

Perception and Potential of Agrotourism: Analysis of the Frequency of Visits and Activity Preferences of Tourists in the Experimental Center for Amazonian Research and Production of the Amazonian State University

Percepción y Potencial del Agroturismo: Análisis de la Frecuencia de Visitas y Preferencias de Actividades de los Visitantes en el Centro Experimental de Investigación y Producción Amazónica de la Universidad Estatal Amazónica

Autores:

Arias-Pastuña, Mayra Alexandra
UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
Personal de apoyo técnico docente
Santa Clara – Ecuador



ma.arias.sp@uea.edo.ec



<https://orcid.org/0009-0008-8794-9273>

Silva-Díaz, Marco Vinicio
UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
Personal de apoyo técnico docente
Santa Clara – Ecuador



a.arias.sp@uea.edo.ec



<https://orcid.org/0009-0004-7382-9511>

Coyago-Durán, Adriana Daniela
UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
Personal de apoyo técnico docente
Santa Clara – Ecuador



ad.coyagod@uea.edo.ec



<https://orcid.org/0009-0003-8799-3964>

Guamán-Cali, Andrea Yessenia
UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
Personal de apoyo técnico docente
Santa Clara – Ecuador



ay.guamanc@uea.edo.ec



<https://orcid.org/0009-0008-1130-1526>

Fechas de recepción: 15-AGO-2024 aceptación: 08-SEP-2024 publicación: 15-SEP-2024



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>

<http://mqrinvestigar.com/>



Resumen

El estudio tuvo como objetivo identificar el potencial del desarrollo de agroturismo en las instalaciones del “Centro Experimental de Investigación y Producción Amazónica” (CEIPA) de la “Universidad Estatal Amazónica”. Para ello, se analizaron la frecuencia y el número de visitantes, así como la percepción de los mismos. Se llevó a cabo un estudio longitudinal, registrando las visitas durante aproximadamente un año para determinar la frecuencia de visitantes. La muestra se seleccionó aleatoriamente por conveniencia, debido a la naturaleza imprevisible de las visitas. La herramienta utilizada para la recolección de datos fue una encuesta, utilizando el instrumento denominado “Percepción y potencial del Agroturismo en el CEIPA”. Para el análisis de los datos se empleó la estadística descriptiva. Al finalizar el estudio, se encontró que la percepción y el potencial del agroturismo en las instalaciones son positivos. Además, se identificaron hallazgos importantes como la estacionalidad, las preferencias de actividades y los aspectos a considerar para la implementación del agroturismo, información que será clave para su ejecución.

Palabras clave: agroturismo; naturaleza; percepción; potencial



Abstract

The study aimed to identify the potential for agrotourism development at the facilities of the Amazonian Experimental Research and Production Center (CEIPA) of the Amazon State University. To do so, the frequency and number of visitors, as well as their perception, were analyzed. A longitudinal study was carried out, recording visits for approximately one year to determine the frequency of visitors. The sample was randomly selected for convenience, due to the unpredictable nature of visits. The tool used for data collection was a survey, using the instrument called “Perception and potential of Agrotourism at CEIPA”. Descriptive statistics were used to analyze the data. At the end of the study, it was found that the perception and potential of agrotourism at the facilities are positive. In addition, important findings were identified such as seasonality, activity preferences and aspects to consider for the implementation of agrotourism, information that will be key for its execution.

Keywords: agrotourism; nature; perception; potential



Introducción

El agroturismo constituye un nuevo exponente del turismo moderno que, además de constituir una forma de optimización de los recursos naturales, produce un efecto dinámico en las poblaciones locales. Según la Organización Mundial de Turismo se define como modalidad que se realizan explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que facilitan alojamiento, alimentación y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios. (BBVA, 2024)

En Ecuador, esta iniciativa comenzó en el año 2000 gracias al apoyo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) lanzó un plan con el objetivo de establecer pautas esenciales para lograr un desarrollo turístico sostenible y competitivo. Para esto, se llevó a cabo un amplio proceso en todo el país, que incluyó la concentración y divulgación de información, permitiendo por primera vez obtener un diagnóstico del sector turístico y definir líneas de acción claras. Para el año 2021, el MINTUR realizó un estudio acerca del potencial del agroturismo. En esta investigación se identificaron atractivos y corredores turísticos, llegando a la conclusión de que el agroturismo es un componente fundamental del sistema de turismo rural. (Ortiz, 2012)

Este fue un momento clave para el desarrollo del turismo rural en Ecuador, ya que desde entonces el agroturismo se ha vuelto una estrategia esencial para diversificar y fortalecer la oferta turística del país. Esto se refleja en la creación de rutas como la "ruta de la panela" en Esmeraldas, la "ruta de la guayusa" en Tena, y las "rutas del café y cacao" en Carchi, Imbabura y Esmeraldas, además de la "ruta de las frutas" en Paute. Estas iniciativas muestran el compromiso del país en desarrollar alternativas que promuevan el turismo sostenible.

Además de sus beneficios para el medio ambiente, el agroturismo ofrece un sustento económico importante para las familias locales. Toda la comunidad se beneficia, desde quienes organizan las actividades turísticas hasta los servicios de transporte, restaurantes y gasolineras. Así, el agroturismo puede apoyar económicamente a toda una región, revalorizando el patrimonio cultural y natural, y creando conciencia sobre los productos que obtenemos de la tierra y que llegan a nuestras mesas. (Gómez & Sánchez, 2015)

Visualizando el agroturismo como una valiosa oportunidad de crecimiento y desarrollo para las comunidades rurales, así como una experiencia de aprendizaje para los estudiantes, se busca crear un modelo que sirva como referente local. Este modelo no solo permitirá a los estudiantes de la carrera de turismo en la Universidad Estatal Amazónica aprender a través de la práctica, sino que también les brindará las herramientas necesarias para que, en su futura



vida profesional, puedan desarrollar y promover este tipo de turismo en otras comunidades.

La Universidad Estatal Amazónica, comprometida con la excelencia educativa, ha creado el "Centro de Investigación y Producción Amazónica" (CEIPA), el cual brinda espacios académicos donde los estudiantes pueden adquirir conocimientos a través de prácticas de aprendizaje relacionadas con la oferta académica de la institución. Estos entornos dedicados a la investigación y la producción, junto con el trabajo realizado por la universidad a lo largo de los años, han generado un creciente interés en la comunidad académica.

Así, instituciones educativas de diversos niveles han visitado el centro, atraídas por la oportunidad de aprender y conocer de cerca los procesos que se llevan a cabo. Estas visitas guiadas han despertado la idea de evaluar cómo los visitantes perciben el servicio ofrecido, con el fin de adaptar la experiencia a sus expectativas y desarrollar actividades de agroturismo en el centro, brindando una experiencia más enriquecedora y alineada con sus intereses.

En este contexto, esta investigación se basa en la recolección de información durante el transcurso de un año buscando evaluar el potencial de este lugar como centro de agroturismo, así como conocer la experiencia y percepción de los visitantes. Estos datos proporcionan una visión integral de las tendencias y las expectativas de los visitantes, lo cual es crucial para diseñar experiencias turísticas que sean atractivas y sostenibles.

Para lograrlo, se registrará las fechas y número de personas que han visitado el CEIPA, y también se diseñará una encuesta con preguntas abiertas y cerradas que permitirá obtener una percepción de las actividades realizadas. Esto ayudará a comprender mejor las temporadas concurridas y las preferencias de los visitantes.

Metodología

La metodología empleada en esta investigación se basa en un enfoque de trabajo de campo y la aplicación de métodos cuantitativos y cualitativos para lograr una comprensión exhaustiva del fenómeno estudiado. El diseño de investigación combina técnicas de recolección de datos, como encuestas y análisis de frecuencia, con herramientas analíticas para interpretar los resultados de manera precisa y detallada.

Para medir la afluencia y la temporada del año en que se registran más visitas, se utilizó un estudio longitudinal, una metodología ampliamente reconocida por su capacidad para observar cambios a lo largo del tiempo y capturar tendencias que pueden no ser evidentes en



estudios transversales. Según (Bryman, 2016)), los estudios longitudinales son particularmente útiles en investigaciones que requieren la observación de fenómenos durante períodos extendidos, permitiendo una evaluación más robusta de las tendencias a largo plazo. En este caso, se monitorearon las visitas a las instalaciones del CEIPA durante un año completo, lo que proporcionó una base sólida para analizar las fluctuaciones estacionales y otras variaciones significativas en el número de visitantes.

El análisis de la afluencia de visitantes se realizó mediante una tabla de frecuencias, una herramienta esencial en la estadística descriptiva que permite la representación clara y estructurada de los datos recopilados. Como señalan (Rea & Parker, 2014), las tablas de frecuencia son fundamentales para la organización y visualización de datos, facilitando la identificación de patrones y tendencias en grandes conjuntos de datos. Esta técnica estadística es especialmente útil para examinar cómo varía la cantidad de visitantes en diferentes períodos del año, proporcionando así una base empírica para la identificación de tendencias estacionales.

Además de las herramientas estadísticas, se utilizó un enfoque descriptivo para determinar la percepción y preferencia de actividades agroturísticas entre los visitantes. Este método descriptivo, sustentado en la aplicación de encuestas, es crucial en la investigación social cuando se busca capturar las opiniones y comportamientos de un grupo específico de individuos. Como indican (Dillman y otros, 2014) la construcción y aplicación de encuestas debe seguir un diseño cuidadoso para garantizar la validez y confiabilidad de los datos obtenidos. En este estudio, se utilizó un cuestionario estructurado en cuatro secciones, que abordaba desde la información sociodemográfica de los visitantes hasta su percepción sobre el servicio recibido.

El muestreo aleatorio fue la técnica utilizada para seleccionar a los participantes, lo cual es esencial para garantizar la representatividad de los datos y minimizar el sesgo en la investigación. Según (Saunders & Philip, 2019), el muestreo aleatorio es un componente crítico en el diseño de estudios cuantitativos, ya que permite la generalización de los resultados a una población más amplia. En este contexto, se aplicaron las encuestas a una muestra representativa de visitantes, mayormente estudiantes de unidades educativas y de instituciones de nivel superior, asegurando así que los resultados obtenidos reflejen de manera precisa las percepciones del grupo objetivo.

Previo a la aplicación de las encuestas, se llevó a cabo una prueba piloto con 10 encuestados para validar la claridad y efectividad de las preguntas formuladas. Este paso es fundamental en el proceso de diseño de encuestas, ya que permite identificar y corregir posibles problemas antes de la implementación a gran escala. Para el análisis de los datos obtenidos, se utilizaron técnicas estadísticas descriptivas y análisis de contenido para las respuestas cualitativas.



El análisis estadístico descriptivo, que incluye el uso de gráficos y tablas, es esencial para presentar los datos de manera clara y comprensible, facilitando así la interpretación de los resultados. (Yin, 2014) destaca la importancia de utilizar múltiples métodos analíticos en investigaciones mixtas, ya que esto permite una triangulación de los datos y asegura una mayor validez de los hallazgos. Asimismo, el análisis de contenido cualitativo es una técnica eficaz para interpretar respuestas abiertas y explorar los significados subyacentes en las percepciones de los participantes, como lo destaca (Maxwell, 2011) en su enfoque realista para la investigación cualitativa.

Resultados y discusión

Frecuencia de visitantes

Para representar y analizar detalladamente la afluencia de visitantes, se utiliza una tabla de frecuencias. Esta herramienta permite estudiar cómo varía el número de visitantes a lo largo del año y presentar los datos de manera organizada, facilitando la visualización de los patrones de visitas.

La primera columna muestra los diferentes meses del año en los que diversos grupos visitaron las instalaciones del CEIPA. Esta columna proporciona un desglose mensual que permite identificar claramente en qué periodo del año se realizaron las visitas, facilitando así un análisis temporal detallado. La segunda columna clasifica a los visitantes, diferenciando entre unidades educativas y universidades, permitiendo identificar claramente el tipo de institución de la cual provienen los grupos visitantes, proporcionando un análisis más preciso de las características y orígenes de los visitantes.

La tercera columna muestra el número de personas que visitaron en un mes específico, clasificadas según el grupo de estudiantes al que pertenecen, lo que permite desglosar la afluencia mensual. La cuarta columna se refiere a la frecuencia absoluta, que indica el total de visitantes de un grupo en el mes correspondiente. Esta columna proporciona una suma exacta del número de personas de cada grupo que visitaron durante ese mes, permitiendo una comprensión clara y cuantitativa de la afluencia de visitantes por grupo y mes.

La quinta columna presenta la frecuencia relativa, que es el porcentaje que la frecuencia absoluta de cada grupo representa en relación con el total anual de visitantes, lo que permite entender la proporción de visitantes de cada grupo en comparación con el total del año. La sexta columna muestra la frecuencia acumulada, que representa la suma total de visitantes hasta el mes en cuestión. Esta columna ofrece una visión acumulativa del flujo de visitantes a lo largo del año, facilitando la observación de tendencias y patrones en la afluencia mensual. Finalmente, la columna de frecuencia relativa acumulada muestra el porcentaje acumulado



de visitantes hasta el mes indicado, reflejando la proporción total acumulada de visitantes a lo largo del año hasta ese punto, proporcionando una perspectiva acumulativa del crecimiento porcentual de la afluencia de visitantes.

Tabla 1
Análisis de la Afluencia de Visitantes

Mes	Grupo de estudiantes	Número de Visitantes	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa acumulada
Enero	Secundaria	0		-	0	0
	Universidad	45	45	11,87%	45	11,87%
Febrero	Secundaria	24	24	6,33%	69	18,20%
	Universidad	0		-	69	18,20%
Marzo	Secundaria	0	0	-	69	18,20%
	Universidad	0		-	69	18,20%
Abril	Secundaria	0	0	-	69	18,20%
	Universidad	0		-	69	18,20%
Mayo	Secundaria	0	0	-	69	18,20%
	Universidad	0		-	69	18,20%
Junio	Secundaria	62	109	16,36%	131	34,56%
	Universidad	47		12,40%	178	46,96%
Julio	Secundaria	0	140	-	178	46,96%
	Universidad	140		36,94%	318	83,90%
Agosto	Secundaria	0	0	-	318	83,90%
	Universidad	0		-	318	83,90%
Septiembre	Secundaria	0	26	-	318	83,90%
	Universidad	26		6,86%	344	90,76%
Octubre	Secundaria	0	0	-	344	90,76%
	Universidad	0		-	344	90,76%
Noviembre	Secundaria	35	35	9,23%	379	100,00%
	Universidad	0		-	379	100,00%
Diciembre	Secundaria	0	0	-	379	100,00%
	Universidad	0		-	379	100,00%
TOTAL		379				

Según los datos obtenidos, se puede apreciar una variación significativa en el comportamiento de las visitas dependiendo de si los grupos provienen de unidades educativas



o de instituciones de educación superior. Esta diferencia se manifiesta en la frecuencia y la distribución de las visitas a lo largo del año. Los datos revelan que los estudiantes de unidades educativas tienden a visitar en ciertos meses específicos, mientras que los grupos de instituciones de educación superior muestran patrones de visita distintos.

Por ejemplo, en los meses de febrero, junio y noviembre en los que se muestra más afluencia de visitantes de unidades educativas podrían coincidir con momentos del año escolar en que los estudiantes realizan actividades extracurriculares o excursiones. En contraste, en los meses de enero, junio, julio y septiembre es notable la frecuencia de visitantes procedentes de universidades las cuales podrían estar relacionadas con el inicio o fin de semestres, períodos de exámenes o eventos académicos. Esta variación sugiere que las motivaciones y la planificación de las visitas pueden diferir según el tipo de institución, reflejando cómo cada grupo organiza sus actividades educativas y su calendario de visitas.

Los meses de marzo, abril, mayo, agosto, octubre, diciembre no se registra visita alguna. Es posible que, durante estos meses, tanto las unidades educativas como las universidades estén menos activas en la organización de excursiones o eventos educativos, o que los estudiantes se encuentren en recesos académicos o períodos de exámenes que limiten su participación en actividades externas.

En el mes de julio, se observa un notable aumento en la afluencia de visitas, alcanzando el pico más alto del año con un 36,94% del total de las visitas registradas. Este incremento significativo se debe principalmente a la participación de grupos provenientes de universidades.

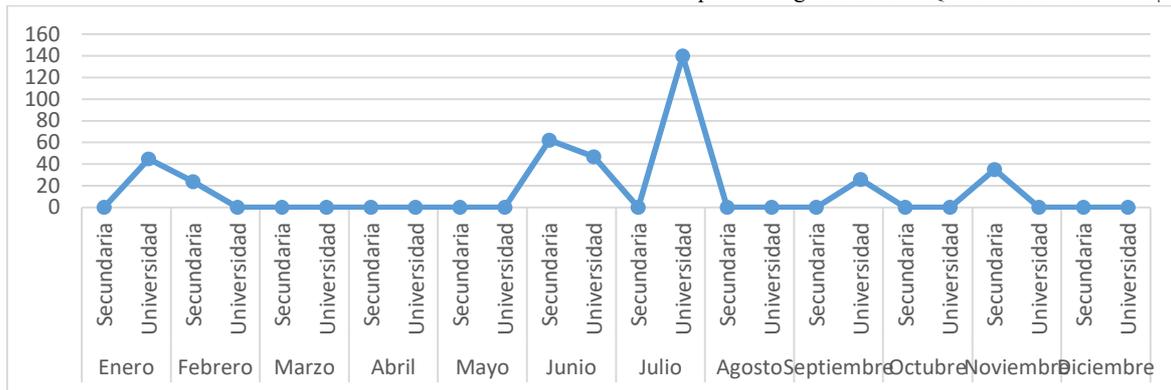
Este alto porcentaje sugiere que julio es un mes clave para las visitas de instituciones de educación superior, posiblemente debido a la programación de actividades académicas, talleres, o eventos especiales que coinciden con el receso estival universitario

Para los estudiantes de unidades educativas, el mes de junio resulta ser especialmente crucial para realizar visitas académicas, ya que durante este período se registra la mayor afluencia de grupos y visitantes del año. Esto estar relacionado con el hecho de que, en el mes de junio, muchas unidades educativas finalizan el ciclo escolar o se preparan para el cierre del año académico, lo que podría motivar a los estudiantes a participar en excursiones y visitas como parte de sus actividades finales.

Figura 1

Número de Visitantes durante el año





Fuente: Elaboración propia

Perfil del visitante encuestado

Dado que el Centro Experimental de Investigación Amazónica (CEIPA) se ha consolidado como un destacado atractivo para la comunidad académica, el perfil de sus visitantes está estrechamente vinculado con el ámbito educativo. En su totalidad, los visitantes del CEIPA son principalmente estudiantes que provienen de instituciones educativas de diversos niveles, desde unidades educativas hasta universidades.

Para seleccionar la muestra se lo realizado de manera aleatoria por conveniencia debido a la naturaleza imprevisible de las visitas, las cuales son solicitadas con poca anticipación, dificultando la planificación de una población determinada.

Dado que las solicitudes de visitas pueden llegar de manera inesperada y en diferentes momentos del año, el muestreo por conveniencia permite adaptar la selección de la muestra a las visitas que se concretan durante el período de estudio. Este enfoque facilita la inclusión de datos representativos y oportunos, a pesar de la falta de previsibilidad en la programación de las visitas. Este método asegura que la muestra sea relevante para el análisis, reflejando las visitas reales que se llevan a cabo en el centro. Aunque no proporciona un marco de muestreo estrictamente aleatorio, el enfoque por conveniencia permite obtener una visión práctica y aplicable de las visitas al CEIPA, ajustándose a las condiciones dinámicas del entorno de investigación.

Como resultado, la muestra estuvo compuesta por estudiantes de diferentes niveles educativos, con edades comprendidas entre los 12 y 31 años. En términos de género, el 73% de los visitantes fueron hombres y el 27% fueron mujeres. Las instituciones de procedencia abarcan tanto el nivel educativo básico como el nivel superior, y provienen de diversas provincias de la Costa, Sierra y Amazonía, lo que indica que el CEIPA tiene un alcance nacional. El hecho de que los visitantes provengan de diferentes partes del país y de una

amplia gama de edades resalta la relevancia y el impacto del centro en la educación a nivel nacional.

Conocimiento del visitante sobre agroturismo

Para evaluar el nivel de conocimiento que los visitantes poseen sobre el agroturismo, se les realizó una pregunta directa acerca de su familiaridad con el término. Los resultados de la encuesta revelaron que el 73,02% de los participantes indicó estar familiarizado con el concepto de agroturismo, mientras que el 26,98% restante expresó desconocimiento sobre el tema. Estos datos sugieren que, aunque hay una oferta considerable en el ámbito del agroturismo, no todos los visitantes están igualmente informados sobre esta actividad. El hecho de que un 73,02% de los encuestados conozca el término refleja una conciencia relativamente alta, lo cual es positivo para la promoción y desarrollo del agroturismo. Sin embargo, el 26,98% que desconoce el término indica que aún hay una porción significativa de la población que podría beneficiarse de una mayor difusión y educación sobre el agroturismo.

Tabla 2

Familiaridad con el Agroturismo	
SI	73,02%
NO	26,98%

En esta sección también se evaluó si los visitantes habían participado previamente en alguna actividad de agroturismo. Los resultados obtenidos fueron idénticos a los del apartado anterior: el 73,02% de los encuestados indicó haber tenido alguna experiencia previa en actividades de agroturismo, mientras que el 26,98% respondió negativamente. Estos datos refuerzan la tendencia observada anteriormente, sugiriendo que una mayoría de los visitantes no solo está familiarizada con el término, sino que también ha participado activamente en actividades relacionadas con el agroturismo. Esto subraya la importancia y el impacto creciente de este tipo de turismo entre los visitantes.

Tabla 3

Participación previa en actividades agroturísticas	
SI	73,02%
NO	26,98%

Preferencias de actividades agroturísticas



Para identificar las actividades que los visitantes estarían interesados en realizar, se elaboró una lista de actividades agroturísticas viables para implementar en las instalaciones del CEIPA. Tras analizar los resultados, se encontró que el 17,44% de los encuestados mostró interés en actividades relacionadas con el cuidado de animales, como alimentación, higiene y manejo. El 14,71% expresó interés en la cosecha de productos, mientras que el 11,97% se mostró atraído por las visitas guiadas. Un 11,34% manifestó interés en la siembra y plantación, así como en la elaboración de productos. Además, el 10,08% preferiría participar en talleres educativos, el 8,82% en actividades de campamento, el 8,40% en degustaciones de productos, y finalmente, el 5,88% expresó interés en festivales locales.

Tabla 4

Actividades de interés

Actividades	Porcentaje
Cuidado de animales (alimentación, higiene, manejo, entre otras)	17,44%
Cosecha de Productos	14,71%
Visitas guiadas	11,97%
Siembra y Plantación	11,34%
Elaboración de Productos	11,34%
Talleres educativos	10,08%
Camping	8,82%
Degustación de productos	8,40%
Festivales Locales	5,88%

La tabla revela las preferencias de frecuencia para participar en una actividad. La mayoría de los encuestados (32,54%) mostraría interés en participar mensualmente, lo que indica una alta disposición para involucrarse en la actividad cada mes. Un porcentaje significativo (27,78%) preferiría una participación trimestral, es decir, cada tres meses. La opción semanal atrae al 18,25% de los participantes, sugiriendo que están dispuestos a participar con mayor frecuencia. En contraste, solo el 11,11% de los encuestados optaría por una participación anual, lo que refleja un menor interés en la participación frecuente. Finalmente, el 10,32% preferiría una frecuencia semestral, o cada seis meses, lo que indica que esta opción no es tan deseada en comparación con las demás. En resumen, la mayoría prefiere una participación mensual o trimestral, mientras que las opciones semestral y anual son menos atractivas.

Tabla 5

Frecuencia de participación de interés



Periodicidad	Porcentaje
Semanal	18,25%
Anual	11,11%
Semestral	10,32%
Mensual	32,54%
Trimestral	27,78%

El análisis de los factores que influyen en la preferencia por una actividad revela que la variedad de actividades es el aspecto más valorado, con un 28,62% de los encuestados considerándolo como el factor más importante. La ubicación también juega un papel significativo, con un 18,75% de las respuestas destacándola como una consideración clave. El personal y la atención recibida son valorados por el 16,78% de los participantes, indicando su importancia en la experiencia general. Menos relevantes, pero aún significativos, son la innovación y adaptabilidad (13,82%) y la infraestructura (12,83%). Finalmente, el marketing es el factor menos influyente, con un 9,21%, lo que sugiere que tiene el menor impacto en la decisión de los encuestados. En conjunto, estos porcentajes reflejan las prioridades y preferencias de los participantes en relación con los factores que afectan su interés en la actividad. Siendo importante considerar los mismos para futuras adaptaciones de actividades agroturísticas dentro del CEIPA.

Tabla 6

Factores importantes para desarrollo de agroturismo

Factor	Porcentaje
Variedad de actividades	28,62%
Ubicación	18,75%
Personal y atención	16,78%
Innovación y adaptabilidad	13,82%
Infraestructura	12,83%
Marketing	9,21%

Percepción del servicio

La interpretación de la tabla revela que el Programa piscícola con especies amazónicas es el más destacado, captando el 21,43% del interés de los encuestados. Le sigue el Programa avícola con un 15,71% y el Programa ovino con un 14,29%, mostrando una alta preferencia por estos programas. El Laboratorio de lácteos también atrae un interés considerable con un 11,43%. Los programas; café y cacao, porcino y bovino tienen una aceptación similar, con un 7,14% cada uno. Los programas especies menores y plantas medicinales cuentan con un



interés menor, del 5,00% y 5,71% respectivamente. Los programas frutales amazónicos, horticultura, y turismo muestran el menor interés, con porcentajes entre el 0,71% y el 2,14%. Finalmente, los programas pastos y forrajes, forestal, bioabono, y frutales tropicales y amazónicos no recibieron ninguna preferencia. Esto refleja una clara inclinación hacia los programas piscícolas, avícolas y ovinos, mientras que otros temas reciben menor atención por parte del visitante.

Tabla 7

Programa de mayor interés

Programas	Porcentaje
Programa piscícola con especies amazónicas	21,43%
Programa avícola	15,71%
Programa ovino	14,29%
Laboratorio de lácteos	11,43%
Programa café y cacao	7,14%
Programa porcino	7,14%
Programa bovino	7,14%
Programa plantas medicinales	5,71%
Programa especies menores	5,00%
Programa horticultura	2,14%
Programas frutales amazónicos	2,14%
Programa turismo	0,71%
Programa pastos y forrajes	0%
Programa forestal	0%
Programa bioabono	0%
Programa frutales tropicales y amazónicos	0%

El cuadro presenta la distribución porcentual de diversas actividades agroturísticas según la preferencia de los visitantes. La actividad con mayor porcentaje es la elaboración de lácteos, con un 23,73%. A continuación, la alimentación de animales ocupa el 22,03% y la elaboración de café y la observación de animales tienen ambos un 14,41%. La recolección de huevos tiene un 6,78%, mientras que las charlas técnicas de aprendizaje alcanzan un 7,63%. La caminata y la recolección de frutas tienen porcentajes menores, con un 5,08% y un 2,54% respectivamente. Finalmente, la opción "Todo" representa un 3,39%, indicando una preferencia por una combinación de todas las activas.

Tabla 8

Actividad de mayor interés

Actividades	Porcentaje
Elaboración de lácteos	23,73%



	Alimentación de animales	22,03%	
	Elaboración de café	14,41%	
	Observación de animales	14,41%	
	Charlas técnicas de aprendizaje	7,63%	
Para obtener una completa del se llevaron a cabo clave: una sobre la potencial de	Recolección de huevos	6,78%	evaluación
	Caminata	5,08%	servicio brindado,
	Todo	3,39%	dos preguntas
	Recolección de frutas	2,54%	percepción del crecimiento del

agroturismo en las instalaciones y otra sobre la disposición a recomendar el servicio a otras personas. Los resultados revelaron una respuesta altamente positiva, con un 99,21% de los encuestados indicando que ven un gran potencial para el crecimiento del agroturismo y que estarían dispuestos a recomendar el servicio. Por otro lado, solo un 0,79% expresó que no percibe potencial de crecimiento ni recomendaría el servicio. Estos datos reflejan una aceptación abrumadora y favorable por parte de los visitantes, sugiriendo que, en su mayoría, consideran que el servicio tiene un futuro prometedor y podrían convertirse en consumidores recurrentes.

Tabla 9

Potencial de expansión del agroturismo en CEIPA	
Si	99,21%
No	0,79%

En relación a este cuadro se puede inferir que existe un apoyo de la mayoría de los encuestados expresando que el 99,21% de las personas encuestadas, cree que hay un gran potencial para desarrollar más el agroturismo en CEIPA. En contraste, solo un 0,79% opina que no hay espacio para este crecimiento. Estos resultados muestran un apoyo casi unánime a la idea de que el agroturismo puede seguir creciendo y mejorando en esta institución.

Conclusiones

Los hallazgos de este estudio destacan la importancia de considerar múltiples factores a la hora de implementar actividades agroturísticas dentro del centro.

El incremento más notable en el número de visitantes se observó durante los meses de junio y julio, tanto en unidades educativas como en instituciones de educación superior, lo que presenta una valiosa oportunidad para promover los servicios de agroturismo. Aprovechar

este periodo de alta afluencia permitirá desarrollar productos especializados y enfocar los esfuerzos de promoción y publicidad en estos meses clave.

Se constató que el término "agroturismo" no es completamente desconocido para la mayoría de los encuestados. Esta familiaridad representa una ventaja, ya que, debido al interés natural en este tipo de actividades, existe una posible rentabilidad al momento de promover la idea.

Las actividades que implicaban una experiencia vivencial y directa, en las que los participantes podían involucrarse activamente en las labores agrícolas, fueron las que mostraron mayor aceptación entre todos los encuestados. Esto es favorable para el centro, ya que el CEIPA dispone de diversos escenarios agrícolas y tiene la capacidad de ofrecer una amplia gama de actividades.

Aspectos como la publicidad y la movilización son cruciales al considerar futuras propuestas para la creación de rutas o circuitos agroturísticos. Por ello, es recomendable reforzar los aspectos técnicos y logísticos antes de implementar el agroturismo en las instalaciones.

Un atractivo particular que ha captado la atención de los visitantes es la presencia de especies amazónicas, especialmente el Paiche (*Arapaima gigas*). Esta especie, debido a su rareza y características únicas, genera fascinación entre aquellos que la ven por primera vez. Esto se evidenció en las reacciones de los visitantes durante el recorrido. La experiencia general obtenida por los visitantes ha generado un amplio apoyo para la implementación del agroturismo, ya que casi todos los encuestados coincidieron en respaldar la introducción de este tipo de turismo en la institución. Por lo tanto, es necesario desarrollar estrategias que faciliten la apertura y promoción de actividades agroturísticas en el CEIPA, conectando así el turismo con las prácticas agrícolas.

Por último, la presencia continua de visitas por parte de estudiantes indica que el CEIPA ofrece un valor significativo como recurso educativo, proporcionando oportunidades para la exploración y el aprendizaje práctico en un entorno de investigación. Estas visitas tienen un alto valor, ya que buscan cultivar el aprendizaje adaptándose a los diferentes niveles de conocimiento y áreas de interés de los estudiantes. Este perfil académico del visitante subraya la importancia de mantener un enfoque educativo en la planificación y gestión de las visitas al CEIPA, asegurando que las experiencias proporcionadas sean enriquecedoras, educativas y experienciales. Al mismo tiempo, se fomenta el agroturismo y el desarrollo sostenible de la región amazónica.



Referencias bibliográficas

- BBVA. (31 de julio de 2024). *Turismo sostenible*. Agroturismo: ¿qué es esta nueva forma de vivir la naturaleza?: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/agroturismo-que-paises-lideran-esta-nueva-forma-de-vivir-la-naturaleza/>
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford University Press.
https://doi.org/https://books.google.com.ec/books/about/Social_Research_Methods.html?id=N2zQCgAAQBAJ&redir_esc=y
- Dillman, D., Jolene, S., & Christian Leah. (2014). *Encuestas por Internet, teléfono, correo postal y en modalidad mixta: el método de diseño personalizado, cuarta edición*. Wiley.
<https://doi.org/https://www.wiley.com/en-us/Internet%2C+Phone%2C+Mail%2C+and+Mixed-Mode+Surveys%3A+The+Tailored+Design+Method%2C+4th+Edition-p-9781118456149>
- Gómez, J., & Sánchez, R. (2015). Community Sustainability and Tourism in the Pooled. *International Journal of Environmental Science and Development*, 7(02), 156.
<https://doi.org/https://www.ijesd.org/vol7/759-C00007.pdf>
- Maxwell, J. A. (2011). *Un enfoque realista de la investigación cualitativa*. SAGE.
https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/235930763_A_Realist_Approach_to_Qualitative_Research
- MINTUR. (26 de Septiembre de 2007). *Go Raymi*. Go Raymi:
<https://files.goraymi.com/2021/05/14/1b45fa425f3155713c0ca0a11bbf356d.pdf>
- Ortiz, J. P. (Agosto de 2012). *DE LA "PEPA DE ORO" A LA*. DE LA "PEPA DE ORO" A LA:
<https://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicion2/DE%20LA%20E2%80%9CPEPA%20DE%20RO%20E2%80%9D%20A%20LA%20RUTA%20DEL%20CACAO.pdf>
- Rea, L., & Parker, R. (2014). *Diseño y realización de investigaciones mediante encuestas: una guía completa, cuarta edición*. Bajo Jossey. <https://doi.org/https://www.wiley.com/en-us/Designing+and+Conducting+Survey+Research%3A+A+Comprehensive+Guide%2C+4th+Edition-p-9781118767030>
- Saunders, M., & Philip, L. (2019). *"Research Methods for Business Students" Chapter 4: Understanding research philosophy and approaches to theory development*. Pearson.
https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/330760964_Research_Methods_for_Business_Students_Chapter_4_Understanding_research_philosophy_and_approaches_to_theory_development
- Yin, R. (2014). *Case Study Research Design and Methods*. Canadian Journal of Program Evaluation.
https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/308385754_Robert_K_Yin_2014_Case_Study_Research_Design_and_Methods_5th_ed_Thousand_Oaks_CA_Sage_282_pages



Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.

