. Por ello, la colaboración entre actores locales y la implementación de estrategias de promoción pueden potenciar aún más la demanda, consolidando al Noroccidente de Pichincha como un destino de turismo rural competitivo a nivel nacional e internacional.

3.2.3. Cambios en el Perfil y las Preferencias de los Turistas que Visitan el Noroccidente de Pichincha

El perfil de los turistas que visitan la zona rural del Noroccidente de Pichincha ha experimentado transformaciones significativas en los últimos años, puesto que, según varios entrevistados, factores como la pandemia de la COVID-19, la seguridad, las tendencias de turismo ecológico y el crecimiento del turismo nacional han cambiado la forma de pensar y actuar de los visitantes. A continuación, se presentan los principales hallazgos:

3.2.3.1. De un Turismo Masivo a un Turismo más Consciente y Consumidor.

Los entrevistados coinciden en que anteriormente predominaba un turismo de masas, caracterizado por visitantes que llegaban a los ríos y realizaban actividades de recreación sin un consumo significativo en la economía local, pero hoy en día el panorama ha cambiado, ya que ahora los turistas que nos visitan son más exigentes y consumidores, y, se muestran más interesados en la gastronomía local, la cultura y la exploración de los destinos.

3.2.3.2.2. Reducción del Turismo Internacional y Crecimiento del Turismo Nacional.

Algunos entrevistados mencionaron que, en Mindo, por ejemplo, ha habido una disminución en la llegada de turistas extranjeros, lo que ha afectado a las empresas turísticas. En contraste, el turismo nacional ha incrementado su presencia, aunque su nivel de gasto es menor en comparación con el turista internacional.

3.2.3.3.3. Cambio en el Comportamiento del Turista Nacional.

Antes de la pandemia, el turista ecuatoriano tenía una reputación negativa respecto al cuidado del entorno. Sin embargo, tras la crisis sanitaria, ha mostrado un cambio positivo en su actitud, preocupándose más por la limpieza, el respeto a la naturaleza y las normas del destino.

3.2.3.4. Mayor Interés por el Avistamiento de Aves y la Biodiversidad.

El Noroccidente de Pichincha, en particular Mindo, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito, ha sido reconocido por su biodiversidad y atractivo para el aviturismo, por lo cual, la observación es considerado un gran factor motivador para el turismo en la región, atrayendo tanto a nacionales como a extranjeros.

3.2.3.5.5. Preferencia por la Naturaleza, la Tranquilidad y el Turismo Rural.

A través de las perspectivas brindadas de los actores clave entrevistados, se logró determinar que los turistas actuales buscan lugares alejados del bullicio urbano, con entornos naturales y opciones de descanso, además, se identificó un interés creciente en los visitantes por los productos orgánicos, el ecoturismo y el contacto con la comunidad local.

3.2.3.6.6. Impacto de la Inseguridad en las Preferencias Turísticas

El contexto de inseguridad en el país ha provocado que los turistas prefieran destinos rurales con menor riesgo de delincuencia, lo ha hecho que el turismo comunitario gané popularidad por ser considerado más seguro.

3.2.3.7. Cambio de Percepción de la Región como Destino de Pernoctación.

Históricamente, los cantones San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito eran considerados destinos de paso, aunque hoy en día la tendencia indica que cada vez más turistas deciden pernoctar en la región, gracias a su clima agradable y diversidad de atractivos naturales.

Tabla 12

Principales cambios en el perfil y preferencias de los turistas

Aspecto	Antes	Ahora
Tipo de turismo	Turismo masivo y recreacional.	Turismo más consciente y consumidor.
Procedencia.	Predominio del turismo internacional.	Mayor presencia de turismo nacional.
Comportamiento.	Escasa conciencia ambiental.	Mayor preocupación por la limpieza y conservación.
Intereses.	Ríos y recreación general.	Ecoturismo, gastronomía, avistamiento de aves.
Preferencia de alojamiento.	Estadías cortas o excursiones.	Pernoctación en cabañas y eco-lodges.
Seguridad.	Menor preocupación por la inseguridad.	Preferencia por destinos rurales seguros.

Nota. La siguiente tabla resume los principales cambios observados en el comportamiento de los turistas que visitan la región. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Desde luego, el Noroccidente de Pichincha ha experimentado una transformación significativa en el perfil y las preferencias de sus turistas, dado que, se ha pasado de un turismo masivo con menor impacto económico a un turismo más consciente, que valora la gastronomía, la biodiversidad y el contacto con la naturaleza. Además, la pandemia y la inseguridad han modificado la percepción del turismo nacional, haciendo que los turistas busquen destinos más seguros, cercanos y sustentables.

En efecto, estos cambios representan oportunidades para los actores turísticos locales, quienes pueden enfocar sus estrategias en ofrecer experiencias auténticas, sostenibles y seguras. Inclusive, la promoción del aviturismo, el ecoturismo y la gastronomía local pueden consolidar al Noroccidente de Pichincha como un destino atractivo tanto para nacionales como extranjeros. Por tal razón, el incremento en las estadías y el interés por el turismo rural sugieren un potencial crecimiento en la economía turística de la región.

3.2.4. Recursos y Atractivos Turísticos Subaprovechados con Alto Potencial de Desarrollo en el Noroccidente de Pichincha

El Noroccidente de Pichincha es una región privilegiada por su diversidad natural y cultural, sin embargo, diversos actores del sector turístico coinciden en que ciertos recursos y atractivos aún no han sido explotados en su máximo potencial. Seguidamente, se presenta un análisis detallado de los elementos que podrían dinamizar el turismo rural en la zona.

3.2.4.1. Turismo Agroecológico: El Cacao, el Café y el Palmito como Experiencias Turísticas.

Diversos entrevistados resaltaron que productos como el cacao, el café y el palmito son elementos con un gran potencial para el desarrollo del turismo agroecológico. Si bien existen fincas en la región que producen estos cultivos, no todas han logrado integrar experiencias turísticas que permitan a los visitantes conocer de primera mano los procesos productivos y, consecuentemente, participar activamente en ellos.

Tabla 13

Potencial del turismo agroecológico en el Noroccidente de Pichincha

Producto	Situación actual	Potencial de desarrollo
Cacao.	Cultivo con enfoque netamente productivo. Algunas fincas ofrecen experiencias limitadas.	Desarrollo de rutas turísticas especializadas en el proceso del cacao, desde la siembra hasta la elaboración de chocolate artesanal.
Café.	emprendimientos en Mindo que ofrecen degustaciones, pero con una promoción limitada.	Creación de experiencias inmersivas donde los turistas puedan participar en la cosecha y tostado del café.
Palmito.	Cultivo tradicional sin explotación turística significativa.	Implementación de recorridos en fincas para conocer el proceso de producción y degustar platos elaborados con palmito fresco.

Nota. La tabla muestra el estado actual y las oportunidades de desarrollo del turismo agroecológico en el Noroccidente de Pichincha. Elaborada por el autor (2025).

3.2.4.2. Turismo de Naturaleza: Observación de Aves y Cicloturismo.

A pesar de que el Noroccidente de Pichincha forma parte de la Reserva de Biósfera del Chocó Andino y cuenta con dos Áreas de Importancia para la Conservación de Aves (IBAs), el aviturismo no ha sido desarrollado a gran escala. Similarmente, el cicloturismo posee un enorme potencial gracias al clima favorable y la riqueza paisajística de la zona, pero carece de infraestructura especializada.

Tabla 14

Aviturismo y cicloturismo en el Noroccidente de Pichincha

Actividad	Descripción	Potencial de desarrollo
Aviturismo.	Existen zonas con alta biodiversidad ornitológica, pero son poco promocionadas.	Creación de rutas especializadas y capacitación a guías locales.
Cicloturismo.	No hay infraestructura específica ni promoción a gran escala de la actividad.	Implementación de circuitos y senderos con diferentes niveles de dificultad.

Nota. La tabla presenta las oportunidades de fortalecimiento del aviturismo y cicloturismo como parte del turismo de naturaleza en la región. Elaborada por el autor (2025).

3.2.4.3. Turismo de Aventura y Ecoturismo: Cascadas, Senderismo y Camping.

Las cascadas son uno de los atractivos más representativos del Noroccidente de Pichincha, pero no todas han sido aprovechadas turísticamente más allá de su uso como escenarios fotográficos. Además, las actividades como senderismo, camping y deportes de aventura tienen un margen de mejora significativo para generar experiencias más enriquecedoras.

Tabla 15

Recursos naturales con potencial para turismo de aventura

Recurso	Situación actual	Potencial de desarrollo
Cascadas.	Algunas han sido adaptadas para canyoning, pero otras permanecen sin infraestructura turística.	Creación de circuitos guiados y promocionados a nivel nacional e internacional.

Senderos.	Senderos existentes, pero sin una adecuada señalización o información interpretativa.	Desarrollo de rutas con información ambiental y guianza especializada.
Camping.	Escasos espacios seguros y equipados para acampar.	Creación de zonas designadas con servicios básicos para los turistas.

Nota. La tabla muestra los recursos naturales con potencial para el desarrollo del turismo de aventura y ecoturismo en la región. Elaborada por el autor (2025).

En todo caso, el Noroccidente de Pichincha posee un vasto repertorio de recursos naturales y culturales que, aunque han sido aprovechados en cierta medida, presentan oportunidades de crecimiento significativo en el contexto del turismo rural, entre ellos, el turismo agroecológico basado en el cacao, café y palmito pueden convertirse en un atractivo diferenciador, mientras que el aviturismo y cicloturismo pueden potenciarse con infraestructura y capacitación. Además, el turismo de aventura y ecoturismo, especialmente el senderismo y camping, requieren estrategias de desarrollo para atraer un mayor número de visitantes.

De hecho, el aprovechamiento de estos recursos no solo contribuiría a la diversificación de la oferta turística de la región, sino que también beneficiaría a las comunidades locales, promoviendo un desarrollo sostenible y equitativo, por lo cual, para lograrlo es fundamental el trabajo conjunto entre los actores del sector turístico, gobiernos locales y comunidades, de manera que se implementen estrategias de capacitación, infraestructura y promoción para consolidar estos productos en el mercado turístico nacional e internacional.

3.2.5. Desafíos en el Desarrollo del Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha

El turismo rural en el Noroccidente de Pichincha enfrenta diversos desafíos que limitan su crecimiento sostenible y su consolidación como una actividad económica clave en la región. A partir de las entrevistas realizadas a los actores del sector, se han identificado múltiples problemáticas que afectan el desarrollo turístico, las cuales pueden agruparse en seis categorías principales: (1) falta de apoyo económico y capacitación, (2) inseguridad y crisis económica, (3)

deficiente promoción y publicidad, (4) deterioro ambiental y expansión urbana descontrolada, (5) deficiencias en infraestructura vial y conectividad, y (6) fragmentación entre los actores turísticos. Más adelante se analiza cada uno de estos desafíos con base en las opiniones de los entrevistados.

3.2.5.1. Escaso Apoyo Económico y Capacitación.

El limitado acceso a financiamiento y la escasa capacitación son barreras significativas para el desarrollo del turismo rural, es así que muchos emprendedores operan de manera empírica, sin el conocimiento técnico necesario para optimizar sus negocios y mejorar la experiencia del turista. Además, la ausencia de políticas de apoyo gubernamental, como subsidios, préstamos accesibles o asesoría especializada, dificulta la consolidación de emprendimientos turísticos sostenibles.

Tabla 16

Impacto de la falta de apoyo económico y capacitación en el turismo rural

Factor	Consecuencia
Falta de financiamiento.	Dificultad para iniciar o mejorar emprendimientos turísticos.
Falta de capacitación.	Prestación de servicios no estandarizados y de menor calidad.
Escaso acompañamiento técnico.	Implementación deficiente de estrategias de crecimiento.

Nota. La tabla indica cómo la falta de recursos y capacitación influye directamente en la calidad y sostenibilidad del turismo rural. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.5.2. Inseguridad y Crisis Económica.

La crisis de inseguridad que afectó al país en los últimos años generó un clima de temor entre los turistas, lo que redujo significativamente la demanda de servicios turísticos. Además, la inestabilidad económica ha impactado negativamente en el poder adquisitivo de los turistas potenciales y en la capacidad de inversión de los prestadores de servicios.

Tabla 17*Relación entre inseguridad y afectación al turismo*

Tipo de Inseguridad	Efecto sobre el Turismo
Robos.	Disminución de turistas por temor a ser asaltados.
Ataques a negocios turísticos y extorsiones.	Cierre de establecimientos.
Inseguridad en las carreteras.	Menor flujo de turistas a zonas rurales

Nota. La tabla muestra de manera simplificada cómo la crisis de inseguridad en el país ha afectado al turismo rural, especialmente en el Noroccidente de Pichincha. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.5.3. Deficiente Promoción y Publicidad.

A pesar del potencial turístico del Noroccidente de Pichincha, las insuficientes estrategias de promoción limitan la atracción de turistas, ya que la carencia de campañas de marketing y publicidad tanto a nivel nacional como internacional ha provocado que destinos como Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito sean percibidos como lugares de paso y no como sitios de estancia prolongada.

3.2.5.4. Deficiencias en Infraestructura Vial y Conectividad.

La vía "Mitad del Mundo - Río Blanco", es una arteria vial vital en el Noroccidente de Pichincha, a pesar de su grado de importancia presenta problemas de mantenimiento y estrechez, lo que limita en gran proporción el acceso de turistas y encarece el transporte, ya que por tramos de la carretera que se encuentran en mal estado se gasta tiempo y dinero. Además, la señalética vial y de información turística es casi inexistente, lo que quita la visibilidad de atractivos potenciales situados en las zonas rurales de esta región.

3.2.5.5. Fragmentación entre los Actores Turísticos.

Otro gran obstáculo en el desarrollo del turismo rural del Noroccidente de Pichincha es la descoordinación entre los sectores público y privado, lo que ha derivado en la ejecución de

proyectos aislados, reduciendo la eficiencia en la gestión turística y desaprovechando oportunidades de desarrollo conjunto.

Concretizando, el turismo rural en el Noroccidente de Pichincha tiene un enorme potencial de desarrollo, sin embargo, enfrenta desafíos estructurales que requieren atención inmediata, como es el caso de la falta de financiamiento y capacitación, que limita el crecimiento de los emprendimientos, asimismo la inseguridad y la crisis económica desincentivan la visita de turistas. Además, la carencia de estrategias de promoción y la escasa inversión en infraestructura impiden un mayor posicionamiento de la región como destino turístico sostenible.

Por ello, para superar estos obstáculos es fundamental fortalecer la colaboración entre el sector público y privado, implementar políticas de apoyo financiero y capacitación, así como desarrollar estrategias de marketing especializadas que permitan atraer más turistas y generar un impacto positivo en la economía local. De hecho, desarrollar un enfoque integral y sostenible permitirá consolidar al Noroccidente de Pichincha como un referente del turismo rural en Ecuador.

3.2.6. Tendencias Innovadoras en Turismo Rural que Podrían Adaptarse al Noroccidente de Pichincha

3.2.6.1. Implementación del Turismo Comunitario y Vivencial.

Uno de los aspectos clave mencionados por los entrevistados es el turismo comunitario y vivencial, en el que se ha observado que, en otras regiones del Ecuador, especialmente en la Sierra y la Amazonía, este tipo de turismo ha sido desarrollado con éxito. Mientras que, en el Noroccidente de Pichincha, existen iniciativas incipientes, como en la comunidad 23 de Junio (San Miguel de los Bancos), donde se busca integrar a los visitantes en actividades como la producción de panela y ganadería.

Tabla 18

Actividades de turismo comunitario a adaptarse en el Noroccidente de Pichincha

Región de Referencia	Actividades de turismo comunitario	Aplicabilidad en el Noroccidente de Pichincha
Sierra ecuatoriana.	Elaboración de textiles, producción de panela, senderismo guiado por pobladores locales.	Iniciativas en la comunidad 23 de Junio y otras fincas.
Amazonía ecuatoriana.	Agroexperiencias con cafetaleros y productores locales	Posible adaptación en fincas con producción local.

Nota. La tabla presenta ejemplos de actividades de turismo comunitario que podrían fortalecerse en el Noroccidente de Pichincha. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.6.2. Fortalecimiento de la Promoción Turística.

La promoción turística es un factor determinante para la atracción de visitantes, en donde, se han destacado países como Costa Rica y México, los cuales han implementado estrategias de promoción altamente efectivas. En este sentido, se considera que el Noroccidente de Pichincha podría beneficiarse de estas estrategias de promoción internacional adaptadas a sus recursos.

A continuación, se muestra una tabla con las principales estrategias de promoción implementadas en Costa Rica y México:

Tabla 19

Comparación de estrategias de promoción

Destino	Estrategias de promoción	Posible adaptación
Costa Rica.	Inversión en marketing digital, alianzas con aerolíneas.	Elevar el uso de redes sociales y la creación de videos promocionales.
México.	Campañas internacionales, certificaciones de calidad.	Desarrollo de marca turística local.

Nota. La tabla compara estrategias de promoción de destinos exitosos con el potencial de aplicación en el Noroccidente de Pichincha. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.6.3. Capacitación y Formación para la Calidad del Servicio.

La capacitación continua de los actores turísticos es un aspecto fundamental para el desarrollo del turismo rural. En este sentido, se ha mencionado que, en Costa Rica, la formación constante en calidad de servicio y atención al turista ha sido clave para su éxito, experiencia que podría ser replicada en otros destinos, como en el Noroccidente de Pichincha, en donde, se podría trabajar en programas de capacitación en idiomas y servicio al cliente para mejorar la experiencia del visitante.

3.2.6.4. Uso de Tecnología en la Experiencia del Turista.

El uso de tecnología, particularmente de cámaras GoPro para registrar las experiencias de los visitantes, es una tendencia innovadora que se ha observado con éxito en destinos como México. En efecto, esta estrategia de marketing experiencial podría ser implementada en las diversas actividades de aventura y naturaleza que ofrece el Noroccidente de Pichincha, permitiendo así que los turistas documenten y compartan sus vivencias, lo cual contribuiría a la promoción orgánica del destino.

3.2.6.5. Turismo Basado en la Producción Local.

La integración exitosa entre la producción local y la oferta turística se evidencia en casos ejemplares como Salinas de Guaranda, donde los visitantes no solo observan, sino que participan activamente en los procesos de producción y comercialización de productos locales, generando así una experiencia turística más enriquecedora. De manera similar, esta estrategia podría aplicarse en el Noroccidente de Pichincha, aprovechando especialmente la tradicional producción de panela, café, chocolate y otros productos autóctonos, lo cual no solo diversificaría la oferta turística, sino que también fortalecería la economía local y la preservación de saberes ancestrales.

3.2.6.6. Creación de Parques Rurales.

La implementación de parques rurales, como los exitosamente establecidos en las Islas Canarias, podría representar una valiosa oportunidad para diversificar la oferta turística del Noroccidente de Pichincha, ya que estos espacios permiten combinar la conservación ambiental con actividades recreativas y educativas. Sin embargo, se reconoce que este tipo de iniciativas requieren una alta inversión inicial y una cuidadosa planificación estratégica que contemple aspectos como el manejo sostenible de recursos, la participación comunitaria y el desarrollo de infraestructura adecuada al entorno natural.

Así pues, el análisis de las tendencias innovadoras observadas en diversos destinos internacionales evidencia que el Noroccidente de Pichincha posee un extraordinario potencial para fortalecer su turismo rural mediante la adopción y adaptación de estrategias que han demostrado ser exitosas. Específicamente, la implementación del turismo comunitario y vivencial emerge como una herramienta fundamental para potenciar la identidad local y ofrecer experiencias auténticas a los visitantes, mientras que la promoción turística eficiente y el fortalecimiento continuo de las capacidades de los actores del sector se presentan como pilares fundamentales para impulsar el desarrollo sostenible de la región.

En esta misma línea, la incorporación estratégica de tecnología en la experiencia del turista, particularmente a través del uso de cámaras GoPro y estrategias de marketing digital, podría catapultar la visibilidad y atractivo del destino a nivel nacional e internacional. De manera complementaria, la integración planificada de la producción local en la oferta turística no solo permitiría diversificar los ingresos de las comunidades, sino que también contribuiría significativamente a la sostenibilidad económica y la preservación de las tradiciones productivas de la zona.

Si bien es cierto que algunas de estas tendencias innovadoras, como la creación de parques rurales, requieren inversiones significativas, su desarrollo podría planificarse estratégicamente a mediano y largo plazo mediante la consolidación de alianzas público-privadas y el apoyo decidido de instituciones gubernamentales. Por lo cual, el aprovechamiento inteligente y sistemático de estas tendencias, junto con el compromiso de todos los actores involucrados, posicionaría al Noroccidente de Pichincha como un referente indiscutible en turismo rural sostenible en Ecuador, sentando las bases para un modelo de desarrollo turístico que armonice la conservación ambiental, el bienestar comunitario y la experiencia del visitante.

3.2.7. El Impacto de la Tecnología en el Desarrollo del Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha

En la era digital contemporánea, la tecnología se ha convertido en un pilar fundamental que revoluciona el desarrollo del turismo a nivel mundial. Su influencia transformadora en el turismo rural es cada vez más significativa, pues no solo facilita la promoción de destinos y mejora la gestión integral de servicios, sino que también democratiza el acceso a mercados internacionales, creando nuevas oportunidades de crecimiento para las comunidades rurales. En este contexto, se analiza la percepción de los actores clave del sector turístico en el Noroccidente de Pichincha sobre cómo la tecnología está impactando y podría influir en el desarrollo del turismo rural en la región.

3.2.7.1. Influencia de la Tecnología en la Promoción Turística.

Los actores entrevistados coinciden en señalar el impacto transformador de las redes sociales y las plataformas digitales en la promoción de destinos y emprendimientos turísticos rurales. Un ejemplo paradigmático es el caso de Mindo, destino que ha logrado capitalizar estratégicamente estas herramientas tecnológicas para aumentar su visibilidad y atraer un flujo

constante de turistas nacionales e internacionales. Sin embargo, esta realidad contrasta significativamente con otras localidades de la región, como Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito, donde se evidencia una brecha digital manifestada en la ausencia de estrategias de marketing digital efectivas y en el limitado aprovechamiento de las plataformas disponibles.

Tabla 20

Principales plataformas digitales y su efecto en la promoción turística

Aspecto	Efecto en la promoción
Redes sociales (TikTok, Instagram, Facebook).	Incremento del alcance y visibilidad de destinos.
Plataformas de reserva en línea (Booking, TripAdvisor).	Mayor accesibilidad para turistas nacionales e internacionales.

Nota. La tabla muestra el efecto y alcance de las redes sociales y plataformas de reserva en línea en la promoción de destinos turísticos. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.7.2. Mejora en la Eficiencia Operativa y Gestión Turística.

La digitalización de procesos operativos también ha sido mencionada como un factor clave que está transformando significativamente la gestión de los establecimientos turísticos en la región. Algunos emprendimientos han implementado tecnologías como sistemas de pedidos digitales a través de tabletas en restaurantes y aplicaciones de reserva en línea para hospedajes, lo que ha resultado en una notable reducción de errores operativos, una optimización en los tiempos de servicio y una mejora sustancial en la experiencia integral del cliente.

Tabla 21

Innovaciones tecnológicas en la operación turística

Tecnología	Beneficio
Uso de tabletas en restaurantes.	Agiliza pedidos y mejora la atención al cliente.
Plataformas de reserva online.	Facilita la gestión de hospedajes y reservas.
Realidad aumentada en experiencias turísticas.	Añade valor a las actividades de interpretación cultural y ambiental.

Nota. La adopción de tecnología operativa en el turismo rural mejora la eficiencia, pero su implementación puede ser costosa para pequeños emprendimientos. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.7.3. Barreras y Desafíos en la Aplicación de Nuevas Tecnologías.

A pesar de sus evidentes beneficios, la implementación de tecnología en el contexto del turismo rural presenta desafíos significativos que requieren atención prioritaria. Los actores entrevistados señalan como principales obstáculos el elevado costo de implementación de sistemas digitales y la pronunciada brecha de conocimientos tecnológicos entre los propietarios de pequeños negocios. Esta situación se ve agravada por la limitada disponibilidad de programas de capacitación específicos en herramientas digitales y, en algunas zonas, por la insuficiente infraestructura de conectividad, lo que dificulta el aprovechamiento óptimo de las soluciones tecnológicas disponibles en el mercado.

Tabla 22

Obstáculos en la adopción tecnológica en el turismo rural

Barrera	Descripción
Escasa capacitación.	Los emprendimientos turísticos de zonas rurales del Noroccidente de Pichincha no tienen suficientes conocimientos sobre el uso de tecnologías digitales.
Costos elevados.	Implementar tecnología como realidad aumentada o desarrollo web puede ser costoso.
Dependencia de plataformas externas	Las altas comisiones de Booking y otras plataformas afectan la rentabilidad.

Nota. Información recopilada de entrevistas a actores clave del sector turístico. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

En síntesis, el análisis de las respuestas de los entrevistados evidencia que la tecnología juega un papel determinante en el desarrollo del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha. En primer lugar, su impacto positivo se refleja en la promoción digital, la optimización de procesos y la posibilidad de atraer un mayor número de turistas. No obstante, también se presentan desafíos

significativos, como la falta de capacitación, los altos costos de implementación y la dependencia de plataformas externas que reducen la rentabilidad de los negocios locales.

Por tal razón, es fundamental que las autoridades locales y los actores del sector implementen estrategias de capacitación y apoyo financiero para que los emprendimientos turísticos puedan adoptar tecnologías de manera efectiva. Además, el desarrollo de una plataforma nacional de reservas podría disminuir la dependencia de sistemas internacionales, favoreciendo así a los operadores turísticos locales. Del mismo modo, el uso responsable de la tecnología debe ser promovido para evitar malas prácticas y garantizar una experiencia auténtica y de calidad para los turistas, lo que resultaría en una gran oportunidad para el turismo rural, aunque su implementación debe ir acompañada de políticas adecuadas y un enfoque sostenible.

3.2.8. El Rol de las Comunidades Locales en el Desarrollo del Turismo Rural y Estrategias para Fortalecer su Participación

Las comunidades locales juegan un papel trascendental en el desarrollo del turismo rural, ya que son las principales gestoras del territorio, proveedoras de bienes y servicios, guardianas del patrimonio natural y cultural, y generadoras de experiencias auténticas para los visitantes. No obstante, su nivel de participación y organización varía según la dinámica socioeconómica de cada localidad.

3.2.8.1. Papel de las Comunidades Locales en el Turismo Rural.

Tabla 23

Principales funciones de las comunidades en el turismo rural

Funciones de las comunidades	Descripción
Conservación ambiental.	Las comunidades gestionan los recursos naturales y contribuyen a la preservación de ecosistemas.
Producción y abastecimiento.	Son responsables de actividades productivas como agricultura y ganadería, esenciales para la economía local.

Generación de experiencias turísticas.	Ofrecen actividades culturales y gastronómicas que aportan autenticidad al destino.
Dinamización económica.	Fomentan el empleo local y la distribución equitativa de los beneficios del turismo.
Desarrollo del turismo comunitario.	Impulsan modelos de gestión colectiva y proyectos asociativos para la sostenibilidad.

Nota. La tabla brinda una descripción de las principales funciones que desempeñan las comunidades en el desarrollo del turismo rural. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Al analizar las respuestas de los entrevistados, se observa que el turismo rural está estrechamente vinculado a la identidad y tradiciones de las comunidades. En San Miguel de los Bancos, por ejemplo, se destaca su aporte a la conservación ambiental y a la provisión de productos agrícolas. En Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito, se identifica la falta de capacitación y el escaso apoyo institucional como barreras para su desarrollo, asimismo, en estos cantones la fragmentación social y la falta de proyectos estructurados dificultan una participación efectiva en turismo comunitario.

3.2.8.2. Desafíos y Estrategias para Fortalecer la Participación Comunitaria.

Uno de los aspectos clave para mejorar la participación comunitaria es la capacitación, ya que, como se menciona en las entrevistas, la falta de formación limita la calidad del servicio y la experiencia turística. Además, el acceso a financiamiento con tasas preferenciales permitiría a las comunidades emprender proyectos turísticos sostenibles. Otra estrategia fundamental es la articulación entre los actores del turismo rural y los gobiernos locales para generar un modelo de turismo más equitativo y participativo.

Tabla 24

Obstáculos y estrategias para mejorar la participación de las comunidades en el turismo rural

Desafío	Estrategia de fortalecimiento
Escasa capacitación en turismo y atención al cliente.	Implementar programas de formación en colaboración con el Ministerio de Turismo y entidades académicas.

Escaso acceso a financiamiento para proyectos turísticos.	Crear líneas de crédito accesibles con tasas preferenciales para iniciativas comunitarias.
Baja articulación entre actores turísticos.	Fomentar redes de trabajo conjunto entre operadores, GADs y comunidades locales.
Desigualdad en la distribución de beneficios del turismo.	Diseñar estrategias de turismo inclusivo que diversifiquen la oferta y la derrama económica.
Falta de identidad turística consolidada.	Promover iniciativas de revalorización cultural, como la vestimenta típica y las tradiciones gastronómicas.

Nota. La tabla presenta los principales desafíos identificados y estrategias sugeridas para fomentar la participación comunitaria. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Desde luego, las comunidades locales son el eje central del turismo rural, pues no solo gestionan el territorio, sino que también dotan de identidad y autenticidad a los destinos. No obstante, su participación efectiva se ve limitada por diversos desafíos, como la falta de capacitación, la escasez de financiamiento y la fragmentación social en algunos sectores.

Para fortalecer su rol en el desarrollo turístico, es fundamental implementar estrategias que incluyan la formación en atención al cliente, la facilitación de créditos accesibles y el fomento de la cooperación entre actores del turismo. Además, la creación de proyectos comunitarios organizados y sostenibles permitirá redistribuir los beneficios económicos y potenciar la permanencia del turista en la región.

Finalmente, la clave para el éxito del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha radica en la colaboración y el empoderamiento de las comunidades, incentivando modelos de turismo comunitario que respeten la identidad cultural y promuevan un desarrollo equitativo y sostenible.

3.2.9. Productos y Experiencias Turísticas para Satisfacer las Demandas Actuales y Futuras de los Visitantes

El turismo en el Noroccidente de Pichincha ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por su riqueza natural, cultural y gastronómica. Sin embargo, para satisfacer las demandas de los turistas actuales y futuros, es esencial desarrollar nuevos productos

y experiencias turísticas que respondan a las tendencias del mercado y fortalezcan la identidad de la región. A continuación, se analizan los productos y experiencias que deberían desarrollarse en el territorio.

3.2.9.1. Productos Turísticos en Desarrollo.

En el Noroccidente de Pichincha, los actores clave del sector han identificado diversas oportunidades para la creación y consolidación de productos turísticos innovadores. Uno de los más relevantes es el turismo vivencial, que permite a los visitantes sumergirse en las actividades cotidianas de las comunidades locales, interactuar con la población y conocer sus costumbres y tradiciones. En este contexto, el turismo en fincas agroecológicas ha cobrado fuerza, ya que brinda a los turistas la posibilidad de participar en actividades como la siembra y cosecha de productos locales, la elaboración de alimentos orgánicos y la convivencia con familias rurales.

Otro producto en desarrollo es el aviturismo o turismo ornitológico, que ha ganado reconocimiento debido a la abundancia de aves exóticas en el Noroccidente de Pichincha, especialmente Puerto Quito, cuyo cantón se encuentra ubicado dentro de la Bio- Región de mayor endemismo biológico del mundo. En efecto, este segmento atrae especialmente a turistas extranjeros que buscan experiencias de contacto con la naturaleza y la biodiversidad. En relación a eso, la región busca posicionarse como un destino de renombre para el avistamiento de aves, ofreciendo senderos especializados, guías capacitados y material informativo sobre la fauna local.

El turismo gastronómico también se proyecta como una estrategia clave para la diversificación de la oferta turística, puesto que, esta región se destaca por la producción de cacao y café, lo que ha permitido el desarrollo de experiencias en torno a la preparación y degustación de estos productos. Asimismo, el palmito y la tilapia son ingredientes esenciales en la cocina local, por lo que su promoción a través de rutas gastronómicas y ferias culinarias podría fortalecer la

identidad gastronómica del destino y atraer a un segmento de mercado interesado en la alimentación saludable y sostenible.

Por otro lado, el turismo comunitario continúa fortaleciéndose como una alternativa sostenible y responsable, esto debido a que las comunidades locales han comenzado a desarrollar iniciativas que combinan el hospedaje en casas rurales con actividades culturales y ecológicas. Además, esta modalidad no solo beneficia a los turistas, quienes pueden conocer más de cerca la vida y tradiciones de la región, sino que también genera ingresos directos para las comunidades, promoviendo el desarrollo local y la conservación del entorno.

3.2.9.2. Experiencias Turísticas en Desarrollo.

Las experiencias turísticas en el Noroccidente de Pichincha han evolucionado para alinearse con las nuevas tendencias del mercado. En este contexto, una de las experiencias con mayor demanda es el turismo de aventura, que combina actividades en la naturaleza con la adrenalina de deportes extremos. En destinos como Mindo y zonas rurales de Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito, los visitantes pueden disfrutar de experiencias como canopy, tubing, canyoning y ciclorrutas, las cuales son actividades que, además de aprovechar los atractivos naturales de la región, también permiten generar un mayor flujo de turistas interesados en el ecoturismo y el turismo activo.

Otra experiencia en crecimiento es la ruta del cacao, la cual permite a los turistas conocer el proceso de producción del cacao desde su cosecha hasta su transformación en chocolate. Cabe decir que esta iniciativa ha cobrado relevancia debido al creciente interés de los consumidores por productos orgánicos y procesos de producción sustentables. Desde luego, al integrar visitas a plantaciones, talleres de elaboración de chocolate y degustaciones, esta experiencia se ha convertido en una opción atractiva para quienes buscan un turismo más sensorial y educativo.

Asimismo, el agroturismo vinculado a la ganadería ha surgido como una alternativa innovadora para diversificar la oferta turística. En esta experiencia, los turistas pueden conocer el funcionamiento de una finca ganadera, aprender sobre el proceso de producción de leche y queso, e incluso participar en la alimentación y cuidado de los animales. De manera similar, el cultivo de productos agrícolas como café, palmito y guanábana se ha integrado en circuitos turísticos que permiten a los visitantes aprender sobre su siembra, cosecha y procesamiento.

En el ámbito del turismo de bienestar y reconexión con la naturaleza, la región ha comenzado a desarrollar experiencias enfocadas en el descanso y la relajación, en donde, los turistas pueden desconectarse del estrés urbano y disfrutar de un entorno tranquilo y armonioso a través de retiros en la naturaleza y senderismo interpretativo, respondiendo así al creciente interés de los viajeros por experiencias que promuevan el bienestar físico y mental.

También, la pesca deportiva en ríos ha sido identificada como una actividad con potencial de desarrollo en la región, en lo que la tilapia y la guaño, peces emblemáticos de Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito, podrían ser el eje central de esta experiencia, ofreciendo a los turistas la posibilidad de aprender sobre su crianza, participar en la pesca y degustar platillos preparados con estos ingredientes.

En todo caso, el desarrollo de productos y experiencias turísticas en el Noroccidente de Pichincha es fundamental para consolidar a la región como un destino atractivo y competitivo, dado que, las tendencias actuales del mercado muestran que los turistas buscan experiencias auténticas, sostenibles e inmersivas, lo que resalta la importancia de fortalecer el turismo vivencial, la gastronomía, la naturaleza y la aventura.

Además, es crucial que las autoridades locales, emprendedores y comunidades trabajen en conjunto para mejorar la infraestructura y garantizar la accesibilidad a los atractivos turísticos, ya

que, problemas como el deterioro vial y ausencia de servicios básicos pueden afectar la experiencia del visitante y limitar el crecimiento del sector.

3.2.10. Análisis de las Recomendaciones de los Actores Turísticos Clave para Potenciar el Desarrollo Sostenible del Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha

El desarrollo sostenible del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha requiere de un enfoque integral que abarque diferentes ámbitos, desde la capacitación del personal hasta la implementación de políticas públicas eficientes. Los actores clave entrevistados han planteado diversas recomendaciones orientadas a fortalecer el sector, las cuales pueden agruparse en varias categorías.

3.2.10.1. Capacitación y Concienciación Ambiental.

Uno de los aspectos más mencionados por los entrevistados es la importancia de la formación del personal turístico. Según los expertos, contar con personal capacitado garantiza la calidad del servicio y, en consecuencia, la satisfacción de los turistas. Además, destacan la necesidad de generar conciencia ambiental para minimizar el impacto en la naturaleza y fomentar el respeto por los ecosistemas.

Tabla 25

Importancia de la capacitación y la concienciación ambiental en el turismo rural

Elemento	Beneficios
Capacitación en atención al cliente.	Mejora la experiencia del turista y la reputación del destino.
Formación en sostenibilidad.	Reduce el impacto ambiental y promueve buenas prácticas.
Concienciación ambiental en la comunidad.	Fomenta la preservación de los recursos naturales.

Nota. La tabla describe los beneficios asociados a tres elementos clave: capacitación en atención al cliente, formación en sostenibilidad y concienciación ambiental en la comunidad, destacando su impacto positivo en la experiencia turística y la preservación del entorno. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.10.2. Fortalecimiento de la Promoción Turística.

Otro punto recurrente es la necesidad de mejorar la promoción del turismo rural. A pesar de los esfuerzos actuales, los entrevistados consideran que el Noroccidente de Pichincha sigue estando subpromocionado, por lo que se recomienda desarrollar estrategias de marketing exclusivas para este segmento y aprovechar plataformas digitales para dar mayor visibilidad a los atractivos locales.

Tabla 26

Estrategias de promoción para el turismo rural

Estrategia	Descripción
Creación de una marca territorial.	Diferenciar al Noroccidente de Pichincha como un destino turístico de naturaleza.
Campañas de marketing digital.	Uso de redes sociales y plataformas web para atraer visitantes.
Alianzas con operadoras turísticas.	Impulsar la venta de paquetes que incluyan experiencias rurales.

Nota. La tabla presenta estrategias clave identificadas para impulsar el turismo rural en el Noroccidente de Pichincha.

Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.10.3. Desarrollo de Infraestructura y Accesibilidad.

La falta de infraestructura adecuada es una de las principales limitaciones para el crecimiento del turismo rural, puesto que, los entrevistados mencionaron que el mal estado de las vías y la deficiente señalética dificultan significativamente el acceso a los atractivos turísticos. Por lo tanto, se recomienda que los gobiernos locales incrementen su inversión con el fin de mejorar estas condiciones, lo cual no solo facilitaría el acceso, sino que también promovería el desarrollo sostenible de esta actividad económica.

Tabla 27*Necesidades de infraestructura para el turismo rural en el Noroccidente de Pichincha*

Necesidad	Impacto en el turismo
Mejoramiento de vías.	Facilita el acceso a los destinos y aumenta el flujo de turistas.
Señalética adecuada.	Permite a los visitantes ubicarse fácilmente.
Servicios públicos en atractivos.	Mejora la experiencia y comodidad del turista.

Nota. La tabla presenta necesidades clave relacionadas con infraestructura y servicios, junto con su impacto directo en la mejora del flujo turístico y la experiencia de los visitantes. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.10.4. Fortalecimiento de la Organización Social y la Cooperación.

Diversos entrevistados señalaron que la falta de organización entre los actores turísticos representa un obstáculo significativo para el desarrollo del sector. En este sentido, se sugiere impulsar un modelo basado en el cooperativismo y la solidaridad, en el que emprendedores, asociaciones comunitarias y gobiernos locales trabajen de manera articulada. De hecho, este enfoque permitiría generar un ecosistema turístico más sostenible y equitativo, promoviendo así un crecimiento integral y beneficios compartidos para todos los involucrados.

Tabla 28*Modelos de organización para el turismo rural*

Modelo	Beneficio
Cooperativas turísticas.	Permiten una gestión equitativa de los recursos.
Asociaciones comunitarias.	Facilitan la articulación de esfuerzos.
Alianzas público-privadas.	Incrementan la inversión y el desarrollo de proyectos.

Nota. La tabla describe modelos de gestión y los beneficios que aportan, como la equidad en la gestión de recursos, la articulación de esfuerzos y el incremento de la inversión. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.10.5. Creación de Políticas Públicas Adecuadas.

Los entrevistados coinciden en que muchas de las normativas vigentes no se ajustan a la realidad del turismo rural, lo cual dificulta tanto el registro como la operación de los emprendimientos turísticos. Por ello, se recomienda que las políticas públicas sean diseñadas desde una perspectiva territorial, tomando en cuenta las necesidades y particularidades de los actores locales, cuyo enfoque permitiría una mayor adaptación de las regulaciones a las dinámicas propias del sector, facilitando así el desarrollo y consolidación del Noroccidente de Pichincha como destino sostenible, inclusivo e innovador.

Desde luego, las recomendaciones proporcionadas por los actores clave del sector evidencian que el desarrollo sostenible del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha demanda un enfoque integral y sistemático que articule cinco pilares fundamentales: capacitación continua, promoción estratégica, infraestructura adecuada, organización social efectiva y políticas públicas contextualizadas.

En primer lugar, la capacitación emerge como un elemento crucial para garantizar la excelencia en el servicio y fomentar una sólida conciencia ambiental, permitiendo así mantener un equilibrio armónico entre el desarrollo turístico y la conservación del patrimonio natural. Paralelamente, la implementación de estrategias innovadoras de promoción del destino se presenta como un factor determinante para incrementar el flujo de visitantes y catalizar la dinamización de la economía local.

En esta misma línea, la infraestructura y accesibilidad se constituyen como elementos vertebradores de la experiencia turística, requiriendo una inversión sustancial y planificada que responda a las necesidades tanto de visitantes como de la comunidad local. De manera complementaria, el fortalecimiento de la organización social, particularmente a través de modelos

cooperativos y asociativos, se revela como un factor crítico para robustecer el sector y garantizar una distribución equitativa de los beneficios generados por la actividad turística.

Finalmente, resulta imperativo que las políticas públicas sean diseñadas y ejecutadas en consonancia con la realidad territorial, facilitando no solo el crecimiento sostenido de los emprendimientos turísticos existentes, sino también su formalización y consolidación en el largo plazo.

3.2.11. Reflexiones Finales de los Actores Clave sobre el Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha

Las respuestas brindadas por los entrevistados en esta pregunta de cierre proporcionan una visión complementaria sobre el turismo rural en el Noroccidente de Pichincha. En términos generales, se pueden identificar tres grandes temáticas recurrentes: la necesidad de difusión de los resultados académicos, el fortalecimiento de la gestión y planificación del turismo rural, y la importancia de la colaboración entre actores del sector público y privado.

3.2.11.1. Importancia de la Investigación y Difusión Académica.

Varios entrevistados hicieron énfasis en la necesidad de compartir los resultados obtenidos en esta investigación con los actores locales. En particular, se señala que el análisis generado puede servir como base para la toma de decisiones y el diseño de estrategias de mejora en el sector turístico.

“Sería muy útil para que nosotros tomemos como pautas de mejora, de implementación y de acción.” (Vilma Durán, técnica de la Coordinación de Turismo del GAD Municipal del Cantón San Miguel de los Bancos.)

Además, se destaca el papel del turismo investigativo como una vertiente que podría ser explotada en la región, particularmente con relación a las Áreas de Conservación y Uso Sostenible

(ACUS), cuya declaratoria está en proceso, lo que refuerza la idea de que la conservación de los recursos hídricos y naturales es un aspecto clave dentro del turismo rural.

Tabla 29

Importancia de la investigación en el turismo rural

Aspecto	Descripción
Uso de los resultados.	Los estudios académicos pueden servir como guía para la planificación y mejora del turismo.
Turismo investigativo.	Existe potencial en la región para atraer turismo científico y académico.
Conservación y turismo.	La protección de los recursos hídricos es un elemento crucial dentro del turismo rural.

Nota. La tabla resume los puntos clave mencionados por los entrevistados respecto a la relevancia de la investigación académica en la gestión turística. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.11.2. Necesidad de un Modelo de Gestión para Emprendedores Rurales.

Otro aspecto particularmente relevante que emergió durante la investigación es la preocupación generalizada por la ausencia de herramientas metodológicas específicas que orienten efectivamente a los pequeños emprendedores en la gestión integral del turismo rural. En este sentido, los actores entrevistados enfatizan la urgente necesidad de diseñar guías y manuales técnicos adaptados a las particularidades del territorio, que no solo faciliten la creación y gestión de productos turísticos sostenibles, sino que también incorporen buenas prácticas ambientales, estrategias de marketing digital y modelos de gestión financiera accesibles para emprendimientos de diferentes escalas. De hecho, estas herramientas deberían considerar tanto los desafíos como las oportunidades únicas que presenta el Noroccidente de Pichincha, permitiendo así un desarrollo turístico más estructurado y sostenible en la región.

“Nos hace falta un modelo de gestión, un manual de cómo hacerlo, pero que sea enmarcado en el territorio y no desde escritorio.” (María Sandoval, técnica del Área de Turismo del GAD Municipal del Cantón Pedro Vicente Maldonado.)

Tabla 30

Elementos clave de un modelo de gestión para emprendimientos rurales

Elemento	Descripción
Registro de visitantes.	Crear un sistema para conocer el origen y preferencias de los turistas.
Capacitación en aviturismo.	Diseñar manuales específicos para actividades como el avistamiento de aves.
Normas de operación.	Implementar regulaciones adaptadas a las características del territorio.

Nota. La tabla presenta algunos componentes esenciales que podrían incluirse en una guía de gestión para pequeños emprendedores turísticos. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.11.3. Colaboración Interinstitucional y Fortalecimiento del Sector Turístico.

Algunos entrevistados enfatizaron de manera unánime la imperativa necesidad de fortalecer los mecanismos de colaboración entre los diversos actores del sector turístico, con especial énfasis en la articulación efectiva entre los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs) y el sector privado. En este sentido, señalan que las decisiones políticas deben alinearse estratégicamente con una planificación turística de largo plazo, evitando que los cambios administrativos o las coyunturas políticas obstaculicen el desarrollo sostenible del sector.

Asimismo, subrayan que una coordinación más estrecha y sistemática entre entidades públicas, empresas privadas y comunidades locales no solo optimizaría el uso de recursos disponibles, sino que también potenciaría la generación de nuevas oportunidades de desarrollo turístico para la región, facilitando la implementación de proyectos de mayor envergadura e impacto.

“Los GADs deben aprender a trabajar de la mano con el sector privado y dejar de lado la parte política.” (Wilson San Martín, presidente de la Cámara de Turismo del Cantón Pedro Vicente Maldonado y emprendedor turístico.)

Otro aspecto crítico es el rol del Estado en el apoyo al turismo, no solo en la difusión sino en la inversión de recursos.

“Necesitamos que las autoridades vengan y palpén lo que hace falta para que apoyen e inviertan en la región.” (Klever Caicedo, presidente de la Federación de Cámaras de Turismo del Noroccidente de Pichincha y asesor certificado de Google Street View.)

Tabla 31

Factores clave para una adecuada gestión del turismo rural

Factor	Descripción
Colaboración público-privada.	Fomentar alianzas entre los GADs, asociaciones y cámaras de turismo.
Participación estatal.	Mayor involucramiento del Estado en inversiones y desarrollo turístico.
Educación turística.	Formar a los jóvenes en la gestión y problemáticas del sector.

Nota. La tabla detalla los aspectos fundamentales mencionados por los entrevistados para fortalecer la gestión turística en el Noroccidente de Pichincha. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

Es así que el análisis de las respuestas en esta pregunta de cierre pone en evidencia varios aspectos relevantes que deben ser considerados en la gestión del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha. En primer lugar, se destaca la necesidad de que los resultados académicos sean difundidos a los actores locales, pues su aplicación podría contribuir a mejorar la planificación turística y la toma de decisiones.

En segundo lugar, se identificó una carencia en cuanto a herramientas de gestión específicas para pequeños emprendedores, lo que podría solventarse con el diseño de manuales o guías adaptadas al territorio. Finalmente, la colaboración entre instituciones, tanto públicas como privadas, se presenta como un elemento clave para el desarrollo sostenible del turismo en la región.

Por lo tanto, estos hallazgos refuerzan la importancia de una visión integral para la gestión del turismo rural, donde la investigación, la planificación y la cooperación sean pilares fundamentales para el crecimiento turístico del Noroccidente de Pichincha.

3.2.12. Determinación de las Tendencias Actuales e Identificación de las Oportunidades de Innovación en el Turismo Rural del Noroccidente de Pichincha

A través del análisis sistematizado de las entrevistas dirigidas a actores clave del sector turístico del Noroccidente de Pichincha, se han identificado diversas tendencias emergentes en el turismo rural que reflejan las nuevas preferencias de los visitantes y las oportunidades para fortalecer el desarrollo de la región.

3.2.12.1. Tendencias Actuales del Turismo Rural en el Noroccidente de Pichincha.

Entre las tendencias emergentes identificadas en el turismo rural del Noroccidente de Pichincha, destacan las siguientes. En primer lugar, se encuentran el ecoturismo y aviturismo, cuyas tendencias se han consolidado como actividades turísticas paradigmáticas, fundamentadas en la extraordinaria biodiversidad del territorio. Específicamente, esta modalidad turística se caracteriza por la observación sistemática y la conservación de la avifauna y los ecosistemas naturales en reservas protegidas.

A fin de potenciar el impacto de estas actividades, se requiere una intervención estratégica que contemple:

- El fortalecimiento de la promoción de los espacios naturales.
- La optimización de la señalización en senderos.
- La capacitación especializada de guías que proporcionen experiencias significativas a los visitantes.

Consecuentemente, el turismo vivencial y comunitario ha experimentado un incremento sustancial, motivado por la creciente demanda de experiencias auténticas. En donde, los viajeros contemporáneos buscan interacciones directas con comunidades locales, anhelando participar en sus actividades cotidianas. En este sentido, el Noroccidente de Pichincha presenta un potencial significativo para desarrollar circuitos comunitarios en parroquias rurales, donde los turistas puedan involucrarse en procesos productivos como:

- Producción agrícola.
- Elaboración de productos artesanales (Chocolate).
- Exploración gastronómica tradicional (preparación del ceviche de palmito, tilapia frita y encocado de guaña).

No obstante, para consolidar esta tendencia, resulta imperativo:

- Mejorar la infraestructura básica.
- Capacitar a los pobladores locales en servicios turísticos.

De manera complementaria, el turismo agroecológico ha emergido como una modalidad de creciente relevancia, ya que, hoy en día, los turistas manifiestan un interés creciente por comprender el origen de los alimentos y participar en experiencias vinculadas a la producción agrícola. En consecuencia, se plantea la posibilidad de diseñar rutas agroecológicas especializadas, focalizadas en productos emblemáticos como:

- Cacao.
- Café.
- Palmito.

Adicionalmente, el turismo de aventura y naturaleza continúa siendo un motor fundamental de la actividad turística regional. Actividades como el canopy, tubing, ciclismo de montaña y

canyoning han experimentado un auge significativo, lo cual representa una oportunidad estratégica para diversificar la oferta y optimizar los estándares de seguridad en los circuitos turísticos.

Paralelamente, se observa una tendencia creciente hacia los alojamientos ecológicos y el turismo de pernoctación, puesto que, según los entrevistados, los turistas últimamente están comenzando a demostrar un interés manifiesto por hospedajes que promuevan una experiencia inmersiva en entornos naturales, tales como:

- Eco-lodges.
- Cabañas rústicas.
- Alojamientos sostenibles.

En este contexto, se sugiere:

- Incentivar la construcción de alojamientos con certificaciones ambientales.
- Mejorar la conectividad digital para facilitar reservaciones en línea.

Finalmente, el turismo nocturno emerge como una modalidad innovadora, particularmente en actividades como caminatas para la observación de anfibios y reptiles. En efecto, esta tendencia podría consolidarse mediante:

- Desarrollo de paquetes especializados.
- Capacitación de guías en identificación de especies nocturnas.
- Implementación de protocolos de seguridad en senderos.

Esta diversificación y tecnificación de la oferta turística posicionan al Noroccidente de Pichincha como un destino emergente y diferenciado en el contexto del turismo rural contemporáneo, además, contribuyen a configurarlo como una región dinámica y con un potencial turístico prometedor.

Tabla 32*Tendencias actuales del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha*

Tendencia identificada	Descripción	Aplicación y mejoras en el Noroccidente de Pichincha
Ecoturismo y aviturismo.	Turismo enfocado en la observación y conservación de la biodiversidad.	Fortalecer la promoción de las reservas naturales, mejorar la señalización en senderos y capacitar guías especializados en avistamiento de aves
Turismo vivencial y comunitario.	Experiencias que permiten a los turistas interactuar con comunidades locales y sus actividades diarias.	Desarrollar circuitos comunitarios en las parroquias rurales, mejorar la infraestructura básica y capacitar a las comunidades en atención turística.
Turismo agroecológico.	Involucra la producción agrícola.	Crear rutas agroecológicas del cacao, café y palmito.
Turismo de aventura y naturaleza.	Actividades al aire libre como canopy, tubing, ciclismo de montaña y canyoning.	Diversificar la oferta de actividades, mejorar la seguridad en los circuitos y fortalecer la promoción de estos productos en redes sociales.
Alojamientos ecológicos.	Creciente preferencia por eco-lodges, cabañas rústicas y hospedajes sostenibles.	Incentivar la construcción de alojamientos ecológicos con certificaciones ambientales y mejorar la conectividad para facilitar reservas en línea.
Turismo nocturno.	Caminatas nocturnas para la observación de fauna, como anfibios y reptiles.	Desarrollar paquetes especializados para turismo nocturno, capacitar guías en identificación de especies nocturnas y reforzar medidas de seguridad en senderos.
Conciencia ambiental y sostenibilidad.	Preferencia por actividades que minimicen el impacto ambiental.	Implementar certificaciones ecológicas, promover la reducción de residuos y fomentar la educación ambiental en los turistas y operadores.

Nota. La tabla sintetiza las principales tendencias identificadas en el análisis de las entrevistas, explicando su significado y las oportunidades de aplicación en la región. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.2.12.2. Oportunidades para el Desarrollo de Productos Turísticos Innovadores.

El análisis exhaustivo de los resultados ha revelado un conjunto de oportunidades estratégicas para el desarrollo de productos turísticos en el Noroccidente de Pichincha, los cuales se alinean de manera sistemática con las tendencias contemporáneas y prospectivas del turismo rural.

Una de las principales oportunidades radica en la diversificación de experiencias basadas en la producción local. El turismo agroecológico, por ejemplo, tiene un enorme potencial en torno a productos como el cacao, el café y el palmito, por ello, la implementación de rutas especializadas que integren estas actividades productivas con degustaciones y talleres participativos permitiría generar una oferta diferenciada y atractiva para los visitantes.

Otra oportunidad relevante es la consolidación de experiencias de turismo nocturno, como caminatas interpretativas orientadas a la observación de anfibios y reptiles, las cuales muestran notables signos de aceptación en destinos caracterizados por su alta biodiversidad. En el contexto específico del Noroccidente de Pichincha, esta modalidad tendría el potencial de fortalecer sustancialmente la oferta de turismo científico y de naturaleza, agregando un valor diferencial al destino.

En cuanto a la infraestructura y accesibilidad, se ha identificado la necesidad imperativa de optimizar dos aspectos fundamentales:

- La señalización de atractivos turísticos.
- La creación de rutas especializadas para cicloturismo y senderismo.

La implementación de circuitos rigurosamente definidos y equipados con infraestructura de descanso y señalética ambiental constituiría un elemento catalizador para potenciar el desarrollo del turismo sostenible en la región.

Por último, la digitalización de la oferta turística se presenta como un factor estratégico que podría marcar una diferencia competitiva significativa. De manera que, la creación de una plataforma de reservas propia, específicamente diseñada para el turismo rural del Noroccidente de Pichincha, tendría el potencial de:

- Integrar de manera sistémica alojamientos, actividades y experiencias locales.
- Reducir la dependencia de plataformas internacionales.
- Maximizar la rentabilidad de los operadores turísticos locales.

En fin, esta aproximación multidimensional no solo permitiría aprovechar las potencialidades inherentes del territorio, sino que además posicionaría al Noroccidente de Pichincha como un destino turístico innovador y sostenible.

Tabla 33

Oportunidades de desarrollo de productos turísticos innovadores

Oportunidad de desarrollo	Descripción	Beneficio esperado
Rutas de turismo agroecológico.	Integración de cultivos de cacao, café y palmito en experiencias turísticas.	Valor agregado a la producción local y diversificación de la oferta turística.
Caminatas interpretativas.	Observación de aves, anfibios, insectos y otros animales en entornos naturales.	Aumento en la oferta de ecoturismo y diferenciación del destino.
Circuitos de cicloturismo y senderismo.	Creación de rutas equipadas con señalética y estaciones de descanso.	Mayor flujo de visitantes interesados en turismo de aventura y naturaleza.
Digitalización de la oferta turística.	Desarrollo de una plataforma digital para reservas y promoción de experiencias locales.	Reducción de la dependencia de plataformas externas y mayor visibilidad del destino.

Alojamientos rurales sostenibles	Promoción de eco-lodges y cabañas ecológicas en entornos naturales.	Incentivo a la pernoctación y generación de ingresos para el sector turístico.
----------------------------------	---	--

Nota. La tabla muestra oportunidades de desarrollo de productos turísticos alineados a las tendencias del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

3.3. Mapa de Empatía del Turista Rural Ideal para el Noroccidente de Pichincha

Para comprender de manera profunda el perfil del turista rural ideal en el Noroccidente de Pichincha, se empleó la herramienta del Mapa de Empatía, la cual permite visualizar de manera integral las percepciones, motivaciones, preocupaciones y expectativas del turista rural, basándonos en la información recopilada a través de los análisis de los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas en la presente investigación.

A continuación, se presenta el mapa empatía (empathy map) relleno en base a la información analizada anteriormente:

Figura 13

Mapa de empatía del perfil del turista rural ideal para el Noroccidente de Pichincha.

¿Qué piensa y siente?	¿Qué ve?
<p>-Experiencias buscadas: El turista ideal desea desconectarse del estrés urbano, explorar la biodiversidad y participar en experiencias auténticas con la comunidad. También busca tranquilidad, contacto con la naturaleza y aprendizaje sobre cultura local.</p> <p>-Preocupaciones: La seguridad es un factor clave; teme que la delincuencia pueda afectar su experiencia. También le preocupa la calidad de los servicios y la infraestructura de acceso a los destinos. Además, le inquieta el impacto ambiental de sus visitas.</p> <p>-Sueños y aspiraciones: Experimentar un estilo de vida rural auténtico, descubrir nuevas culturas y tradiciones. También quiere reconectar con la naturaleza. Sueña con viajes que refuercen lazos familiares y le brinden recuerdos memorables.</p> <p>-Emociones esperadas: Plenitud, relajación y admiración ante la belleza del entorno. Quiere sentir paz, emoción al descubrir nuevas especies y satisfacción al interactuar con la comunidad local.</p>	<p>-Escenarios que cautivan: Cascadas, senderos rodeados de bosque, miradores panorámicos, ríos cristalinos, fauna exótica y actividades culturales como la producción de cacao o café.</p> <p>-Percepción de la autenticidad: Valora la convivencia con comunidades locales, aprecia experiencias que no sean artificiales ni masificadas. Prefiere alojamientos rústicos con comodidades básicas, pero en armonía con la naturaleza.</p> <p>-Elementos que llaman su atención: Fauna silvestre, aves exóticas, los colores de la fauna local, elaboración artesanal de productos, la arquitectura rústica de los alojamientos y la calidez de la gente.</p> <p>-Influencia de redes sociales: Se motiva al ver imágenes y videos en redes sociales. Prefiere recomendaciones visuales y relatos de viajeros previos.</p>

<p style="text-align: center;">¿Qué oye?</p> <p>-Recomendaciones más influyentes: Confía en las opiniones de otros turistas, reseñas en plataformas como TripAdvisor y recomendaciones de amigos o familiares.</p> <p>-Sonidos de la naturaleza que busca experimentar: Cantos de aves, sonido del río, el viento entre los árboles y el crepitar del fuego en fogatas nocturnas.</p> <p>-Influencia de su círculo social: Experiencias positivas compartidas por otros turistas tienen un alto impacto en la decisión de viaje. También sus decisiones están influenciadas por la seguridad y el interés de quién lo/s acompañe/n.</p> <p>-Mensajes que resuenan: Mensajes sobre iniciativas de conservación ambiental y turismo responsable, y las frases de destinos con prácticas ecológicas y ambientales.</p>	<p style="text-align: center;">¿Qué dice y hace?</p> <p>-Descripción de su experiencia ideal: La define como una escapada revitalizante, donde puede sumergirse en la naturaleza sin presiones del tiempo. Destaca la autenticidad de las interacciones con la comunidad.</p> <p>-Actividades que comparte en redes sociales: Publica fotos de paisajes y observación de aves, videos de actividades como tubing, canopy o senderismo, y momentos especiales como degustación de comida o productos locales y visitas a fincas cacaoteras.</p> <p>-Expresión de su conexión con la naturaleza: Publica fotos de paisajes, escribe reseñas destacando la autenticidad y recomienda lugares con iniciativas ecológicas. Además, comparte reflexiones sobre la importancia de preservar el entorno y valora las experiencias que le enseñan algo nuevo.</p> <p>-Acciones para garantizar una experiencia auténtica: Prefiere alojamientos eco-friendly, actividades que respeten la cultura local y evita el turismo masivo. Asimismo, contrata guías locales y compra productos de la zona.</p>
<p style="text-align: center;">Dolores (Frustraciones y barreras o desafíos)</p> <p>-Principales frustraciones: Mal estado de las vías, falta de señalización, poca oferta de transporte público y servicios turísticos deficientes.</p> <p>-Desafíos o incomodidades en el entorno rural: Algunos turistas pueden encontrar incómodo el acceso limitado a internet, la falta de cajeros automáticos o la poca oferta de restaurantes con opciones vegetarianas o veganas.</p> <p>-Temores al elegir un destino rural: Inseguridad, dificultad para recibir asistencia médica en caso de emergencia, también temen recibir experiencias de baja calidad o destinos que no cumplan con sus expectativas.</p> <p>-Experiencias negativas previas: Problemas con reservas, servicios turísticos mal organizados, precios poco claros y escasa información sobre actividades turísticas disponibles.</p>	<p style="text-align: center;">Ganancias (beneficios y motivaciones)</p> <p>-Aprendizajes que más valoran: Conocer la biodiversidad, aprender sobre el cultivo del cacao y café, y entender el impacto del ecoturismo en la conservación del ambiente.</p> <p>-Transformación personal: El turismo rural le permite generar una conciencia ambiental, apreciación por el turismo sostenible y nuevas formas de descanso. Además, les ayuda a fortalecer los lazos familiares y encontrar equilibrio mental.</p> <p>-Recuerdos que espera llevarse: Fotografías de paisajes espectaculares, anécdotas de sus interacciones con la comunidad y el sabor de productos locales como chocolate artesanal o café orgánico.</p> <p>-Beneficios personales: Busca experiencias que le proporcionen bienestar físico (caminatas y aire puro), emocional (relajación y desconexión) y espiritual (reconexión con la naturaleza y cultura).</p>

Nota. La tabla muestra un análisis detallado del perfil del turista rural ideal en el Noroccidente de Pichincha, basado en la información recopilada a partir de encuestas y entrevistas. Fuente: Elaborada por el autor (2025).

La consolidación del mapa de empatía brinda una visión holística del perfil del turista rural ideal para el Noroccidente de Pichincha, el cual se describe a continuación:

El turista rural ideal para el Noroccidente de Pichincha se lo puede considerar como “Explorador Consciente”, ya que representa a un viajero que busca experiencias auténticas en la naturaleza, valorando la cultura local y el turismo sostenible. Este perfil corresponde principalmente a adultos jóvenes y adultos en etapa de madurez laboral, con una edad promedio entre 26 y 45 años, quienes cuentan con un nivel educativo superior (pregrado o posgrado) y una estabilidad económica que les permite destinar un presupuesto medio a alto para sus viajes. Predominantemente, estos turistas provienen del Distrito Metropolitano de Quito, especialmente de zonas donde el acceso a la información y la cultura del turismo sostenible están más desarrollados.

Asimismo, el turista “Explorador Consciente” viaja principalmente en familia o en pareja, aunque también es común que lo haga con amigos; prefiere estancias cortas de 2 a 3 días, buscando destinos que le ofrezcan una combinación de tranquilidad, contacto con la naturaleza y aprendizaje sobre las tradiciones locales; y su motivación principal radica en la desconexión del ritmo acelerado de la ciudad, lo que lo lleva a elegir entornos rurales que le permitan relajarse y al mismo tiempo descubrir nuevas experiencias.

En cuanto a las actividades que más disfruta incluyen senderismo, avistamiento de aves, visitas a comunidades locales, turismo gastronómico y de aventura, como canopy, tubing y ciclismo de montaña. También valora profundamente la autenticidad de los destinos, por lo que busca alojamientos que respeten el entorno natural, como cabañas rústicas o eco-lodges, y prefiere servicios turísticos que promuevan el desarrollo comunitario.

Además, este turista es altamente influenciado por las redes sociales y las recomendaciones de otros viajeros, confiando en plataformas digitales para planificar su viaje. Adicionalmente, el “Explorador Consciente” comparte sus experiencias en redes, destacando los paisajes, la

gastronomía local y los momentos de conexión con la cultura del lugar. Sin embargo, su experiencia puede verse afectada por factores como la infraestructura vial deficiente, la falta de señalización turística y la seguridad. También puede sentirse frustrado si percibe que la oferta turística no está bien organizada o si encuentra dificultades para acceder a servicios básicos como cajeros automáticos o atención médica.

En términos de impacto, el Explorador Consciente no solo busca disfrutar del destino, sino que también espera que su viaje tenga un propósito, ya sea contribuyendo a la conservación del medio ambiente, apoyando emprendimientos locales o participando en experiencias que le brinden un aprendizaje significativo.

Después de todo, el turista rural ideal para el Noroccidente de Pichincha denominado “Explorador Consciente”, se caracteriza por ser un viajero que prioriza la sostenibilidad, la autenticidad y, sobre todo, la conexión con la naturaleza y la cultura local, de manera que su creciente demanda puede impulsar la innovación y, por ende, el fortalecimiento del turismo rural en la región.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

4.1. Discusión de Resultados

Los hallazgos de la presente investigación sobre el perfil del turista rural en el Noroccidente de Pichincha revelan importantes características que coinciden parcialmente con estudios previos en este campo. En particular, a través de las encuestas se identificó que el perfil sociodemográfico de los turistas que prefieren realizar este tipo de turismo, son personas que tienen entre 26-45 años, cuentan educación superior y capacidad económica para invertir en experiencias turísticas de calidad, mostrando una marcada preferencia por viajar en familia o en pareja. En contraste, CODESPA (2016) establece un perfil ligeramente más joven, con un rango predominante de 26 a 37 años, e incluso detectó un significativo interés entre personas de 18 a 25 años, señalando además que estos viajeros suelen desplazarse principalmente con amigos y tienen estancias más prolongadas de aproximadamente doce días. Sin embargo, ambos estudios coinciden en un aspecto fundamental: la búsqueda de experiencias auténticas que permitan una conexión genuina con el entorno natural y cultural, sugiriendo una tendencia consistente en el turismo rural independientemente de la composición grupal o edad.

En cuanto a los patrones de consumo turístico, los resultados revelaron una clara inclinación hacia experiencias que integran naturaleza, aventura y cultura, destacando la observación de aves, el senderismo y las visitas a fincas productivas como actividades predilectas. Asimismo, se evidencia una demanda emergente por actividades de aventura como canopy, tubing y ciclismo de montaña, junto con una preferencia por alojamientos que combinan rusticidad y confort. Por su parte, Osorio-González et al. (2022) afirman que "los turistas se sienten atraídos principalmente por los atractivos naturales, y también se muestran interesados por la gastronomía,

actividades turísticas y festividades comunitarias, optando preferentemente por hospedarse en hosterías" (p. 67). Al contrastar ambos estudios, se observa una tendencia consistente hacia las experiencias en entornos naturales; no obstante, la presente investigación revela una diversificación más amplia en las preferencias de actividades y alojamiento, lo que sugiere una evolución en las expectativas del turista rural moderno, quien busca experiencias más variadas sin perder la conexión con el entorno natural y cultural del destino.

Por otro lado, el análisis de las entrevistas a actores clave desveló un desarrollo asimétrico del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha, con un notable contraste entre el avance consolidado de Mindo y el desarrollo más pausado en Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito. Asimismo, se identificó una evolución del perfil turístico hacia una mayor conciencia ambiental y social, lo que ha impulsado la demanda de experiencias vinculadas con el desarrollo comunitario y la conservación, aunque persisten limitaciones en infraestructura, promoción y capacitación turística, lo que dificulta el posicionamiento de la región como un destino competitivo. En este sentido, Enríquez et al. (2020) señalan que en el caso del cantón Pedro Vicente Maldonado “el desarrollo turístico es “medianamente adecuado”, por lo que para potenciarlo se hace necesaria la creación de un marco regulatorio adecuado, mejora de infraestructura y servicios, fortalecimiento de la participación comunitaria y destinación de inversión al mercadeo” (p. 92). Desde luego, estos hallazgos refuerzan la idea de que, si bien existe un interés creciente en el turismo rural y sus beneficios para la comunidad, la falta de planificación estratégica y apoyo institucional continúa siendo un obstáculo para su consolidación en ciertas áreas de la región.

Por último, los resultados obtenidos mediante el Mapa de Empatía del presente estudio revelaron un perfil de turista rural denominado "Explorador Consciente", caracterizado por su búsqueda de experiencias que faciliten el escape del entorno urbano, el fortalecimiento de vínculos

familiares y el aprendizaje sobre la biodiversidad y cultura local, aunque la investigación también evidenció ciertos factores que afectan la experiencia del turista, como el mal estado de las vías de acceso, la falta de señalización y la percepción de inseguridad en algunas áreas. De manera similar, Hernández-Morales et al. (2023) identificaron, a través de su propio Mapa de Empatía enfocado en turistas millennials, que la desconexión de la urbanidad y la conexión con la naturaleza y cultura son elementos fundamentales en las expectativas del viajero rural, señalando también preocupaciones análogas sobre seguridad y falta de apoyo institucional. Así, al comparar ambas investigaciones, se evidencia una convergencia en las motivaciones esenciales del turista rural contemporáneo, quien busca primordialmente experiencias auténticas que le permitan escapar de la rutina urbana e inmersión en entornos naturales y culturales. Sin embargo, también persisten desafíos estructurales que afectan al sector, donde la percepción de inseguridad y la falta de apoyo institucional emergen como obstáculos comunes que requieren atención prioritaria para potenciar el desarrollo sostenible del turismo rural.

Además, es importante destacar que en términos de comercialización los canales digitales son relevantes, ya que las redes sociales, páginas web especializadas y agencias de viajes son los medios preferidos por los turistas para la planificación de sus viajes al Noroccidente de Pichincha. En concordancia con estos resultados, Varisco (2016) menciona que “las redes sociales comienzan a tener un peso significativo en las estrategias de comercialización de los productos de turismo rural. En todos los casos, si bien la tecnología se encuentra disponible en la mayoría de los espacios rurales, se requiere un dominio básico de la cultura digital y, por lo tanto, una capacitación que habilite el acceso efectivo” (p. 157). En efecto, esto se evidencia una evolución clara en el panorama de la comercialización turística rural, donde la digitalización no solo representa una oportunidad sino una necesidad imperativa; sin embargo, el éxito en la implementación de estas

estrategias digitales requiere un enfoque dual que combine la creación de contenido atractivo y la optimización de plataformas con el fortalecimiento de las capacidades digitales de los prestadores de servicios turísticos rurales.

A continuación, se presenta un resumen de los hallazgos clave que orientan la mejora del diseño de productos turísticos en el Noroccidente de Pichincha:

Tabla 34

Principales hallazgos sobre las preferencias de consumo del turista rural en el Noroccidente de Pichincha

Categoría	Hallazgos principales
Perfil del turista.	Adulto joven o maduro (26-45 años), con educación superior y estabilidad económica. Viaja en familia o pareja.
Actividades preferidas.	Senderismo, aviturismo, turismo comunitario, turismo de aventura (canopy, tubing, ciclismo de montaña).
Alojamiento.	Senderismo, aviturismo, turismo comunitario, turismo de aventura (canopy, tubing, ciclismo de montaña).
Factores de decisión.	Preferencia por hosterías, cabañas rústicas, eco-lodges y camping bien equipado.
Canales de información.	Redes sociales y plataformas digitales especializadas.
Desafíos identificados.	Infraestructura vial deficiente, falta de señalización turística, percepción de inseguridad en algunos sectores.

Nota. La tabla resume los principales hallazgos de la investigación en cuanto a las preferencias de consumo de turismo rural en el Noroccidente de Pichincha y sus implicaciones para el diseño de productos turísticos. Fuente: Elaborado por el autor (2025).

Los resultados alcanzados en esta investigación presentan implicaciones fundamentales para el diseño y desarrollo de productos turísticos en el Noroccidente de Pichincha, evidenciando un notable potencial de crecimiento que se sustenta en una demanda ascendente y un perfil de visitante que prioriza la autenticidad y sostenibilidad de las experiencias turísticas. No obstante, para consolidarse como un destino de referencia, la región necesita abordar desafíos críticos como el mejoramiento de la infraestructura, la implementación de estrategias promocionales más efectivas y el desarrollo de una oferta turística estructurada y coherente. En consecuencia, al

atender estos aspectos de manera integral, el Noroccidente de Pichincha podrá posicionarse efectivamente como un referente del turismo rural en Ecuador, distinguiéndose por ofrecer experiencias únicas y memorables que satisfagan plenamente las expectativas y necesidades del turista contemporáneo.

4.2. Propuestas de Mejora para la Creación de Productos Turísticos Innovadores Alineados a las Zonas Rurales del Noroccidente de Pichincha

A partir del análisis de los resultados de la investigación, se diseñaron estrategias aplicables y viables para la creación de productos turísticos innovadores que potencien la oferta en las zonas rurales del Noroccidente de Pichincha. Por consiguiente, las propuestas que se plantearon se presentan a continuación....

4.2.1. Ruta Sensorial del Bosque Mágico: Turismo Inmersivo a Través de los Sentidos

Para atraer a visitantes que buscan una conexión auténtica con la naturaleza, se propone la creación de la Ruta Sensorial del Bosque Mágico, una experiencia inmersiva en la biodiversidad del Chocó Andino. Esta iniciativa buscará estimular los sentidos a través de recorridos temáticos que permitan a los turistas experimentar la naturaleza de manera multisensorial.

El diseño de esta ruta podría incluir estaciones interactivas donde los visitantes puedan escuchar los sonidos del bosque con dispositivos amplificadores naturales, tocar y reconocer texturas de la flora local con los ojos vendados, oler la diversidad de plantas aromáticas autóctonas y saborear infusiones y frutos cultivados en la zona. Además, una de las estaciones podría incluir la práctica de baños de bosque (Shinrin-Yoku), una técnica japonesa que ha demostrado beneficios en la reducción del estrés y la mejora del bienestar emocional.

Para fortalecer la experiencia, la ruta contará con guías especializados en interpretación ambiental, quienes compartirán historias sobre la biodiversidad local y la importancia de la

conservación. Así, este producto turístico innovador no solo atraerá a amantes de la naturaleza, sino también a personas interesadas en turismo de bienestar y experiencias de reconexión con el entorno.

4.2.2. De la Semilla a la Taza: Experiencia Vivencial del Cacao y Café

El turismo gastronómico es una de las tendencias de mayor crecimiento a nivel mundial, por lo que la propuesta "De la Semilla a la Taza" buscará convertir a las fincas productoras de cacao y café del Noroccidente de Pichincha en centros de experiencia interactiva, donde los visitantes puedan conocer, participar y degustar estos productos emblemáticos de la región.

La actividad se dividiría en cuatro fases: (1) Introducción a la historia y el proceso de cultivo, donde los turistas conocerán la importancia de estos cultivos en la economía local; (2) Experiencia de cosecha y fermentación, donde podrán recoger granos de cacao y café directamente de la planta y aprender sobre el proceso de fermentación; (3) Tostado y molienda artesanal, donde participarán en la transformación de los granos y experimentarán las diferencias entre métodos tradicionales y modernos; y (4) Degustación sensorial, en la que podrán preparar su propia taza de café o chocolate con sabores y texturas únicas.

Cabe señalar que la puesta en marcha de este producto turístico podría fomentar la conexión entre los visitantes y los productores locales, generando valor agregado a la cadena productiva. Además, se podrían incluir opciones premium, como la creación de mezclas personalizadas, lo que generaría mayores ingresos para los emprendedores rurales.

4.2.3. Pedaleando entre Montañas: Rutas de Cicloturismo con Paradas Culturales

Dado el auge del cicloturismo y la riqueza paisajística del Noroccidente de Pichincha, se propone el desarrollo de rutas de ciclismo de montaña, con circuitos diseñados para diferentes niveles de habilidad. Estas rutas estarían integradas con paradas culturales y gastronómicas, donde

los visitantes podrán conocer la historia de las comunidades locales, degustar productos típicos y participar en actividades tradicionales.

Además, para garantizar una experiencia segura y accesible, se plantea la implementación de señalización especializada, estaciones de descanso y puntos de alquiler de bicicletas eléctricas y convencionales. Inclusive, se podrían desarrollar paquetes de turismo activo que combinen cicloturismo con otras actividades como senderismo y visitas a cascadas.

Adicionalmente, una estrategia de diferenciación clave sería la implementación de la "Ruta del Café y el Cacao en Bicicleta", donde los ciclistas podrán recorrer fincas productoras y disfrutar de degustaciones en el camino. En efecto, este enfoque permitirá diversificar la oferta turística y atraer a un segmento de viajeros aventureros y amantes del deporte al aire libre.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En este trabajo de integración curricular se determinó las preferencias de consumo de turismo rural en el Noroccidente de Pichincha, revelando que, por un lado, los turistas priorizan experiencias en contacto con la naturaleza, actividades de aventura y gastronomía local. Asimismo, se identificó que la seguridad, la calidad del servicio y la autenticidad de la experiencia son factores cruciales en la selección del destino. No obstante, se estableció que la infraestructura vial deficiente, la falta de señalización y la escasa promoción turística representan desafíos significativos para el desarrollo del turismo rural en la región.

Además, el estudio identificó las características sociodemográficas de los turistas provenientes de Quito, concluyendo que, en su mayoría, son adultos jóvenes y maduros con nivel educativo superior y estabilidad económica, quienes prefieren viajar en familia o pareja. Asimismo, se constató que estos turistas buscan alojamientos sostenibles, como cabañas rústicas, eco-lodges y zonas de camping bien equipadas. De igual manera, se confirmó una fuerte inclinación por actividades que combinan el disfrute del entorno natural con la interacción cultural, destacando el senderismo, la observación de aves y las visitas a comunidades locales.

Así también, los resultados permitieron analizar las tendencias actuales del turismo rural en la región, evidenciando un desarrollo desigual. En este sentido, mientras Míndo (San Miguel de los Bancos) presenta un desarrollo turístico consolidado, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito aún enfrentan limitaciones en infraestructura y organización. Por otra parte, se observó un aumento en la demanda de turismo sostenible y comunitario, impulsado por una mayor conciencia ambiental de los visitantes. Sin embargo, la falta de promoción y la escasa capacitación de los

prestadores de servicios turísticos continúan siendo obstáculos para fortalecer la competitividad de la oferta en estos destinos.

Finalmente, la investigación determinó el perfil del turista rural ideal para el Noroccidente de Pichincha, caracterizándolo como un viajero que busca desconexión del entorno urbano, experiencias culturales auténticas y contacto con la biodiversidad. En este contexto, se concluyó que este turista valora destinos con una oferta estructurada y sostenible, aunque su experiencia puede verse afectada por la falta de infraestructura adecuada y la percepción de inseguridad en algunas zonas. Consecuentemente, estos hallazgos destacan la necesidad de mejorar la planificación turística en la región para consolidarla como un destino competitivo y atractivo para el turismo rural.

5.2. Recomendaciones

La investigación evidencia que la infraestructura vial deficiente y la falta de señalización turística afectan la experiencia del turista rural y limitan el desarrollo del sector en la región. Por consiguiente, se recomienda que las autoridades locales y los actores turísticos trabajen en la mejora de los accesos viales, la instalación de señalética clara y visible, así como en la implementación de medidas que garanticen la seguridad de los visitantes. Además, debido a que la infraestructura es un aspecto dinámico y dependiente de inversiones públicas y privadas, se sugiere que futuros estudios realicen evaluaciones periódicas sobre el impacto de estas mejoras en el flujo turístico y en la percepción de los visitantes.

Por otra parte, los resultados de la investigación permitieron determinar las preferencias actuales del turista rural en el Noroccidente de Pichincha, destacando el interés por el turismo de naturaleza, aventura y experiencias comunitarias. En este sentido, se recomienda diseñar y

promover productos turísticos innovadores que respondan a estos intereses, incluyendo rutas de senderismo interpretativo, turismo gastronómico y actividades sostenibles. No obstante, dado que las tendencias turísticas están en cambio constante debido a factores económicos, sociales y tecnológicos, se recomienda que futuras investigaciones analicen la evolución de estas preferencias para garantizar que la oferta turística se mantenga actualizada y competitiva en el tiempo.

Asimismo, la investigación evidencia que el turista rural utiliza principalmente redes sociales y plataformas digitales para informarse sobre destinos y tomar decisiones de viaje. Por lo tanto, se recomienda fortalecer la presencia del Noroccidente de Pichincha en medios digitales, generando contenido atractivo, colaborando con influencers y mejorando la gestión de plataformas de turismo. Sin embargo, considerando que las estrategias de marketing digital y los algoritmos de difusión de contenido cambian constantemente, se sugiere que próximos estudios analicen nuevas herramientas y tendencias tecnológicas que puedan mejorar la efectividad de la promoción turística en el tiempo.

Finalmente, el perfil del turista rural ideal para el Noroccidente de Pichincha ha sido determinado en esta investigación, permitiendo conocer sus motivaciones, expectativas y barreras al momento de viajar. En consecuencia, y tomando en cuenta que el comportamiento del consumidor turístico es variable y puede verse influenciado por cambios económicos, sociales y ambientales, se recomienda que investigaciones subsiguientes realicen estudios periódicos para actualizar el perfil del turista y evaluar el impacto del turismo en la región, asegurando que el desarrollo del sector se mantenga alineado con las necesidades del mercado y con principios de sostenibilidad.

Glosario.

Agroforestal: Sistema productivo que combina árboles, cultivos y/o animales en un mismo espacio, buscando un equilibrio entre producción agrícola y conservación forestal.

Avifauna: Conjunto de especies de aves que habitan en un territorio específico, como una región, un ecosistema o un país.

Biodiversidad: Variedad de vida en la Tierra, incluyendo la diversidad de especies, ecosistemas y variaciones genéticas dentro de cada especie.

Desarrollo sostenible: Se refiere a la implementación de prácticas y políticas que permiten aprovechar los recursos naturales, culturales y sociales de manera responsable y equilibrada, asegurando la conservación de estos para las generaciones futuras, mientras se promueve el bienestar de las comunidades locales y el crecimiento económico.

Ecoturismo: Modalidad de turismo responsable que promueve la conservación del medio ambiente y el bienestar de las comunidades locales, permitiendo a los viajeros conocer y apreciar espacios naturales.

Endemismo: Condición de una especie que solo existe de manera natural en un área geográfica y determinada en ningún otro lugar del mundo.

Holístico/a: Enfoque que considera un sistema como un todo integrado, donde las partes están interconectadas y no pueden entenderse de manera completamente separada.

Homónimo: Palabra que tiene la misma grafía o pronunciación que otra, pero significa algo completamente diferente.

Idóneo: Persona o cosa que resulta completamente adecuada, perfecta o apropiada para cumplir un determinado objetivo o función.

Insights: Comprensión profunda o revelación que permite entender mejor el comportamiento, motivaciones o necesidades de un grupo o individuo.

Mapa de empatía / Emphaty map: Es una herramienta visual que permite comprender mejor a un grupo objetivo, como clientes, usuarios, comunidades o audiencias específicas. Se utiliza para explorar qué piensa, siente, dice, hace, ve, escucha, y cuáles son sus necesidades y frustraciones de las personas, facilitando el diseño de soluciones centradas en las experiencias humanas.

Marketing: Disciplina que estudia y gestiona el intercambio de productos o servicios entre empresas y consumidores, considerando estrategias de promoción, comunicación y satisfacción de necesidades.

Matizada: Descripción o característica que presenta sutilezas, pequeños matices o variaciones delicadas que le dan profundidad y complejidad.

Millennial: Generación de personas nacidas entre los años 80 y principios de los 2000, caracterizada por su familiaridad con la tecnología digital y valores como la flexibilidad laboral y personal.

Perfil del turista: Descripción detallada de las características, comportamientos, preferencias y motivaciones de un tipo específico de viajero.

Prístino: Algo que se conserva en su estado original, intacto, sin modificaciones o alteraciones, generalmente usado para describir espacios naturales vírgenes.

Producto turístico: Es una oferta integral que combina recursos naturales, culturales y artificiales, junto con atractivos, servicios, actividades y emociones, para crear experiencias significativas para los visitantes.

Rústico: Estilo o característica que evoca simplicidad, naturalidad y conexión con lo rural, frecuentemente asociado con ambientes tradicionales o campestres.

Septentrional: Término que hace referencia a la zona o región ubicada en el norte de un territorio determinado.

Sostenibilidad: Capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas, equilibrando aspectos ambientales, económicos y sociales.

Subyacente: Lo que está oculto o escondido debajo de algo, representando una realidad o significado que no es inmediatamente visible.

Suroriental: Zona o región ubicada en la parte sureste de un territorio específico.

Turismo activo: Modalidad turística que involucra la participación física directa del viajero en actividades deportivas o de aventura en entornos naturales. Se caracteriza por requerir un esfuerzo físico y una interacción dinámica con el medio ambiente. Algunos ejemplos incluyen el senderismo, ciclismo de montaña, escalada, rafting, kayak, parapente y otras actividades que exigen energía y habilidades específicas.

Turismo de inmersión: Experiencia turística que busca que el viajero se sumerja completamente en la cultura, tradiciones y forma de vida local. Va más allá de ser un simple observador, permitiendo al turista participar activamente en la cotidianidad de una comunidad, aprender sus costumbres, idioma, gastronomía y prácticas culturales de manera profunda y auténtica.

Turismo ornitológico / Aviturismo: Modalidad de turismo especializado en la observación y estudio de aves en su hábitat natural, que atrae a personas interesadas en la ornitología.

Turismo rural: Es una actividad turística centrada en experiencias ligadas a la naturaleza, la agricultura, las tradiciones rurales y las culturas locales. Este enfoque incluye actividades como la pesca recreativa, el agroturismo, la interacción con comunidades rurales y la visita a sitios de interés cultural o natural.

Turismo vivencial: Tipo de turismo que se centra en la interacción directa del viajero con la comunidad local, permitiéndoles experimentar y compartir actividades cotidianas, tradiciones y formas de vida. Se diferencia del turismo tradicional en que busca crear una conexión emocional y personal con el destino, donde el turista no solo observa, sino que participa, aprende y comprende la esencia de la comunidad que visita.

Referencias Bibliográficas

- Aguado, S. (1 de abril de 2022). *¿Qué son los productos turísticos?*. Cursossemxa. <https://bit.ly/4gGgWpF>
- Alarcón del Amo, M., Cordente, M., Gómez, M., Blázquez, J., Millán, A., Díaz, E., y Consuegra, D. (2014). *Investigación de mercados*. Esic Editorial. <https://bit.ly/4gswHjX>
- Analuisa Pucó, F. (2021). *Estudio del perfil de la demanda turística del cantón Pujilí provincia de Cotopaxi, año 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi] Repositorio UTC. <https://bit.ly/3WaBT3R>
- Ayovi Mezza, L. (2018). *Diseño de un Plan de Marketing Turístico para el cantón Puerto Quito, provincia de Pichincha periodo 2017* [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo] Dspace SPOCH. <https://bit.ly/46ayXbR>
- CETT. (19 de enero de 2022). *Turismo rural: cuatro de cada diez ciudadanos lo practicaron en 2021*. <https://bit.ly/40VCeK9>
- CODESPA. (2016). *¿Cómo son los turistas que apuestan por el turismo rural comunitario?*. <https://bit.ly/4kcunRl>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. [CEPAL]. (2016). *¿Qué es la investigación de mercados?*. CEPAL. <https://bit.ly/42X0nm2>
- Comunidad Andina. [CAN]. (2012). *Estudio de mercado para establecer el Producto Turístico Andino PTA-CAN. Comunidadandina*. <https://bit.ly/3X2zhX3>
- Coronado-Vaca, I. C. (2018). *Propuesta de marketing digital para la promoción turística de la parroquia de Pacto, DM de Quito* [Tesis de pregrado, Universidad de las Américas] Dspace UDLA. <https://bit.ly/3WWccoY>

- Cortes, D. (s.f.). ¿Quién es un turista y cuáles son sus motivaciones?. *Universidad CESUMA*.
<https://bit.ly/42WVPw2>
- Dueñas Reyes, E., Rodríguez Veiguela, Y., Pons García, R., Tanda Díaz, J., y Bernal Rodríguez, J. (2024). Atributos identificativos del producto turístico de naturaleza: Paseo por el Río. Estrategias efectivas para su comercialización. *Revista Universidad y Sociedad*, 16(3), 96-107. <https://bit.ly/4aZ80dA>
- El Noroccidente de Pichincha ofrece actividades familiares y de aventura. (2020, julio 31). *El Comercio*. <https://bit.ly/3WIRS06>
- Enríquez, D., Carabalí, A., Males, N., y Montenegro, K. (2020). Diagnóstico situacional de las modalidades y destinos turísticos del cantón Pedro Vicente Maldonado, provincia de Pichincha. *Siembra*, 7(1), 001-016. <https://doi.org/10.29166/siembra.v7i1.1901>
- Equipo editorial de IONOS. (12 de septiembre de 2023). *Oferta y demanda: así afectan al mercado*. <https://bit.ly/4hELVUk>
- Fernández, F. J. (2017). *Estudio de mercado*. Lulu.com. <https://bit.ly/3Cy2cex>
- Fernández-Mazarambroz, N. S. (13 de septiembre de 2024). *Tendencias en el Turismo Rural Sostenible*. Instituto para la Calidad Turística Española y la Sostenibilidad [ICTES].
<https://bit.ly/4hEmqm1>
- Gallegos, R. (2023). ¿Qué es un Empathy Map y cómo hacerlo?. *Glou an Orium compañía*.
<https://bit.ly/4cK3wHT>
- García Henche, B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos de Turismo*, 15, 113-133. <https://bit.ly/41dG1np>

- García Rodea, L. F., Thomé Ortiz, H., González-Domínguez, I., y López-Carré, E. (2023). Análisis del perfil del turista y su relación con la demanda de turismo rural en el Estado de México (México). *El Periplo Sustentable*, (44). <https://bit.ly/3CQsokF>
- Hernández-Morales, A., Martínez-Mellado, A., y Hernández-Morales, C. (2023). Mapa de empatía, grupo focal y método de persona para perfilar al turista rural millennial. *Vinculatégica EFAN*, 9(1), 51–68. <https://doi.org/10.29105/vtga9.1-320>
- Jiménez Moreno, F. (2010). Estudios de turismo rural y cooperación entre Castilla y León y Portugal: (ed.). Ediciones Universidad de Salamanca. <https://bit.ly/41fe1zF>
- Law&Trends. (24 de enero de 2023). *La importancia de realizar estudios de mercado en las empresas*. <https://bit.ly/3WXJx2L>
- Lemoine Quintero, F. Á., Caicedo Coello, E. A., Hernández Rodríguez, N. R., Montesdeoca Calderón, M. G., y Saltos Saltos, J. E. (2020). *Gestión del Comportamiento del Consumidor Turístico*. Economía, Organización y Ciencias Sociales. <https://bit.ly/3EDSFTL>
- Llonch, O. (15 de mayo de 2024). *Todo sobre Turismo: 8 Tipos y sus Motivaciones*. Tickelia. <https://bit.ly/433tdRE>
- López Sánchez, F. (2008). *Proceso de decisión del consumidor Aplicación a los planes de pensiones individuales*. ESIC. <https://bit.ly/42Xk25p>
- Macías, V. (s.f.). 3 nuevas tendencias de turismo rural en el mundo. *Visionarias*. <https://bit.ly/4gHBRbX>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. [MINTUR]. (2019). *Manual para estructura de productos con base a un atractivo turístico* (2nd ed.). MINTUR. <https://bit.ly/3EDr45g>

- Ministerio de Turismo del Ecuador. [MINTUR]. (2020). Producto turístico. *CONAGOPARE Azuay*. <https://bit.ly/410tTEL>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. [MINTUR]. (2021). Plan Sectorial de Turismo 2021-2025. *MINTUR*. <https://bit.ly/4hBL86H>
- Molina Velásquez, E., Cabanilla Vásquez, E., Garrido Cornejo, C., y Borja Vivero, F. (2022). Estudio del comportamiento de la demanda turística interna en la reactivación Pos-Covid-19 en Ecuador. *Ecociencia*, 9(3). <https://doi.org/10.21855/ecociencia.93.633>
- Muñoz Jácome, E. A., Castillo Vizúete, D. D., y Román Santamaría, G. E. (2023). *Productos turísticos: concepción y diseño*. ESPOCH. <https://bit.ly/40Xwr7X>
- Noguera, K. (2016). *Análisis del desarrollo de turismo comunitario en la parroquia Peñaherrera cantón Cotacachi provincia de Imbabura* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte] Repositorio UTN. <https://bit.ly/42R7QTN>
- ONU Turismo. (s.f.-a). *Desarrollo de productos*. <https://bit.ly/4jRXQ2J>
- ONU Turismo. (s.f.-b). *Turismo Rural*. <https://bit.ly/4gJP3Ng>
- Osorio-González, R., Echeverría-Cachipundo, O., y Thomé Ortiz, H. (Coords.). (2022). *Turismo Rural, una radiografía desde Latinoamérica*. Editorial UTN. <https://bit.ly/4gJ0Zit>
- Ostelea. (3 de febrero de 2022). ¿Qué es un producto turístico?. <https://bit.ly/4hZI9Ve>
- Ostelea. (30 de noviembre de 2021). *Tendencias en turismo para el 2025*. <https://bit.ly/41h9Xz8>
- Pat Fernández, L. A., y Calderón Gómez, G. (2012). Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche. México. *Gestión turística*, (18), 47-70. <https://bit.ly/41fSNSb>

- Pelegrín, N., Naranjo, M. R., Marín, L. R., y Cabezas, E. (2024). Concepción de la oferta turística rural en Ecuador: Su redimensionamiento durante el período pospandémico. *Revista De Ciencias Sociales*, 30(9), 380-395. <https://bit.ly/4jRoXel>
- Pesonen, J., y Komppula, R. (2010). Turismo rural de bienestar: Motivaciones y expectativas. *Revista Gestión de la Hostelería y el Turismo*, 17(1), 150-157. <https://doi.org/10.1375/jhtm.17.1.150>
- Pinargote-Montenegro, K.G., Blázquez-Resino, J.J., y Martínez-Ruiz, M.P. (2022). Preferencias de consumo y sostenibilidad turística en Ecuador desde la pospandemia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 537-555. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.36>
- Possebon, J., Cervi, C., y Knebel Baggio, D. (2019). Factores que influyen en la decisión de compra de viajes turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(4), 903-922. <https://bit.ly/3EAwpKH>
- Prefectura de Pichincha. (2020). Guía de atracciones turísticas de la provincia de Pichincha. *GAD Provincial de Pichincha*. <https://bit.ly/3Y4HsDh>
- Quito Informa. (2023). En este 2023: el Noroccidente de Quito espera por ti. *Quito Informa*. <https://bit.ly/3S5vnKA>
- Reyes, K. V., y Suárez, M. E. (2019). *Oportunidades para el desarrollo del turismo rural en Curía y San José, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena] Dspace UPSE. <https://bit.ly/430WMDL>
- Rincón del Valle, N., y Quezada Ochoa, P. (2022). Análisis de las preferencias de los turistas nacionales que visitan Cuenca. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística - RIGISTUR*, 2(2), 1-17. <https://bit.ly/3WPgpdT>

- Ronda, L. (09 de enero de 2022). *¿Cómo hacer un Estudio de Mercado?: Definición y 6 fases* [Video]. YouTube. <https://bit.ly/4gG2IoK>
- Ruis Sandoval, Y. L. (2018). *Tendencias del mercado para el turismo rural en el cantón Otavalo - Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte] Repositorio UTN. <https://bit.ly/4k1rS3W>
- Salazar, D., Guerrero, M., Núñez, J., Zambrano, N., y Tixilema, E. (2018). Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias. *Ciencia Digital*, 2(4), 50-61. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.209>
- Santos, R. (2020). Turismo rural en Ecuador. *Ostelea*. <https://bit.ly/430Wk8x>
- Stanat, R. (2024). Investigación de Mercado Turístico. *SIS International Research & Strategy*. <https://bit.ly/42IY32a>
- Universidad Santander. (2023). La importancia de la investigación en el sector turístico. *UNISANT*. <https://bit.ly/41dc1Ik>
- Varisco, C. (2016). Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 153-167. <https://bit.ly/469Rmpj>

Anexos

Evidencias de Ejecución de Encuestas y Entrevistas



Encuesta - Barrio La Cascada
(Pedro Vicente Maldonado).



Encuesta - Mindo (San Miguel
de los Bancos).



Encuesta - Mindo (San Miguel
de los Bancos).



Encuesta - Pedro Vicente
Maldonado.



Encuesta - Puerto Quito.



Entrevista - Director de la Dirección de
Turismo del GAD Municipal del Cantón
Puerto Quito.



Entrevista - Presidente de la
Cámara de Turismo del Cantón
Pedro Vicente Maldonado.



Entrevista - Presidente de la
Federación de Cámaras de Turismo
del Noroccidente de Pichincha.



Entrevista - Propietario de
"Puerto Quito Lodge".



Entrevista - Recepcionista del
mariposario "Mariposas de
Mindo".



Entrevista - Técnica del Área de
Turismo del GAD Municipal del
Cantón Pedro Vicente Maldonado.



Vicepresidente del GAD
Parroquial Rural de Mindo.



Entrevista - Técnica de la Coordinación de Turismo del GAD
Municipal del Cantón San Miguel de los Bancos.



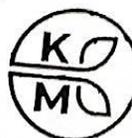
Encuesta - San Miguel de los
Bancos.

Validación de Entrevistas y Encuestas



Cierre: ¿Hay algo más que le gustaría agregar sobre el tema que no hayamos abordado en las preguntas anteriores?

Agradecimiento por su tiempo y participación.



R.U.C.: 1792016312031

*Entrevista realizada
 Puerto y Cuarto Quito.
 GADHaurcipa
 Hever 0997 Directora*



*Jsc. Verma Durán
 0992499009
 verma_duramp@hotmail.com
 Iris María Sandoval
 GADH Pedro Vicente Maldonado
 0999377047
 turismo@pedrovicentemaldonado.gov.ec*



Fecha: _____ Hora: _____
 Firma: _____

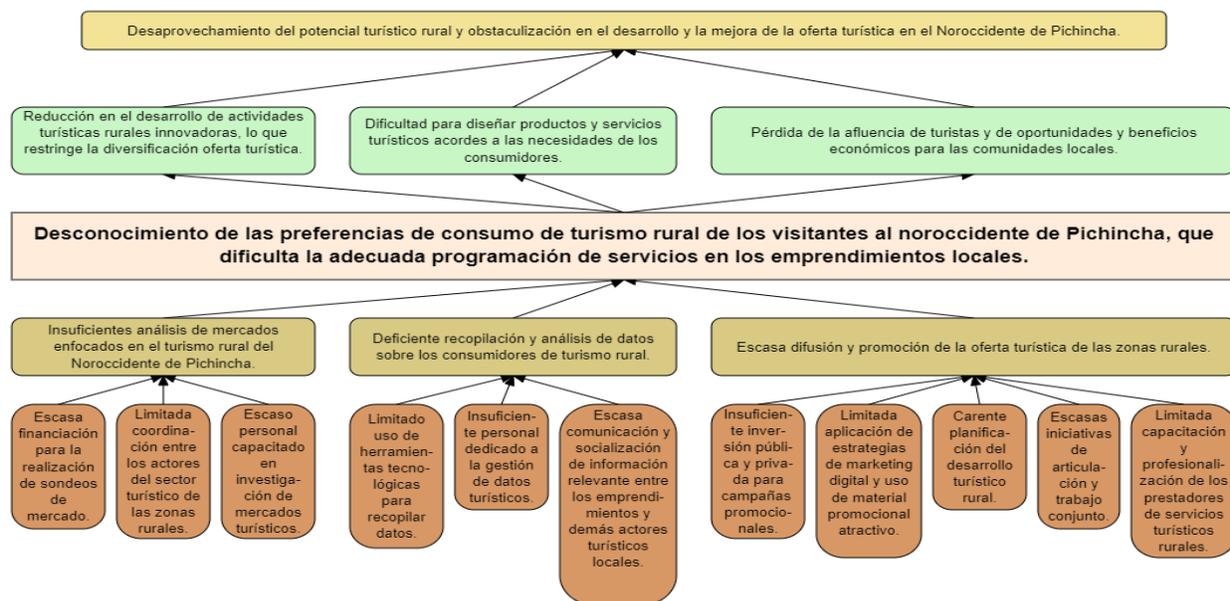
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE LINEA
 eduvirtual@utin.edu.ec

Sellos y firmas de representantes de emprendimientos turísticos y de los Municipios del Noroccidente de Pichicha, como constancia de validación y/o aprobación de las encuestas y entrevistas.

Árbol de Problemas

Figura 14

Árbol de problemas orientado al turismo rural en el Noroccidente de Pichincha.



Nota. La figura muestra las principales causas y efectos identificados sobre el desconocimiento de las preferencias de consumo de turismo rural de los visitantes al Noroccidente de Pichincha. Fuente: Elaborada por el autor (2024).

Matriz Metodológica

Tabla 35

Matriz metodológica

Objetivos	Métodos	Técnicas	Instrumentos
Identificar las características sociodemográficas y las preferencias de consumo de los visitantes provenientes de Quito hacia el Noroccidente de Pichincha, a través de la recopilación de datos relevantes, para el establecimiento del perfil del turista rural potencial.	Cuantitativo.	Encuesta.	Cuestionario estructurado.
Analizar las tendencias actuales del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha, mediante la recopilación de información proveniente de	Cualitativo.	Entrevista.	Guía de entrevista.

actores clave del sector, para la identificación de oportunidades de desarrollo de productos turísticos innovadores.

Determinar el perfil del turista rural ideal para el Noroccidente de Pichincha, desde una perspectiva integral que permita la comprensión en profundidad de sus necesidades, deseos y motivaciones.

Cualitativo.

Empathy map
(Mapa de
empatía).

Plantilla de mapa de
empatía.

Nota. La tabla muestra información sobre la matriz metodológica aplicada en el presente estudio de mercado. Fuente: Elaborada por el autor (2024).

Instrumentos de investigación empleados en la investigación

Cuestionario Estructurado (Bosquejo de Encuestas)

Encuesta sobre las preferencias de consumo de turismo rural, orientado al Noroccidente de la provincia de Pichincha.

Objetivo de la encuesta:

La presente encuesta tiene como propósito conocer las preferencias y comportamientos de consumo de los visitantes provenientes de Quito en relación al turismo rural en el Noroccidente de Pichincha, con el fin de favorecer a los emprendimientos locales en el diseño de productos y a la adecuada programación de servicios turísticos acordes a las necesidades de los turistas.

Indicaciones generales:

- La encuesta es anónima y confidencial.
- Responda con sinceridad a cada una de las preguntas.

Nota: Los datos obtenidos en la presente encuesta se emplearán para fines académicos e investigativos.

Conceptos clave:

- **Producto turístico:** Es una oferta integral que combina recursos naturales, culturales y artificiales, junto con atractivos, servicios, actividades y emociones, para crear experiencias significativas para los visitantes.
- **Turismo rural:** Es una actividad turística centrada en experiencias ligadas a la naturaleza, la agricultura, las tradiciones rurales y las culturas locales. Este enfoque incluye actividades como la pesca recreativa, el agroturismo, la interacción con comunidades rurales y la visita a sitios de interés cultural o natural.

Preguntas de la encuesta:

1. Lugar de residencia:

- a) Quito norte.
- b) Quito sur.
- c) Centro de Quito.
- d) Sangolquí / Los Valles / Cumbayá.
- e) Otro.

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

- a) Menos de 18 años.
- b) 18 - 25 años.
- c) 26 - 35 años.
- d) 36 - 45 años.
- e) Más de 45 años.

3. Género:

- a) Masculino.
- b) Femenino.

f) Otro.

4. Estado civil:

a) Soltero/a.

b) Casado/a.

c) Divorciado/a.

d) Unión Libre.

e) Viudo/a.

5. ¿Cuál es su situación laboral actual?

a) Estudiante.

b) Empleado/a privado.

c) Empleado/a público.

d) Independiente (Emprendedor / Empresario / Comerciante).

e) Desempleado/a.

f) Jubilado/a.

6. ¿Cuál es su nivel de estudios?

a) Sin estudios.

b) Educación básica.

c) Bachillerato.

d) Estudios de tercer nivel.

e) Estudios de cuarto nivel o posgrado (maestría, doctorado).

7. ¿Cuál es su presupuesto promedio por persona para un viaje de turismo rural?

a) Menos de \$50.

b) \$51 - \$100.

- c) \$101 - \$200.
- d) Más de \$200.

8. Cuando realiza turismo rural, ¿con quién suele viajar?

- a) Solo/a.
- b) Pareja.
- c) Familia.
- d) Amigos.
- e) Grupo organizado.

9. ¿Qué tipo de destino visitó la última vez que viajó por turismo dentro del país?

- a) Playas.
- b) Balnearios / complejos turísticos.
- c) Turismo dentro de ciudades.
- d) Zonas Rurales / bosques / montañas.
- e) Amazonía.
- f) Otro.

10. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere cuando realiza turismo rural?

- a) Hotel.
- b) Hostería.
- c) Cabaña/Casa de huéspedes.
- d) Camping.
- e) Otro.

11. Valore su grado de interés en las siguientes actividades de turismo rural (siendo 1 nada interesado y 5 muy interesado):

Actividades de turismo rural.	Valoración de su grado de interés.				
	1	2	3	4	5
a) Caminatas/Senderismo.					
b) Cabalgatas.					
c) Ciclismo de montaña.					
d) Observación de aves.					
e) Visitas a comunidades locales.					
f) Participación en actividades agrícolas.					

12. ¿En qué provincia se encuentra el destino que visitó en su último viaje por turismo dentro del país?

- a) Cotopaxi.
- b) Tungurahua.
- c) Imbabura.
- d) Carchi.
- e) Pichincha.
- f) Santo Domingo de los Tsáchilas
- g) Esmeraldas.
- h) Manabí.
- i) Guayas.
- j) Pastaza.
- k) Napo.
- l) Los Ríos.

- m) Sucumbíos.
- n) Otra provincia de la Sierra.
- o) Otra provincia de la Costa.
- p) Otra provincia de la Amazonía.

13. ¿Cuántos días suele permanecer en su destino de turismo rural?

- a) 1 día.
- b) 2 días.
- c) 3 días.
- d) Más de 3 días.

14. ¿A través de qué medios le gustaría informarse sobre ofertas de turismo rural?

- a) Redes sociales.
- b) Páginas web especializadas.
- c) Agencias de viajes.
- d) Recomendaciones de amigos/familiares.
- e) Otro.

15. Valore su grado de importancia de los siguientes aspectos al elegir un destino de turismo rural (siendo 1 nada importante y 5 muy importante):

Actividades de turismo rural.	Valoración de su grado de interés.				
	1	2	3	4	5
a) Cercanía al lugar de residencia.					
b) Precios accesibles.					
c) Actividades y atractivos turísticos.					
d) Calidad de los servicios.					

e) Seguridad y tranquilidad.					
f) Participación en actividades agrícolas.					

16. ¿Cuándo fue la última vez que realizó turismo en entornos rurales?

- a) En el último mes.
- b) Hace dos a tres meses.
- c) Hace tres a seis meses.
- d) Hace seis meses a un año.
- e) Hace uno a tres años.
- f) Hace más de tres años.
- g) Nunca he realizado turismo en entornos rurales.

17. ¿Cuántas veces ha visitado el Noroccidente de Pichincha?

- a) Es la primera vez.
- b) Es la segunda vez.
- c) Frecuentemente.
- d) Nunca he visitado.

Guía de Entrevista

Guía de entrevista para actores clave del sector turístico rural

Introducción: Buenos días/tardes, gracias por participar en esta entrevista que tiene como propósito conocer su perspectiva sobre las tendencias actuales del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha y las oportunidades de desarrollo en el sector.

Duración estimada: 10-20 minutos.

Nota: La presente entrevista se realiza para fines académicos e investigativos, por lo cual se solicita su consentimiento previo para realizar la grabación de la sesión.

Conceptos clave:

- **Desarrollo sostenible:** Se refiere a la implementación de prácticas y políticas que permiten aprovechar los recursos naturales, culturales y sociales de manera responsable y equilibrada, asegurando la conservación de estos para las generaciones futuras, mientras se promueve el bienestar de las comunidades locales y el crecimiento económico.
- **Perfil de turista:** El perfil del turista es una herramienta que describe las características demográficas, socioeconómicas y comportamentales de los visitantes de un destino turístico. Incluye aspectos como edad, género, nivel educativo, ingresos, nacionalidad, motivaciones, gustos y preferencias.
- **Producto turístico:** Es una oferta integral que combina recursos naturales, culturales y artificiales, junto con atractivos, servicios, actividades y emociones, para crear experiencias significativas para los visitantes.
- **Turismo rural:** Es una actividad turística centrada en experiencias ligadas a la naturaleza, la agricultura, las tradiciones rurales y las culturas locales. Este enfoque incluye actividades como la pesca recreativa, el agroturismo, la interacción con comunidades rurales y la visita a sitios de interés cultural o natural.

Datos del entrevistado:

Nombre: _____

Cargo/Rol en el sector turístico o profesión: _____

Años de experiencia en el sector: _____

Localidad: _____

Fecha: AAAA-MM-DD.

Preguntas:

1. Desde su experiencia, ¿cómo ha evolucionado el turismo rural en el Noroccidente de Pichincha en los últimos años?

2. ¿Cuáles son los principales atractivos o experiencias turísticas rurales que actualmente tienen mayor demanda en la región?

3. ¿Qué cambios ha observado en el perfil y las preferencias de los turistas que visitan la zona rural del Noroccidente de Pichincha?

4. ¿Qué recursos o atractivos turísticos de la región considera que están subaprovechados y tienen potencial de desarrollo?

5. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta actualmente el desarrollo del turismo rural en la región?

6. ¿Qué tendencias innovadoras en turismo rural ha observado en otros destinos que podrían adaptarse exitosamente a esta región?

7. ¿Cómo cree que la tecnología está influyendo o podría influir en el desarrollo del turismo rural en la zona?

8. Desde su perspectiva, ¿qué papel juegan las comunidades locales en el desarrollo del turismo rural y cómo se podría fortalecer su participación?

9. ¿Qué tipos de productos o experiencias turísticas considera que deberían desarrollarse para satisfacer las demandas actuales y futuras de los visitantes?

10. ¿Qué recomendaciones daría para potenciar el desarrollo sostenible del turismo rural en el Noroccidente de Pichincha?

Cierre: ¿Hay algo más que le gustaría agregar sobre el tema que no hayamos abordado en las preguntas anteriores?

Agradecimiento por su tiempo y participación.

Plantilla del Empathy Map (Mapa de Empatía)

Plantilla del mapa de empatía



Guía de preguntas reflexivas para el mapa de empatía.

¿Qué piensas y sientes?

1. ¿Qué experiencias busca realmente un turista cuando elige un destino rural?

2. ¿Cuáles son las mayores preocupaciones de los turistas al planear un viaje a una zona rural?

3. ¿Qué sueños o aspiraciones cree que los turistas están tratando de cumplir con este tipo de turismo?

4. ¿Qué emociones esperan los turistas experimentar durante su estancia en el campo?

¿Qué ves?

1. ¿Qué imágenes o escenarios cree que cautivarían más a un turista rural en el Noroccidente de Pichincha?

2. ¿Cómo cree que perciben los turistas la autenticidad de una experiencia rural?

3. ¿Qué detalles del entorno rural llaman más la atención de los turistas?

4. ¿Cómo influyen en los turistas las redes sociales en la percepción de un destino rural ideal?

¿Qué oye?

1. ¿Qué recomendaciones tienen mayor influencia en los turistas en la decisión de visitar un destino rural?

2. ¿Qué sonidos de la naturaleza o del campo cree que más valoran o buscan experimentar los turistas?

3. ¿Cómo influyen en los turistas las opiniones de amigos o familiares en su elección de un destino rural?

4. ¿Qué mensajes sobre turismo sostenible considera que resuenan más con los destinos rurales?

¿Qué dice y hace?

1. ¿Cómo describiría un turista su experiencia ideal en el campo a sus amigos?

¿Qué actividades rurales cree que generan más entusiasmo en los turistas para compartir en redes sociales?

2. ¿Cómo expresan los turistas su deseo de conexión con la naturaleza y la cultura local?

3. ¿Qué acciones tomaría usted para asegurarse de que los turistas tengan una experiencia auténtica y sostenible?

Dolores

1. ¿Cuáles son las mayores frustraciones que un turista podría experimentar en un entorno rural?

2. ¿Qué aspectos de la vida en el campo podrían resultarles más desafiantes o incómodos a los turistas?

3. ¿Qué temores o preocupaciones podrían disuadir a los turistas al elegir un destino rural?

4. ¿Qué experiencias negativas previas podrían influir en las expectativas de los turistas?

Ganancias

1. ¿Qué descubrimientos o aprendizajes cree que más valoran los turistas de una experiencia rural?

2. ¿Cómo podría una experiencia de turismo rural transformar la perspectiva o estilo de vida de un turista?

3. ¿Qué recuerdos o historias esperan los turistas llevarse consigo de su visita al campo?

4. ¿Qué beneficios personales (físicos, emocionales, espirituales) buscan los turistas obtener de su estancia en un destino rural?

EVALUACIÓN DE LA FASE DE DESARROLLO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

Tema: "Estudio de las preferencias del consumo de turismo rural orientado al noroccidente de Pichincha, Ecuador"

Director: MSc. Dennis Ortiz / **Asesor:** MSc. Victoria Ruiz **TIC:** Tesis

Facultad: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

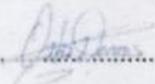
Carrera: Turismo – En Línea

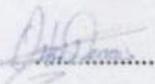
Autor: Jhon Alexander Jiménez Jiménez

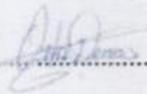
* Simbología de evaluación: MA = Muy Aceptable; A = Aceptable; PA = Poco Aceptable

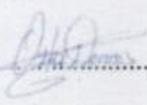
ACTIVIDADES SEGÚN CRONOGRAMA	CUMPLIÓ CRONOGRAMA			RESULTADOS			Horas de asesoría	OBSERVACIONES (FECHA DE LA REVISIÓN)
	MA	A	PA	MA	A	PA		
1. Resumen	X							
2. Introducción (Problema de investigación, justificación, objetivos)		X						Mejorar la redacción del texto.
3. Capítulo I (Marco teórico)		X						Revisar citas y uso de Normas APA.
4. Capítulo II (Materiales y métodos)		X						Revisar el diseño metodológico.
5. Capítulo III (Resultados)		X						Revisar las medidas de mitigación.
6. Capítulo IV (Discusión)		X						Añadir citas bibliográficas, trabajar con triangulación de discusión.
7. Conclusiones y Recomendaciones		X						Mejorar redacción de conclusiones y recomendaciones.

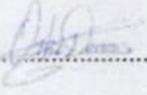
Seguimiento del Director /Asesor TIC

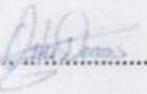
Fecha: día ...29... mes ...10... año ...2024... **Firma:** 

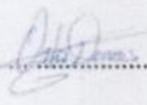
Fecha: día ...26... mes ...11... año ...2024... **Firma:** 

Fecha: día ...13... mes ...12... año ...2024... Firma: 

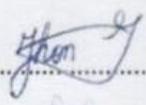
Fecha: día ...07... mes ...01... año ...2025... Firma: 

Fecha: día ...17... mes ...01... año ...2024... Firma: 

Fecha: día ...24... mes ...01... año ...2024... Firma: 

Fecha: día ...19... mes ...02... año ...2025... Firma: 

Firma del biometrista (metodología):

Firma del estudiante: 

Firma del Coordinador de la carrera: 