

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE EXPERIENCIAS DE VIAJE EN TURISMO RURAL, CASO RUTA “AVENIDA DE LOS VOLCANES”, COTOPAXI, ECUADOR

Carolina Montenegro Holguín
Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador
montecaro86@gmail.com

Resumen

En Ecuador, los destinos rurales florecen debido a su diversidad geográfica. Establecimientos como hosterías y cabañas han ganado fuerza, ofreciendo experiencias cercanas a la naturaleza. Para mantener su atractivo, estos emprendimientos necesitan innovar constantemente. Dada la relevancia de las plataformas digitales, este estudio analiza comentarios de Tripadvisor sobre servicios de turismo rural. La investigación utiliza códigos basados en conceptos de turismo rural para evaluar percepciones positivas o negativas. Con este análisis cualitativo se busca comprender cómo los turistas valoran las experiencias en destinos rurales, vital para la evolución y satisfacción del sector.

Palabras clave: Turismo rural, experiencia de viaje, Análisis de comentarios, Mapa de códigos.

Cita recomendada: Montenegro, C. (2023). Análisis de contenido de experiencias de viaje en Turismo Rural, caso ruta “Avenida de los volcanes”, Cotopaxi, Ecuador. *Revista Gestión Turística*, (39), 50-74. ISSN 0717-1811.

CONTAIN ANALYSIS OF RURAL TOURISM TRAVEL EXPERIENCE, CASE “AVENIDA DE LOS VOLCANES” COTOPAXI, ECUADOR

Carolina Montenegro Holguín

Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador

Abstract

In Ecuador, rural destinations thrive due to geographical diversity. Establishments like lodges and cabins have gained strength, offering nature-centric experiences. To sustain appeal, these ventures need constant innovation. Given the significance of digital platforms, this study analyzes TripAdvisor comments on rural tourism services. The research employs codes based on rural tourism concepts to assess positive or negative perceptions. Through this qualitative analysis, the aim is to understand how tourists value experiences in rural destinations—crucial for the evolution and satisfaction of the sector.

Keywords: Rural Tourism, Travel experience, comments analysis, code map.

Recommended cite: Montenegro, C. (2023). Análisis de contenido de experiencias de viaje en Turismo Rural, caso ruta “Avenida de los volcanes”, Cotopaxi, Ecuador. *Revista Gestión Turística*, (39), 50-74. ISSN 0717-1811.

Introducción

El turismo rural es uno de los tipos de turismo desarrollados a nivel mundial, Ecuador no ha estado ajeno a este desarrollo. Según datos del Ministerio de turismo del país (2020), a nivel país y considerando escenarios post COVID se desarrollan aproximadamente 12% de experiencias vinculadas a este tipo de turismo, así mismo según e Atlas de turismo Rural del Ecuador,

El turismo rural ha sido abordado teóricamente por diversos autores (Cabanilla, 2018; Barrera, 2003; Parra, 2019; Huertas, 2020 y otros). Las principales contribuciones están en materia de historia, componentes problemáticas, geografía. A nivel de Ecuador, los estudios se han enfocado en Dinámicas demográficas, Multiétnica, Alimentación. Sin embargo, se carecen de datos cualitativo que corroboren relaciones entre variables abordadas que permitan observar la experiencia en turismo rural desarrollada en la zona de estudio.

La presente investigación estará enfocada en realizar un análisis de contenido de comentarios de viajes en las plataformas turísticas TripAdvisor, con la intención de identificar las variables señaladas por turistas en relación al Turismo Rural relativo a las comunidades de Pujilí, Sigchos, Latacunga y La Maná insertas en el macro destino “Avenida de los volcanes” en Ecuador.

Estas comunidades tienen más del 70% de zona rural (INEC, AÑO), en que sus residentes se dedican a la agricultura, ganadería, elaboración de productos artesanales como los derivados de la caña de azúcar, mermeladas de frutos locales, tejidos, productos lácteos y chocolates artesanales, que son los mismo que se ofertan y demandan los turistas.

Esta área de estudio posee diversos atractivos turísticos que llaman la atención de extranjeros y nacionales como lo son el volcán Cotopaxi y su laguna natural, el Lago y cráter del volcán Quilotoa el cañón de Zumbahua, los bosques tropicales húmedos y nublados, cascadas, ríos rápidos, cadenas montañosas, entre otros, todos estos recursos han sido plasmados en las diferentes plataformas online.

El actual uso de las plataformas turísticas permite al turista no solo buscar la oferta de destino más conveniente de acuerdo con sus preferencias sino también comentar y sugerir su opinión real sobre los lugares, atractivos y establecimientos que visite.

Esta información brindada por estas plataformas son la base para esbozar indicadores de calidad de los servicios y productos de un destino turístico ya que permiten verificar mediante sus contenidos la percepción de los turistas de forma pública. Por lo tanto, no se puede descartar que el crecimiento de este tipo de promoción turística se debe al actual dominio del turismo la línea que en si está reemplazando a las agencias e intermediarios del sector turístico.

Los contenidos de una plataforma digital permitirán la caracterización de las preferencias tanto positivas como negativas hacia la calidad y preferencia de los servicios de turismo rural ofertados en los distintos establecimientos.

Objetivo General

Analizar el contenido de experiencias de viaje de turistas sobre turismo rural a través de plataformas turísticas online que permita identificar brechas en aspectos esenciales detectados.

Objetivos específicos

- Definir a partir de literatura internacional y nacional un mapa de aspectos esenciales en el comportamiento de turistas de turismo rural.
- Analizar los aspectos esenciales de las experiencias de turistas de turismo rural en el caso de estudio.
- Identificar las contribuciones al modelo teórico de la experiencia de turismo rural para el caso ruta “Avenida de los volcanes”, Cotopaxi, Ecuador.

Metodología

Esta investigación de carácter cualitativo y en base con el propósito, el diseño de la investigación es no experimental, ya que describe y analiza la situación turística rural de la “Avenida de los Volcanes” destino Cotopaxi con base en los comentarios de contenidos de experiencia de viaje de los turistas.

Como método se utilizó en análisis de contenido de comentarios de turistas de turismo rural en el área de estudio.

Se aplicó un modelo temático de análisis de contenido a 1316 comentarios de viajeros en 16 diferentes establecimientos distribuidos entre las zonas rurales de las 5 comunidades de Pujilí, Sigchos, Latacunga y La Mana en la “Avenida de los Volcanes” destino Cotopaxi, para el análisis de estos datos se empleará el programa Maxqdea que servirá para codificar los contenidos de cada viajero, lo que permitirá brindar resultados precisos en las diferentes categorías a considerar.

Previo a definir el área de estudio se comprobó mediante fuentes de datos públicos y estadísticos que la Provincia de Cotopaxi consta de un 78% de población rural (INEC, 2013).

Debido a su ubicación geográfica la mayoría de las comunidades sobrepasan los 2000 m.s.n.m. y están rodeadas de zonas montañosas, pajonales andinos y bosques nubosos por lo que su crecimiento urbano es poco probable, lo que permite un crecimiento más bien de emprendimientos destinados al turismo rural aprovechando los recursos y atractivos naturales de esta ruta.

Variables

Son varias las categorías que poseen estas tres plataformas, sin embargo, se trabajaran las variables que tienen en común entre sí:

Alojamiento, alimentación, atractivo donde se analizará la percepción del viajero sobre la: Calidad del producto: atractivo, gastronómico, de servicio, atención al cliente, referencia de hospedaje: rustico, lujoso, camping.

- Determinar un área de estudio con las comunidades de mayor preferencia de turismo rural de acuerdo con el contenido de las plataformas online
- Caracterizar las actividades de alojamiento, alimentación y atractivos dentro de los contenidos mediante una matriz que evalúe los aspectos positivos y negativos sobre los servicios turísticos ofertados en el destino Cotopaxi.

Diseño de la investigación

Universo: Serán escogidas las cinco comunidades del destino Cotopaxi que constan en las plataformas Tripadvisor, en 16 diferentes establecimientos en las categorías hospedaje, alimentación y atractivo turístico.

Muestra a Utilizar: El tipo de muestreo a utilizar será no probabilístico, ya que los contenidos se realizarán en una muestra total de 4.101 comentarios que serán analizados para identificar qué impacto tienen en el desarrollo del turismo rural en estas comunidades.

Recopilación y análisis documental

Para levantar información general del área de estudio se recurrirá a una plataforma turística que tienen en su contenido los 16 de los establecimientos escogidos entre las comunidades Pujilí, Sigchos, Latacunga, La Maná, de origen y actividad rural, con sus respectivas categorías hospedaje, alimentación y atractivo turístico.

Para complementar el estudio se revisará documentación estadística de los institutos demográficos, documentos públicos y revisión bibliográfica que aporte las correctas definiciones, planteamientos y estructuras sobre el uso de las plataformas turísticas, las diferentes tipologías del turismo rural, programas de análisis de datos, perfil del turista y percepción turística que se utilizarán en el trabajo de investigación.

Marco Teórico

De acuerdo con (Cabanilla, 2018, pág. 20), el turismo cultural (donde se ubica el turismo comunitario o rural), ha tenido gran impacto en la demanda sobre este producto basado en diferentes categorías como: fiestas y celebraciones en un 82,6% de preferencia, el 78,3 con la convivencia familiar, el 65,2% con juegos tradicionales, un 23,6% opta por visitar los sitios arqueológicos. Estas cifras, aunque de manera superficial no dejan de indicar la importancia que tienen las comunidades rurales en el territorio ecuatoriano para la conservación de sus aspectos culturales, ancestrales, tradicionales y productivos en cuanto al desarrollo de su entorno social, cultural y económico. En este sentido, es fundamental el conocer la percepción del turista en sus experiencias de viaje que para esta investigación se analiza a través de plataformas turísticas, considerando: calidad del servicio, calidad del producto, atención al cliente, conformidad de precios, accesibilidad, entre otras cualidades que exige la demanda.

Un concepto central de esta estrategia de desarrollo es la fuerte participación local en el proceso. Esta característica conduce a (Barrera, 2003, pág. 14) a que “el turismo puede contribuir notablemente al desarrollo económico y social de las comunidades rurales. Así lo consideran las más modernas estrategias de desarrollo rural como lo menciona (Andrade, 2011) que muestra en dichas estrategias la importancia del desarrollar el turismo rural para erradicar la pobreza de estos sectores de forma equitativa y con la participación activa de todos los actores público y privados , de igual manera lo (Fernado Soto, 2007) quien detalla en su informe de análisis de experiencias en Chile, Brasil y México, los arreglos institucionales realizados en cada país para la promoción del desarrollo económico en territorios rurales, sin embargo en cada uno de ellos encontró también discrepancias y desacuerdos entre las instituciones públicas y privadas, esto desencadena que muchos proyectos incluyendo los del sector turístico no tengan posibilidad de llevarse a cabo, y es que es importante mencionar que antes de desarrollar cualquier actividad en el sector rural, primero deben estar bien enmarcados los límites rurales y tener establecido que instituciones participaran en dicho desarrollo y sobre todo que todos tanto públicos como privados tengan claros los objetivos y estrategias en las que trabajaran que deben ser las mismas para evitar estancamientos en el desarrollo de proyectos y programas que incentiven un crecimiento económico y sostenible en un sector rural. Siendo esta última la más importante estrategia: la concordancia entre las instituciones públicas y privadas para trabajar en un territorio rural y que involucren dentro de estos desarrollar acciones destinadas a promover el turismo rural. El planteamiento no es irrelevante, pues como toda actividad económica, el turismo genera impactos positivos y negativos. La participación de la comunidad resulta de importancia, pues se relaciona con la distribución de los ingresos que genera la actividad.

Se observa crecientemente en las zonas rurales la aparición de inversiones extra rurales cuyo aporte al desarrollo económico local en muchos casos es de bajo impacto frente a los costos ambientales asociados.

Las inversiones de capitales extra-regionales, las que, por supuesto deben ser bienvenidas, pueden generar un menor impacto sobre el desarrollo local que una estrategia de desarrollo local del turismo soportada con menos inversión y que en general tienen mayor impacto ambiental. Según nuestro criterio, ambos son negocios de turismo rural que, por su localización, tienen características muy diferentes. En la siguiente tabla se apuntan las marcadas diferencias entre una inversión externa y muy profesionalizada como un “Resort” y un desarrollo de turismo rural a escala local, cabe destacar que, aunque ambos productos tengan diferencias esto no influye en la calidad que deben ofertar los servicios brindados en un establecimiento.

Tabla 1. Diferencias entre un turismo de soporte extra-rural y el turismo rural

RESORT	TURISMO RURAL
Poco espacio abierto	Muchos espacios abiertos.
Densamente poblado	Población dispersa.
Ambiente construido	Ambiente natura.
Muchas actividades internas	Muchas actividades al aire libre.
Infraestructura intensiva	Carencia de infraestructura.
Actividades organizadas	Actividades individuales.
Establecimientos grandes	Establecimientos pequeños.
Firmas nacionales e internacionales	Comercios de firmas locales.
Mucha gente full time en turismo	Mucha gente part time al turismo.
Sin actividades agropecuarias	Desarrollo de actividades agropecuarias.
Trabajadores pueden vivir lejos	Trabajadores viven en la localidad.
Poca estacionalidad	Fuerte estacionalidad.
Muchos visitantes	Pocos visitantes.
Relación anónima con los visitantes	Relación personal con los visitantes.
Administración profesional	Administración amateur.
Atmósfera cosmopolita	Atmósfera local.
Edificios modernos	Construcciones viejas.
Ética moderna	Conservan límites al desarrollo ético.
Mercado masivo	Mercado de nicho.

Fuente: Manual de Turismo Rural par micro, pequeños y medianos empresarios Rurales

El turismo comunitario en territorios rurales es presentado por (Parra Cárdenas, Cisneros Mustelier, & Velasteguí López, 2019). Indicando el apoyo presentado por estado ecuatoriano. Recientemente, el gobierno ha promovido y estimulado al turismo rural comunitario desde la Planificación General, considerándola una actividad provechosa económicamente y a su vez en un sector estratégico del país evidenciando esta realidad en la Agenda de Transformación Productiva del país y El Plan Nacional Toda una Vida donde se vincula al turismo rural comunitario en sus objetivos, plantea favorecer la igualdad, la inclusión y participación en un marco de equidad social y territorial para mejorar la calidad de vida del pueblo por medio de la actividad y disfrute del Turismo como una actividad económica alterna.

Las empresas ecuatorianas han respondido positivamente al reto de las nuevas tendencias de la demanda turística internacional de programas alternativos y especializados. La oferta de actividades deportivas, tales como pesca, rafting, buceo, montañismo y ciclismo, se ha incrementado en un 28%; mientras que la oferta de turismo de naturaleza especializado, como ecoturismo, observación de flora y fauna, agroturismo, etc. ha tenido un incremento del 66%.

En la búsqueda de más experiencias culturales en todos los sentidos y ubicar lugares ya no tan tradicionales sino experiencias que le satisfagan sus expectativas en este sentido (Huertas López, Cuétara Sánchez, Jiménez Valero, & Pilco Segovia, 2020, pág. 4) hablan a cerca de la marca turística en donde se visita al pueblo de Mocha y se observa lo siguiente: comunidad, escogió a través de un proceso organizado y coordinado por las partes, una marca turística con la intención de identificar a la localidad y que recoge no solo el sentir de los pobladores sino los elementos más simbólicos e icónicos de la región, entre estos se consideran aspectos religiosos, culturales, naturales y geográficos, arquitectónicos, gastronómicos y socio productivos, entre otros. Esta marca representa e identifica tanto nacional como internacionalmente a la localidad de Mocha, asimismo es difundida en todos los materiales impresos de carácter promocional.

El significado de la marca turística se basa en que contiene elementos icónicos de la ciudad, en la parte posterior se observa la cumbre del Puñalica, que simboliza su terreno declinado, el color verde, representa la exuberante flora de la reserva y páramos de Mocha.

El turismo rural es uno de los tipos de turismo desarrollados a nivel mundial, Ecuador no ha estado ajeno a este desarrollo. Según datos del Ministerio de Turismo (Mintur), el país ha tenido un incremento significativo en el turismo rural desde el año 2006 en que se institucionalizó y legalizó como actividad turística y luego en el 2007 cuando se incluyó en el (Mintur, 2019) Plan Nacional de Desarrollo de Turismo, y que ha tomado fuerza en la oferta de productos turísticos. La demanda a nivel país se identifica 26% de experiencias vinculadas a este tipo de turismo, el 12% de este grupo prefiere los destinos montaña, el 9% áreas protegidas, y el 8% amazonia. Estos indicadores muestran que la preferencia del turista en el sector rural está logrando competir con el turismo de sol y playa, un concepto que coincide con la teoría de Martínez quien asegura que la aparición de un nuevo perfil de turista más experimentado y con mayor demanda en la prestación de servicios turísticos provoca una nueva demanda en destinos con alternativas distintas al turismo tradicional (Martinez, 2015).

Ecuador debido a su riqueza paisajística y variedad de pisos climáticos las actividades turísticas de naturaleza, deportes y recreación tienen una gran acogida, precisamente un informe realizado por el Centro de Investigación, Divulgación e Innovación Turística (IDITUR) en conjunto con el Ministerio de Turismo del Ecuador, durante en 2019 indicó un fuerte incremento de las actividades relacionadas al entorno rural, no solo con el objetivo de dinamizar la diversidad de la oferta de turismo rural sino también como medio para disminuir la pobreza en los medios rurales a través del desarrollo de actividades turísticas. El turismo rural ha sido abordado teóricamente por diversos autores, según (Gonzales, 2020), El turismo es una actividad realizada frecuentemente en espacios rurales en poblaciones de entre 1000 y 2000 habitantes. Sin embargo, en esta definición no se está considerando que ciertos destinos poseen un amplio territorio rural que sobrepasa el urbano como sucede en la provincia de Cotopaxi donde de acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y censos del Ecuador (INEC, 2013) el 78% de la población es rural. Es importante reconocer que existen varias tipologías para expresar el turismo rural, ya que también es conocido como turismo comunitario e incluso es considerado una derivación del turismo cultural o social tal como lo manifiesta (Miguel, 2018), quien sostiene que el turista debe tener contacto directo con los residentes y tratar de convivir con ellos.

Aun así, uno de los aspectos más importantes en la presente investigación fue considerar los conceptos de turismo rural mencionados anteriormente y obtener de ellos un conjunto de los elementos que permiten a criterio de los expertos desarrollar un producto turístico. Dichos aspectos fueron plasmados a un mapa de códigos elaborado con el propósito de analizar los comentarios de los turistas con base en sus características y contenido que permitirán arrojar información más pertinente sobre las experiencias de viaje en turismo rural en este caso de estudio “Avenida de los Volcanes” Cotopaxi-Ecuador.

En la literatura revisada fue escasa la información específica sobre los factores que componen el turismo rural, debido a la variación de dicho concepto, Sin embargo, en el 2005 la Universidad de Murcia, España, publicó en la revista Cuadernos de Turismo una interesante tabla que muestra de los elementos necesarios para desarrollar el turismo rural los cuales se son: Recursos turísticos, Actividades, Servicios Básicos y Otros Servicios. Esta información concuerda con un estudio realizado en el 2008 en Ecuador (Gonzales E., 2008) donde afirma que los elementos fundamentales para conformar un producto turístico rural son la motivación, recurso e imagen y cada uno de estos enmarca las necesidades del perfil de turista que busca un destino rural. (Figuerola, 2015). Como se puede observar existen similitudes entre los autores para establecer que elementos deben ser considerados en un entorno para promover el turismo rural, esto concuerda también con un estudio realizado en Chile sobre Agroturismo y Turismo Rural donde se manifiesta que los principales componentes del turismo rural que debe poseer un territorio para su oferta son los atractivos turísticos, equipamiento, servicios, accesibilidad y precios, de esta forma y en base a estas características se logró realizar el mapa de códigos para realizar el análisis de los comentarios dejando solamente los contenidos ligados a estas características. Los estudios realizados en contenido de experiencias de viaje consideran varias definiciones y derivaciones de acuerdo al caso de estudio.

En un informe realizado por (Instituto Geográfico Militar 2020, 2020), en el año 2006 identificaba 12 centros de turismo rural; mientras que desde el año 2019 este incremento llegó a 39 organizaciones reconocidas. Este dato no contempla a los establecimientos dedicados a otras actividades del turismo rural como senderismo, deportes extremos, agroturismo, entre otras. Esta información se complementa con la recopilada en un informe elaborado en el año 2020 por el Ministerio de Turismo que señala el 26% de las preferencias de los turistas por actividades de turismo rural. (Villagomez, 2020).

Pero la aplicación de encuestas o cuestionarios no permite la libre expresión de las vivencias, de las impresiones sobre las visitas turísticas, ello es factible de evidenciar en los contenidos de experiencias de viaje de las plataformas turísticas online. Según las últimas proyecciones de la website (DMR, 2020) la plataforma Tripadvisor tiene hasta el momento 460 millones de usuarios y 570 millones de contenido en comentarios. Por otro lado, la plataforma Booking lo supera con 768 millones de usuarios de acuerdo con la website (Statista, 2019), y aunque Facebook según (Global Digital Overview, 2020) cuente con 2.449 millones, la diferencia radica en que a pesar de que esta red social tiene contenido de comentarios dicha no es una plataforma sino una red social.

Para diferenciar una red social de una plataforma se debe tener claras sus definiciones. Para Flores (2009, p. 3) “una red social se puede definir como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión y recorrer su lista de conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema”. Sin embargo, en el 2008 se publicó que firman que las redes sociales son una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos, en los cuales, los nodos representan a individuos y las aristas relacionadas entre ellos. También manifiestan que las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, rutas aéreas, lo que indica que las redes sociales son vistas como una herramienta de intercambio de información superficial y no como una herramienta de publicidad. (Deitel, 2008)

En el caso de las plataformas turísticas online su definición varía por ejemplo según (García, 2017), Trivago se puede definir como un meta buscador que tiene como fin encontrar diferentes ofertas hoteleras y comparar precios, también sostiene que es una website fácil de utilizar y que ahorra tiempo y dinero, en este caso no se menciona la palabra plataforma ni sus distintos entornos del turismo. Una postura bastante superficial y distinta es la de (Baldissera, 2010), quien describe las plataformas turísticas como una comunicación compleja, omnipresente, bidireccional, simétrica y absolutamente necesaria para crear, mantener o corregir la imagen de un destino, empresa o marca, siendo esta una forma de fidelizar turistas, crear interés y sobre todo influenciar los procesos de selección de una experiencia de viaje, provocando la el prestigio tanto positivo o negativo de un destino, en este concepto se considera a las plataformas turísticas como una red comunicacional más que como un buscador o servidor.

También existen diferentes perspectivas y conceptos modernos como el “Social Listening” que (Hinchcliffe (2018, Xp.) lo define como “un término que aparece en el ámbito laboral y que es la forma en que han nombrado a nivel corporativo al análisis de las percepciones de las personas en redes sociales”, dándole una definición más global al término. En contraste con lo que afirma (Mudambi, 2020) que entienden a los comentario o revisión online como una forma de boca a boca electrónica (eWOW) que se refiere a los contenidos generados por el usuario que se publican en sitios web de proveedores electrónicos o sitios web de terceros, así es como el contenido toma diversas formas dependiendo del sector turístico ya sea a nivel empresarial, de emprendimiento o comunitario.

En cuanto al análisis de contenido sobre experiencias de turismo, son diversas las teorías sobre que métodos utilizan las plataformas para segmentar su información teniendo en cuenta que esta está totalmente disponible y al alcance de todo investigador, Sin embargo, la problemática actual ya no es la falta de contenidos sino más bien las faltas de técnicas para analizar descriptivamente un contenido ya sea comentario, entrevista o encuesta. (Jose T. , 2013). Otro ejemplo de ello es la definición que le dan ciertos investigadores que manifiestan que “Las redes sociales relacionadas al turismo se han concentrado estrechamente en las funciones de promoción, gestión e investigación, pero pocos han discutido sobre la distribución de productos esto a pesar de que existe una creciente importancia de las redes sociales en el dominio del “turismo en línea” (Gretel, 2010), Otro aspecto muy importante en análisis de contenido con las estrategias o técnicas utilizadas en ello.

De acuerdo a la literatura revisada existe también una técnica bastante popular en el entorno académico investigativo y que fue pionera en el campo del análisis descriptivo esta es conocida como “Personas” y se trata de un concepto creado por Alan Cooper con la intención de mejorar el diseño de interacción de los productos y servicios que desarrollaba, este método provee un modo preciso de pensar y comunicar cómo se comportan los usuarios, cómo piensan, qué quieren alcanzar y por qué, comprender sus metas específicas en contextos específicos, los aspectos que se evidencian de su relación con otras personas, con su entorno físico y social y con el producto que se desea diseñar. (Cooper, 2007), Es por ello que actualmente los retos de la investigación en el campo de los contenidos ya no son la falta de información, ya que esta es totalmente accesible en las plataformas turísticas, el reto consiste más bien en cómo se interpreta esa información para lograr un análisis descriptivo específico.

Actividades de Turismo Rural

De un total de 934 comentarios analizados 409 hacen alusión a, Actividades de Turismo Rural, de estos se identifican 387 (95%) de valoraciones positivas al respecto a la existencia de actividades en los establecimientos de turismo rural. Así como también 22 comentarios que representan el 5%, son referentes a inconvenientes e inconformidades con respecto a dichas actividades de acuerdo con los datos.

Cuadro 1. Actividades de Turismo Rural, señaladas por los visitantes de la “Ruta de los Volcanes”

Sub códigos	Comentarios		Total	Observaciones
	Pos. (+)	Neg. (-)		
Hiking	75	1	76	1 coment. Latacunga; 3 coment. Pujilí; 72 coment. Sigchos 71 (+):1 (-).
Bike-Rent	30	0	30	10 coment. Latacunga; 20 coment. Sigchos.
Visitas	90	3	93	29 coment. Chugchilán; 26(+):3(-); 10 coment. Latacunga; 40 coment. Sigchos; 14 coment. Pujilí.
Excursiones	46	0	46	1 coment. Latacunga; 22 coment. Chugchilán.
Farming	157	7	173	22 coment. Latacunga 21(+):1(-); 12 coment. Pujilí 10(+):2(-); 49 coment. Chugchilán; 90 coment. Sigchos 86(+):4(-).
Total	398	11	409	

Fuente: Elaboración propia

Dentro de las inconformidades expresadas en los comentarios sugieren la creación de más actividades recreativas correspondientes al entorno rural como por ejemplo kayak, andinismo; sirviendo este tipo de propuesta para mejorar la variedad de los servicios ofrecidos por los establecimientos.

Recursos Naturales y Culturales

Respecto a los Recursos Naturales, se identifican 114 comentarios, que señalan opiniones sobre este aspecto. De ellos, 102 (89%), tienen una valoración positiva respecto a la existencia de actividades en los establecimientos de turismo rural, 12 comentarios que representan el 11% son referentes a inconvenientes e inconformidades con respecto a dichas actividades (Ver Cuadro 2).

Cuadro 2. Recursos Naturales, señalados por los visitantes de la “Ruta de los Volcanes”

Sub códigos	Comentarios		Total	Observaciones
	Pos. (+)	Neg. (-)		
Paisaje	18	0	18	11 coment. Chugchilán; 3 coment. 4 coment. Latacunga.
Flora y Fauna	12	0	12	7 coment. Chugchilán; 5 coment. Sigchos.
Orografía	5	0	5	5 coment. Chugchilán.
Hidrografía	14	0	14	10 coment. Chugchilán; 3 coment. Sigchos; 1 coment. Pujilí.
Clima	19	7	26	7 coment. Latacunga 5(+):2(-); 3 coment. Pujilí 2(+):1(-); 8 coment. Chugchilán 4(+):4(-); 1 coment. Sigchos.
Total	68	7	75	

Fuente: Elaboración propia

En el caso de los Recursos Culturales, se puede observar en el Cuadro 3, que el nivel de comentarios fue menor en cantidad, pero muy enriquecedor en su contenido.

Cuadro 3. Recursos Culturales, señalados por los visitantes de la “Ruta de los Volcanes”

Sub códigos	Comentarios		Total	Observaciones
	Pos. (+)	Neg. (-)		
Ferías	15	3	18	8 Coment. Chugchilán 5(+):3(-); 3 Coment. Pujilí; 7 Coment. Latacunga.
Desfiles	7	1	8	7 Coment. Latacunga 6(+):1(-).
Artesanías	5	0	5	5 Coment. Chugchilán.
Folklor	7	1	8	5 Coment. Sigchos; 1 Coment. Latacunga; 2 Coment. Pujilí.
Total	34	5	39	

Fuente: Elaboración propia

Uno de los aspectos más recurrentes fue que son necesarios más eventos culturales y folklóricos al momento de las visitas. Esto debido a que los desfiles, marchas y folklor en general se ven afectados por las fechas en las que se realizan, actividades periodos cortos. Por lo cual, los establecimientos deben suplir esta problemática con eventos individuales para el fomento cultural autóctono de la zona, o a su vez fomentar y promocionar visitas en estas fechas, generando estacionalidad.

Otra problemática, es la necesidad de guías turísticos nativos de la zona, que dominen las costumbres y tradiciones en las comunidades visitadas de esta región del país, ya que muchos turistas encuentran como novedad que los guías son personas extranjeras o no necesariamente de la zona, y no garantizan el conocimiento suficiente que supla lo requerido para estas actividades.

Infraestructura

De un total de 205 comentarios de éstos, (95%), tienen una valoración positiva respecto a la existencia de infraestructura adecuada para la experiencia de Turismo Rural vivida. Los aspectos negativos, así como también 20 comentarios deficientes, principalmente sobre establecimientos de alimentación y sus limitantes físicas para la prestación adecuada de los servicios contraídos, como se observa en el Cuadro 4.

Cuadro 4. Infraestructura, señalados por los visitantes de la “Ruta de los Volcanes”

Sub códigos	Comentarios		Total	Observaciones
	Pos. (+)	Neg. (-)		
Wi-Fi	44	3	47	35 Coment. Chugchilán 34(+):1(-); 7 Coment. Latacunga.
Alimentación	113	12	125	29 Coment. Chugchilán 26(+):3(-); 58 Coment. Latacunga 51(+):7(-); 32 Coment. Sigchos 30(+):2(-); 6 Coment. Pujilí.
Alojamiento	28	5	33	12 Coment. Sigchos 10(+):2(-); 10 Coment. Latacunga; 6 Coment. Chugchilán 3(+):3(-); 5 Pujilí.
Total	185	20	205	

Fuente: Elaboración propia

Las adecuaciones de las instalaciones en ciertos establecimientos presentan falencias básicas que deben ser suplidas, considerando que el alojamiento en estas zonas requiere de servicios confortables. Entre los aspectos señalados, destacan: sistema de calefacción, duchas con agua caliente abastecimiento de agua continuo e ininterrumpido mientras dure la estadía de los visitantes. La recurrencia de este tipo de insatisfacción debe ser una alerta debido a lo clave que es este aspecto en la percepción de calidad. Su inmediata mejora debe ser prioridad para estos establecimientos, al considerar su ubicación y el tipo de servicio que brindan, de esta manera evitar comentarios negativos que podrían afectar el retorno o la recomendación de los visitantes o huéspedes con estos locales.

Calidad

En el Cuadro 5, se observa que, de un total de 106 comentarios, se identifica 99 de ellos, señalan calidad de los servicios turísticos contratados señalando que el Personal en Contacto es unos de los aspectos más valorados en la experiencia. Por otro lado, hay 78 comentarios que refieren a inconformidades destacando la falta de limpieza como lo más recurrente.

Cuadro 5. Calidad, señalada por los visitantes de la “Ruta de los Volcanes”

Sub códigos	Comentarios		Total	Observaciones
	Pos. (+)	Neg. (-)		
Comodidad	36	2	38	25 Coment. Chugchilán 23(+):2(-); 11 Coment. Latacunga.
Limpieza	26	3	29	13 Coment. Chugchilán 10(+):3(-); 10 Coment. Latacunga; 6 Coment. Sigchos.
Personal en contacto	37	2	39	14 Coment. Sigchos 13(+):1(-); 22 Coment. Latacunga; 1 Coment. Chugchilán.
Total	99	7	106	

Fuente Elaboración propia

La calidad al momento de brindar un servicio debe ser el principal elemento a considerar para con los visitantes o huéspedes, ya que de esto dependerá principalmente la percepción positiva o negativa en su experiencia de viaje, tomando en cuenta que mejor impresión que un turista puede recibir es la atención y calidez por parte del personal que lo atiende, esta atención debe ser de manera espontánea, respetuosa y siempre de manera amable, garantizando así la recurrencia de clientes en la zona y en establecimiento.

Precio

De un total de 47 comentarios identificados, 98%, tienen una valoración positiva respecto a la relación calidad precio. Considerando que el precio es un elemento de suma importancia, se observa que la aceptación por parte de los visitantes o huéspedes es muy superior a la insatisfacción, esto debido a que la accesibilidad económica para una estadía en estos establecimientos.

Cuadro 6. Precio, señalada por los visitantes de la “Ruta de los Volcanes”

Sub códigos	Comentarios		Total	Observaciones
	Pos. (+)	Neg. (-)		
Relación de calidad	46	1	47	40 Coment. Chugchilán 39(+):1(-); 7 Coment. Latacunga.
Total	46	1	106	

Fuente: Elaboración propia

Imagen

De un total de 53, un 94%, tienen una valoración positiva respecto a la imagen de destino de turismo rural, destacando 3 aspectos esenciales, confianza, mascotas permitidas y con buena reputación.

Cuadro 7. Imagen, señalada por los visitantes de la “Ruta de los Volcanes”

Sub códigos	Comentarios		Total	Observaciones
	Pos. (+)	Neg. (-)		
Petfriendly	6	0	6	1 Coment. Chugchilán; 5 Coment. Latacunga.
Confianza	42	3	45	38 Coment. Chugchilán 35(+):3(-); 4 Coment. Latacunga.
Reputación	2	0	2	2 Coment. Chugchilán.
Total	50	3	53	

Fuente: Elaboración propia

Las referencias negativas observadas expresan una insatisfacción por el poco esmero de parte los establecimientos al promocionar su servicio, esto afectando la confianza brindada por los visitantes. Se señala que el costo de este servicio no devengaba lo entregado por el lugar.

Visión general de los resultados

Se puede observar en el Cuadro 8, un total 934 comentarios 878 comentarios (que representan el 94%), manifiestan una evaluación positiva de los diferentes aspectos identificados, mientras que un 6%, expresan su inconformidad con algunos de los elementos de turismo rural identificados previamente.

Cuadro 8. Resumen de análisis muestra de comentarios, de visitantes de la “Ruta de los Volcanes”

Códigos	Comentarios		Total
	Pos. (+)	Neg. (-)	
Actividades de T. R.	398	11	409
Recursos (Nat. – Cult.)	102	12	114
Infraestructura	185	20	205
Calidad	99	7	106
Precio	46	1	47
Imagen	50	3	53
Total	880	54	934

Fuente: Elaboración propia

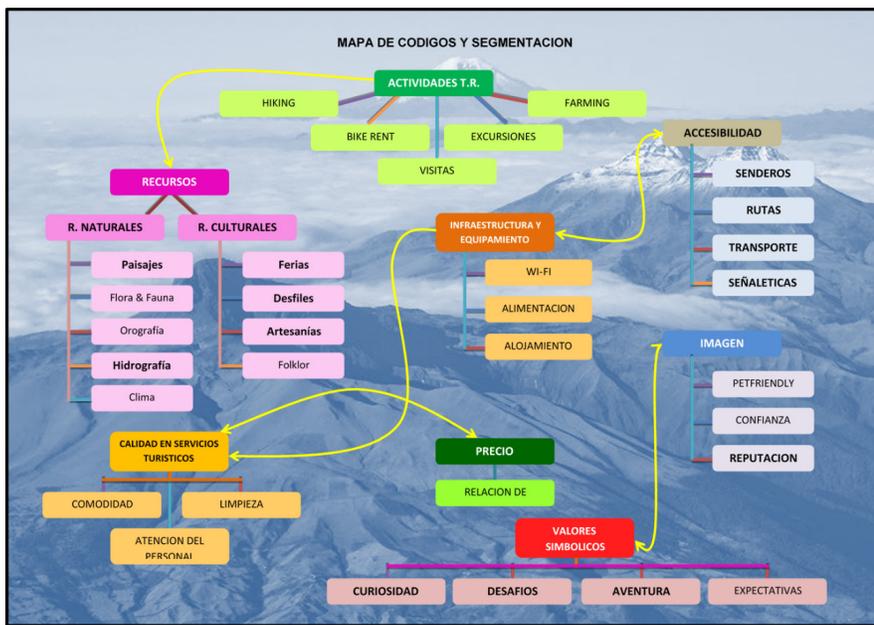
Entre los principales elementos por los cuales los visitantes manifiestan su pensar su sentir son las actividades de turismo rural. En segundo lugar, es la infraestructura que permite el uso adecuado de los diferentes servicios y productos de turismo rural ofrecidos en el territorio, un aspecto muy valorado por los usuarios. Sin embargo, no está ajeno de observaciones negativas, relacionadas principalmente a aspectos evidenciados en los establecimientos de alojamiento, lo que indica brechas en estos aspectos.

Una menor cantidad de usuarios hace mención en sus comentarios respecto a la calidad de los servicios recibidos, destacando en ellos aspectos positivos sobre el personal en contacto. Si bien es cierto, en cantidad son menores los comentarios es relevante que sea mencionado por los usuarios quienes están de acuerdo con la relación precio calidad de los servicios y productos contratados.

Los elementos de precio e imagen identificados permiten señalar que las opiniones son muy favorables sobre estos aspectos en el territorio, lo que da sustento a la experiencia integral vivida por los visitantes.

Entre los aspectos más deficientes mencionados por los usuarios, destacan aquellos relativos a la necesidad de contar con más actividades de turismo rural, es decir una variedad mayor a la que se encuentra hoy en día. Un sentido similar son las observaciones respecto a necesidad de contar con más actividades naturales y culturales que permitan un mayor aprovechamiento del tiempo de los visitantes en el territorio.

Figura 2. Mapa de elementos esenciales del turismo rural y sus componentes



Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

La identificación de elementos de turismo rural a través de la literatura permitió la conformación de un mapa conceptual de los elementos centrales y fundamentales para el desarrollo del turismo rural. Con esta información fue factible la generación de un mapa de códigos y su respectiva segmentación, que permitió un análisis más profundo y detallado de los comentarios que permiten evidenciar y el impacto que tienen los destinos turísticos en las emociones y percepciones de los visitantes o huéspedes de un determinado territorio.

El resultado manifiesta de forma evidente, la identificación de los elementos de turismo rural, que conforman estas comunidades, así mismo la incorporación de sub elementos fundamentales en el territorio.

Los comentarios negativos muestran una realidad que permite crear una oportunidad de mejorar los aspectos débiles elementales del turismo rural y así potenciar las reacciones positivas presentadas en los comentarios de las plataformas, considerándolas una herramienta fundamental en la promoción de destinos turísticos rurales.

Luego de realizado el análisis y observado las problemáticas se puede realizar recomendaciones generales que permitan promover el turismo rural en este destino: creación y desarrollo de nuevas actividades, tanto culturales como naturales, que permitan diversificar las diferentes alternativas de recreación, deporte o descanso; estandarización de normas de calidad para establecimientos de turismo rural y el diseño de una imagen colectiva e identitaria sobre el turismo rural en el territorio, con una fuerte utilización de recursos humanos, culturales y naturales que permitan darle un sello distintivo al destino.

En la actualidad, las plataformas turísticas on-line son la carta de presentación de lugares de este tipo, tomando en cuenta que el usuario actual presenta un perfil de turistas independiente más conocido como I-turist, quienes se basan en los contenidos de los comentarios que ofrecen las plataformas en la actualidad y no se dejan llevar por la impresión de ofertas o fotografías, volantes o trípticos de lugares, este tipo de turista realmente conoce las herramientas necesarias para desplazarse de su entorno a cualquier destino turísticos sin necesidad de intermediario

Se puede concluir que el considerar el contenido de una plataforma turística on-line, entrega la objetividad de la percepción del usuario durante la experiencia de viaje, así como el impacto que puede generar el destino turístico rural y el correcto manejo de cada uno de sus elementos, aplicados a la realidad del visitante o huésped y su entorno.

Este tipo de investigación sumado a una mesa de trabajo en conjunto con actores locales tanto públicos como privados permitiría mejorar la planta turística de estos destinos, de acuerdo a las necesidades y requerimientos que son sugeridos por los turistas durante sus experiencias de viajes y que deben ser acogidos por la comunidad. De esta manera presentar los proyectos que avalados y potenciados por entidades públicas y privadas que desean fomentar el crecimiento turístico de estas zonas ayudarán a dinamizar no solo el sector turístico sino también la economía local.

Referencias Bibliográficas

- Aguirre, C. (2018). Estudio sobre la incidencia de las plataformas tecnológicas turísticas en la adquisición de. Obtenido de Repositorio de una uinesidad Angustiniana, Bogotá: <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co>
- Baldissera. (2010). Nuevos desafíos en Relaciones Públicas 2.0: La creciente influencia de las plataformas de online review en. Revista internacional de relaciones públicas,, 20.
- Barrera, E. (2003). Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios. Fondo internacional de desarrollo agrícola, 100.
- Cabanilla, E. (2018). El Turismo comunitario en el Ecuador, evolucion, problematica y desafios. Quito: UIDE.
- Cooper, A. (2007). About Face 3: The Essentials of Interaction Design. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc.
- Deitel, H. M. (2008). Ajax , Rich Internet Applications y desarrollo Web para programadores. Madrid: Anaya Multimedia.
- DMR. (2020). Obtenido de Business Statistics: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

- Enrique, C. (2018). Turismo comunitario en el Ecuador, Evolucion, Problemática y desafíos. En E. C. Cornejo, Turismo comunitario en el Ecuador, Evolucion, Problemática y desafíos (pág. 329). Quito: UIDE.
- Espinoza Mariana, P. K. (15 de junio de 2017). Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubicada en Los Lagos de Arancibia, Cantón Central – Puntarenas, analizada durante el período de Agosto 2015 – Abril 2016. Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubicada en Los Lagos de Arancibia, Cantón Central – Puntarenas, analizada durante el período de Agosto 2015 – Abril 2016. Puntarenas, Puntarenas, Costa Rica.
- Flores, M. ., (1 de octubre de 2009). Enlace Virtual USMP. Obtenido de Issuu: <https://issuu.com/enlacevirtual>
- Garcia. (2 de Noviembre de 2017). Incidencia de las plataformas turisticas en la adquisicion de un producto turistico. Obtenido de <https://www.inspiracionempreendedor.com/los-inicios-trivago/>
- García Henche, 2., Lane, 1., Mediano, 2., Milio, 2., & Polo. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. Espacios, 14.
- Global Digital Overview. (2020). Obtenido de <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Gonzales. (2020). El Aprovechamiento sostenible del turismo rural de Ecuador caso de estudio cantón Mocha, Provincia de Tungurahua, Ecuador. ESPACIOS, 6.
- Gretel, X. &. (2010). Role of social media in online travel information search. Tourism Managment. Sientific Research, 41.
- Hinchcliffe, K. (2018). Social listening: Análisis de contenido generado por los turistas en Tripadvisor acerca del Ecolodge Napo wildlife center, Ecuador. Espacios, 12.
- Huertas López, T. E., Cuétara Sánchez, L. M., Jiménez Valero, B., & Pilco Segovia, E. (2020). El aprovechamiento sostenible del turismo rural de ecuador. Espacios, 6.

- INEC. (2013). Instituto Nacional Estadísticas y Censos. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Jose, T. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación. *Recycling.Org*, 40.
- Luis, F. (2015). Desarrollo de Productos Turísticos Rurales Sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a tres variables. *El Periplo Sustentable*, 26.
- Martinez. (2015). EL TURISMO EN ECUADOR. NUEVAS TENDENCIAS EN EL TURISMO SOSTENIBLE Y. *Galega de Economía*, 20.
- Miguel, L. (2018). Tipos de Turismo Nueva clasificación. Buenos aires: OMPT.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2000). Plan nacional de competitividad turística. Quito.
- Mintur. (2019). Perfil de turismo Internacional. Obtenido de www.turismo.gob.ec: www.turismo.gob.ec
- Mudambi, S. (2020). La manifestación de la experiencia en las unidades hoteleras un análisis de los comentarios a hoteles Machu Pichu en la red Tripadvisor. *Correspondencias & Analisis*, 23.
- P, D. H. (2008). AJAX Rich internet applications y desarrollo web para programadores. Madrid: Anaya Multimedia.
- Parra Cárdenas, A. V., Cisneros Mustelier, L., & Velasteguí López, E. (2019). El turismo rural y aportaciones al desarrollo de . *ED Dligital*, 23.
- Statista. (2019). Obtenido de <https://www.statista.com/forecasts/891342/number-of-users-in-the-online-travel-booking-market-worldwide>
- Torres, Z. E. (2013). Turismo Alternativo y Educación. Una propuesta para contribuir al desarrollo humano. *El Periplo sustentable* , 31.
- Villagomez Martha, C. S. (2020). Instituto Geográfico Militar, 2020. Atlas Turístico del Ecuador. Quito.