



Estudio de mercado, estrategia para la creación de microempresas de ecoturismo

Market study, strategy for the creation of ecotourism micro-enterprises

Pesquisa de mercado, uma estratégia para a criação de microempresas de ecoturismo



Carmita Efigenia Andrade Álvarez¹
candrade_a@epoch.edu.ec

Wilman Gustavo Carrillo Pulgar²
wcarrillo@unach.edu.ec

Delia piedad Daquilema Romero¹
delia.daquilema@epoch.edu.ec

Franqui Fernando Esparza Paz¹
franqui.esparza@epoch.edu.ec

¹Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador

²Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador

Escanea en tu dispositivo móvil

o revisa este artículo en:

<https://doi.org/10.33996/revistaneque.v5i13.101>

Artículo recibido el 19 de agosto 2022 / Arbitrado el 12 de septiembre 2022 / Publicado el 17 de noviembre de 2022

RESUMEN

El sector turístico juega un papel importante en la economía de todas las naciones, desde el punto de vista de la creación de empleo, generación de divisas, disminución del impacto ambiental, desarrollo social, económico y cultural de los países. Este estudio tuvo como objetivo conocer los estudios de mercado a fin de constituir una estrategia para la creación de empresas de ecoturismo. La metodología que se aplicó fue bajo en el enfoque mixto, con un nivel de investigación descriptivo y explicativo que permitieron recabar información sobre temas relacionados con los estudios de mercado, como técnica de investigación se utilizó las encuestas, mismas que fueron aplicadas a una muestra de 353 turistas nacionales y extranjeros, de una población de 4300 personas, ubicadas en el cantón Colta, provincia de Chimborazo (Ecuador). Los principales hallazgos que se obtuvieron permitieron determinar que el 90% indicaron que los estudios de mercado se constituyen estrategias para la creación de empresas de ecoturismo. Lo que se concluye que los estudios de mercado sirven no únicamente para la creación de empresas de ecoturismo, sino para toda clase de empresas de producción, comercio y servicios.

Palabras clave: Estudio de Mercado; Estrategias; Turismo; Ecoturismo; Microempresas

ABSTRACT

The tourism sector plays an important role in the economy of all nations, from the point of view of job creation, foreign exchange generation, reduction of environmental impact, social, economic and cultural development of countries. The objective of this study was to know the market studies in order to constitute a strategy for the creation of ecotourism enterprises. The methodology applied was based on the mixed approach, with a descriptive and explanatory level of research that allowed gathering information on issues related to market studies. The research technique used was surveys, which were applied to a sample of 353 national and foreign tourists, from a population of 4300 people, located in the Colta canton, province of Chimborazo (Ecuador). The main findings that were obtained allowed determining that 90% indicated that market studies are strategies for the creation of ecotourism enterprises. The conclusion is that market studies are not only useful for the creation of ecotourism enterprises, but for all kinds of production, commerce and service enterprises.

Key words: Market research; Strategies; Tourism; Ecotourism; Microenterprises

RESUMO

O setor de turismo desempenha um papel importante na economia de todas as nações, do ponto de vista da criação de empregos, geração de divisas, redução do impacto ambiental, desenvolvimento social, econômico e cultural dos países. O objetivo deste estudo era conhecer estudos de mercado a fim de criar uma estratégia para a criação de empresas de ecoturismo. A metodologia aplicada foi baseada em uma abordagem mista, com um nível descritivo e explicativo de pesquisa que permitiu a coleta de informações sobre questões relacionadas a estudos de mercado. A técnica de pesquisa utilizada foi a pesquisa, que foi aplicada a uma amostra de 353 turistas nacionais e estrangeiros, de uma população de 4300 pessoas, localizada no cantão de Colta, província de Chimborazo (Equador). As principais descobertas obtidas permitiram determinar que 90% indicaram que os estudos de mercado são estratégias para a criação de empresas de ecoturismo. A conclusão é que os estudos de mercado não são úteis apenas para a criação de empresas de ecoturismo, mas para todos os tipos de empresas de produção, comércio e serviços.

Palavras-chave: Pesquisa de mercado; Estratégias; Turismo; Ecoturismo; Microempresas

INTRODUCCIÓN

El sector empresarial de los diferentes países, antes de realizar asignación de recursos monetarios en actividades económicas sean estas de comercio, producción o servicios, debe efectuar estudios de manera científica, que les permitan sustentar la ejecución de sus inversiones, en este ámbito se encuentran los estudios de mercado o investigaciones comerciales; siendo estos temas de relevancia en la gestión corporativa, por lo cual se debe comprender de manera clara que una investigación de mercado es un proceso continuo, metódico y científico que ayuda a conocer la demanda de un producto o un servicio, las preferencias de los consumidores, la competencia, entre otros aspectos.

Los estudios de mercado son temas que dentro del campo corporativo del ecoturismo han sido muy poco abordados, pero es importante tratarlos debido a que se puede entender las intenciones de mercado dentro de la excelencia de las empresas que hoy en día es más que importante para su gestión. En este contexto, el autor Dos Santos (2017) define la investigación de mercados como: “Una forma de indagar y responder a las preguntas sobre el comportamiento humano, es la aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de comercialización” (p. 4). Además, Arenal (2019), manifiesta que la investigación de mercado es: “La búsqueda de información para conocer las posibilidades y comportamientos de cada uno de los mercados en destino, implica el registro y análisis de la información para la toma de decisiones en concordancia con la estrategia de expansión de la empresa en los mercados” (p. 9)

Midiendo la importancia de la investigación de mercado, permite determinar las oportunidades o problemas que pueden ocurrir en la comercialización de un producto o servicio, identificando si a futuro generará rentabilidad a sus inversionistas, además permite conocer a sus clientes determinando sus gustos o preferencias, esto permitirá contar con una ventaja competitiva en el entorno debido a que se recogerá información relevante del mercado donde se va iniciar el estudio para poder analizar y tomar decisiones, las cuales deberán favorecer al entorno y a la parte involucrada.

Por ello, sobre la importancia de la investigación de mercado, el ensayista Montero (2017) indica que: “La investigación de mercado contribuye a identificar las oportunidades de mercado en un determinado sector y esto es muy interesante si quieres entrar en una parcela determinada de mercado o mejorar tu posición en ella. Además, este tipo de estudios contribuye a minimizar el riesgo a la hora de hacer negocios, porque contando con una mayor y más específica información sobre un

determinado producto o un sector concreto las decisiones se pueden tomar con mayor conocimiento de causa. (p. 1)

A su vez, desde el argumento de Morales y Adam (2009) en referencia al estudio de mercado: “Determina la cantidad de bienes y/o servicios que en cierta área geográfica y bajo determinadas condiciones, la población estaría dispuesta a conseguir para satisfacer sus necesidades” (p. 229). Por su parte, Baca (2013), sobre el objeto de estudio señala que: “Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación clasificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (p. 5). Vistos estos conceptos, y haciendo un análisis, la investigación de mercados tiene una estrecha relación con el cliente y el consumidor, permitiendo tener un conocimiento previo de lo que se va a realizar y en qué lugar se va a llevar a cabo, realizando un análisis al micro y macro entrono utilizando diversas técnicas para obtener la información que se requiere.

Bajo esta óptica entre los estudios de mercado y la creación de empresas de ecoturismo, el sector turístico juega un papel importante en la economía de todos los países, por la creación de empleo y producción, así como por la generación de divisas, formando parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos, en cuanto al nivel económico que opera como fuente de oportunidades para la modernización socio-económica y cultural de un área geográfica específica.

Por ello, el turismo hace parte de las actividades que algunas personas realizan en un tiempo determinado, allí realizan viajes, se hospedan y visitan distintos lugares fuera de su rutina habitual, estas actividades suelen realizarse durante un periodo consecutivo o inferior a un año con fines de ocio o negocios, educación, entre otros. Dentro de las principales características del turismo se presentan la introducción de elementos motivadores de viaje, la realidad del periodo para la estancia, y por último se delimitan las actividades durante el viaje y la ubicación turísticas (Sancho, 2015)

De la misma forma y de acuerdo con Pérez (2003) el ecoturismo “es el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en contacto con la naturaleza, la vida del campo, en pequeñas poblaciones rurales”. (p. 23). Es el ecoturismo entonces responsable con el medio ambiente, la naturaleza en la cual consiste en conocer áreas ecológicas a fin de disfrutar y apreciar la naturaleza de la misma forma las manifestaciones culturales de la zona, promoviendo la conservación de los recursos naturales.

Según la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (2020) una empresa de ecoturismo es la persona jurídica que contribuyen con el desarrolla de actividades de ecoturismo, reconocida por las autoridades, de acuerdo con lo que establecen las leyes. Por tanto, las empresas de ecoturismo son entidades jurídicas que promueve actividades de

ecoturismo, siendo empresas sostenibles y responsables con el cuidado de la naturaleza y las comunidades compartiendo sus costumbres y tradiciones, legalmente autorizada por las entidades que rigen.

En tal sentido el estudio tiene como objetivo conocer los estudios de mercado a fin de constituir una estrategia para la creación de empresas de ecoturismo, lo cual permite estimar como un punto de referencia para la generación y desarrollo de estrategias que promuevan la reactivación del turismo interno; así como también se constituye una herramienta indispensable para la adecuada gestión de la movilidad turística a nivel nacional.

MÉTODO

El enfoque de investigación fue mixto, en la fase de análisis bajo el enfoque cuantitativo se recogió toda la información mediante una encuesta y esta es procesada mediante datos estadísticos, seguidamente del mismo modo se realiza un análisis bajo un enfoque cualitativo interpretativo. Así como que en el enfoque cualitativo se “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernandez, 2014, p. 7). En relación al nivel de la investigación, se basó en un carácter descriptivo y explicativo, por cuanto el estudio permitió validar un estudio para la creación de una microempresa de ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito, cantón Colta, provincia de Chimborazo. A este respecto, Kerlinger (1993), citado por Flores (2011), señala que Este enfoque describe e interpreta lo que es. Está referido a las condiciones o relaciones que existen; prácticas que prevalecen, creencias, puntos de vista o actitudes que la gente tiene, procesos en marcha; efectos que se producen o tendencias en desarrollo”. (p. 50)

Desde el contexto planteado por Bernal (2010) el diseño de carácter transversal se define como: “El proceso mediante el cual se obtiene información del objeto de estudio (población o muestra) una vez en un momento dado”. (p. 118). El estudio transversal en la investigación se utilizó la observación de los fenómenos en el ambiente para el análisis de los datos de variables en un solo periodo de tiempo establecido sobre la población y muestra.

Se realizó un estudio documental señalado por utilizar en los documentos oficiales, ya sean personales como fuente de información estos documentos pueden ser de varios tipos: impreso, gráficos y electrónicos (Robles, 2020) La investigación documental permitió desarrollar los fundamentos teóricos del manuscrito, a través de libros físicos y digitales, artículos científicos de diferentes bases, entre otros.

Según Hernández (2014), en referencia al tipo de estudio de campo indica que: “Sensibilizarse con el ambiente o entorno en el cual se llevará a cabo el estudio, identificar informantes que aporten datos y guíen al investigador por el lugar, adelantarse y penetrarse la situación de investigación, además de verificar la factibilidad del estudio”. (p. 8). La investigación se realizó en el lugar de los hechos, es decir donde el objeto de estudio se implementará, teniendo en cuenta las variables que aportan a la creación de la microempresa.

Población y muestra

La población de estudio es finita siendo la misma el número total de turistas internos y externos que llegaron a la parroquia Santiago de Quito, tomando como datos los adquiridos el año 2019. Tamayo (2012) señala que “La población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades. En la Tabla 1 se denota la afluencia turística del año 2019.

Tabla 1. Relación de la afluencia turística durante el año 2019.

Mes	Número de turistas
Enero- Febrero	400
Marzo- Abril	2000
Mayo- Junio	300
Julio-Agosto	400
Septiembre-Octubre	600
Noviembre- Diciembre	600
Total	4300

Fuente: Gobierno Parroquial Santiago de Quito, 2019.

El número de encuesta aplicadas se desarrolló mediante el uso de la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Muestra

N = Universo

P = Probabilidad de ocurrencia (50% = 0.50)

Q = Probabilidad de la no ocurrencia (50% = 0.50)

e = Margen de error 0,05%

Z = Nivel de Confianza 1.96

$$n = \frac{4300 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(4300 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 353 encuestas

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Información básica

Lugar de procedencia de los turistas

En la Tabla 2 se destaca la cantidad de turista encuestados según su procedencia que han tenido como afluencia turística la parroquia Santiago de Quito, con relación a los turistas nacionales que se obtuvo que un 86% de los visitantes turismos son nacionales, mientras que el 14%, hacen parte de la comunidad extranjera.

Tabla 2. Porcentaje de turistas nacionales y extranjeros.

Turistas	Distribución de la muestra	Frecuencia relativa
Turistas Nacionales	302	86%
Turistas Extranjeros	51	14%
Total	353	100%

Género de los turistas

Sobre el factor de la determinación del género, se observó que un alto porcentaje de los turistas encuestados fueron del sexo masculino (65%) tal como se destaca en la Tabla 3, lo que indica que en la actualidad son los hombres quienes marcan las pautas para viajar con fines turísticos, culturales y de recreación, adquiriendo los servicios a través de la microempresa de ecoturismo.

Tabla 3. Determinación del género de los turistas.

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Masculino	230	65%
Femenino	123	35%
Total	353	100%

Rango de edad de los turistas

En la Tabla 4 se muestra que existe una incidencia relativamente equitativa entre los encuestados, siendo las edades entre 15 y 30 años con un porcentaje del 39% el mayor número de turistas encuestados, seguido del renglón de 30 a 40 con un 34%. En efecto son estas las edades, que tienen más preferencias al momento de adquirir el servicio turístico y gozar de las actividades que ofrecería la microempresa.

Tabla 4. Rango de edad de los turistas.

Turistas	Distribución de la muestra	Frecuencia relativa
Entre 15 y 30	137	39%
Entre 31 y 40	120	34%
Entre 41 y 50	71	20%
Entre 51 y 60	25	7%
Más de 60	0	0%
Total	353	100%

Nacionalidad de los turistas

Se evaluó el factor acerca de la nacionalidad, el cual es de interés tanto para el turista como para la microempresa, quienes buscan calidad, confort y comodidad durante sus actividades de recreación y diversión. A tales efectos, en la Tabla 5 se muestra que el 96% de los visitantes que acuden a la parroquia Santiago de Quito, en diferentes estaciones del año, para disfrutar de su clima, fauna y flora alrededor de la laguna de Colta, son de origen ecuatoriano y tan sólo un 4% norteamericanos

Tabla 5. Determinación de la nacionalidad de los turistas.

Nacionalidad	Frecuencia	Frecuencia relativa
Ecuatoriano	339	96%
Norteamericano	14	4%
Europeo	0	0%
Asiático	0	0%
Otro	0	0%
Total	353	100%

Lugar de procedencia de los turistas

Según los datos obtenidos en la encuesta en la Tabla 6 se puede apreciar que los turistas que más visitan la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta, proceden de la región sierra con un porcentaje del 52%, seguido de la costa con un 39%, obteniendo las cifras más bajas los procedentes de la amazonia, región insular y extranjeros.

Tabla 6. Lugar de procedencia de los turistas.

Lugar de procedencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
Costa	138	39%
Sierra	184	52%
Amazonia	17	5%
Región Insular	0	0%
Extranjero	14	4%
Total	353	100%

Información sobre el estudio de mercado

Microempresa de ecoturismo existente Santiago de Quito

Se aprecia en el Gráfico 1 que un alto porcentaje de los turistas encuestados aceptaron la creación de la microempresa en la parroquia Santiago de Quito, Cantón Colta, representado en un 71%, y tan solo el 29% lo rechazaron. El resultado de aceptación obedece a que las personas que realizan actividades turísticas confían que a través del emprendimiento se fomentará el turismo comunitario sostenible, lo cual permitirá brindar mayor y mejores actividades turísticas, impulsando la conservación del medio ambiente y promoviendo la participación de la comunidad de forma activa.

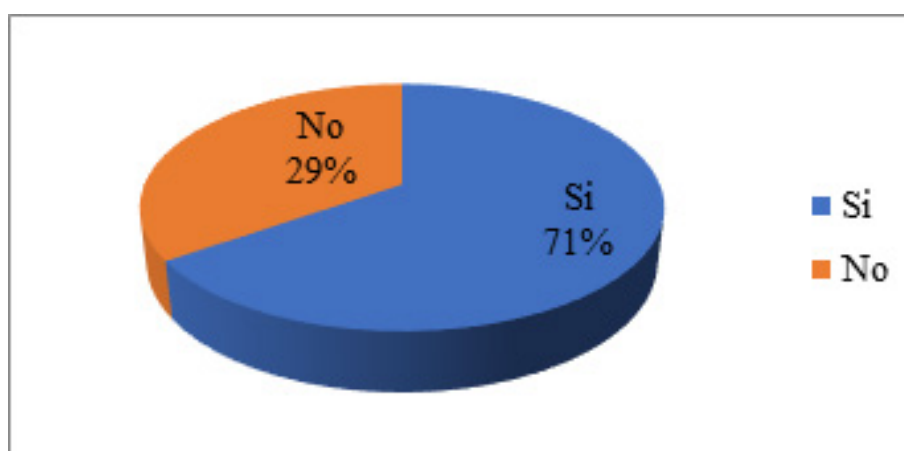


Gráfico 1. Existencia de una microempresa de ecoturismo.

Temporada para viajar

En el Gráfico 2, con relación con la temporada preferida por los turistas para viajar, se puede observar que el 44% de los encuestados optan por tomar como viajes turísticos los días feriados, mientras que un 36% prefieren tomar descanso en vacaciones, seguido del 19% que mencionan la preferencia por los fines de semana. En tal sentido, el cantón Colta y la parroquia Santiago de Quito recibe turistas en un alto porcentaje en fechas festivas como carnaval y cívicas.

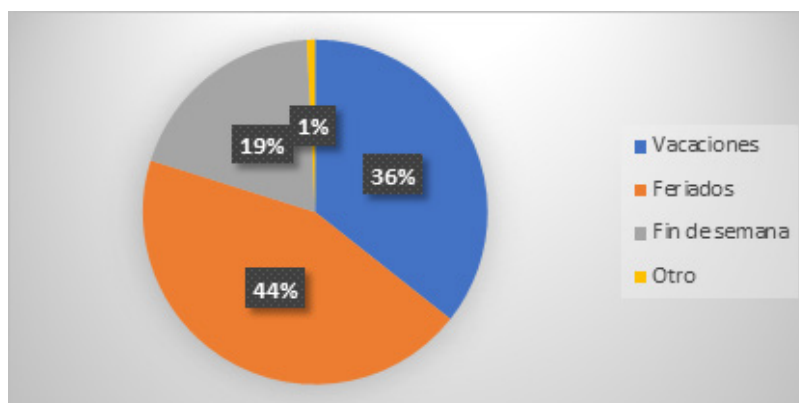


Gráfico 2. Preferencia de la temporada turística para viajar.

Conocimiento sobre la parroquia Santiago de Quito, cantón Coltar

Los resultados que se muestran en el Gráfico 3, se observa que el 63% de los turistas encuestados conocen la parroquia Santiago de Quito, cantón Colta, pero un 37% desconocen la zona. El alto porcentaje obtenido brinda beneficios al momento de implementar la microempresa, sin embargo, se deben establecer estrategias de publicidad para atraer a aquellos que aún no han podido disfrutar de los atractivos turísticos que se ofrecen en la laguna cantonal de Colta

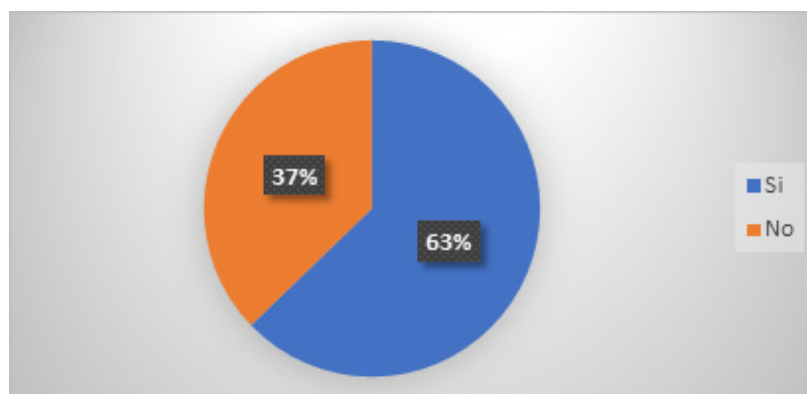


Gráfico 3. Conocimiento sobre Santiago de Quito, Cantón Colta.

Lugares para actividades de ecoturismo en la parroquia Santiago de Quito, cantón Colta

En el Gráfico 4 se denota que el 53% de las personas que disfrutan de actividades turísticas, conocen lugares donde se puede hacer ecoturismo y el 47% desconocen sitios ecológicos para la recreación, tal como se señala en el gráfico 4. De acuerdo con los porcentajes indicados, es fundamental impulsar microempresas ecoturísticas que permitan el cuidado y fortalecimiento del medio ambiente, la conservación de los recursos naturales, manteniendo las tradiciones de cada etnia y cultura de las comunidades, generando así un mundo menos contaminado para las generaciones futuras.

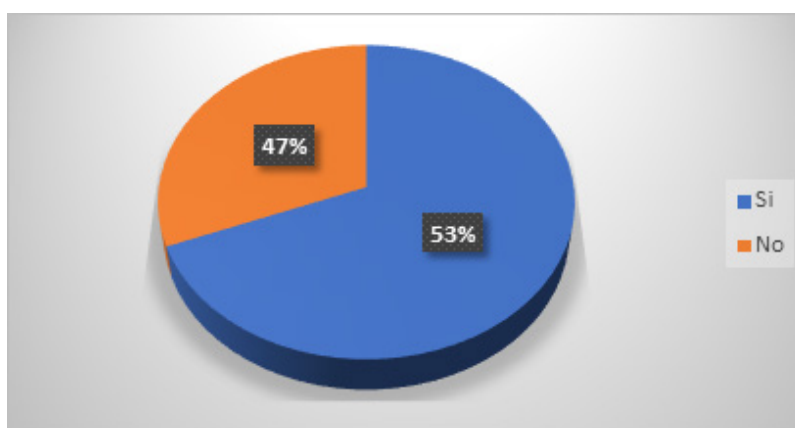


Gráfico 4. Sitios que realicen actividades de ecoturismo.

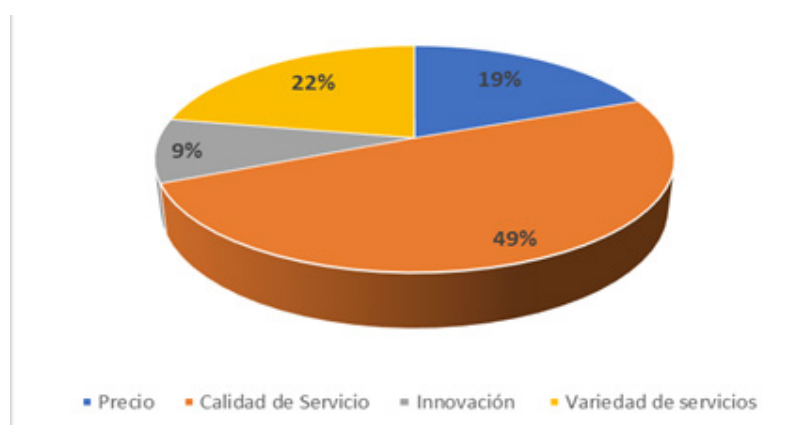
De acuerdo a los tipos de actividades turísticas que los visitantes prefieren practicar cuando optan por un destino turístico, en la Tabla 7 se aprecia que la variación por las preferencias son diversas con resultados similares entre unos y otros, donde el 12% opta por paquetes turísticos y senderismo, seguidos del 11% que prefieren observación de atractivos naturales, mientras que el 10% optan por gastronomía cultural, ciclismo de montaña, motocrós, paracaidismo, cabalgata, hospedaje, y en menores porcentajes eligen paseo en lancha, paseo en yate, globo aerostático.

Tabla 7. Preferencias de acuerdo al tipo de actividades ecoturísticas.

Nacionalidad	Frecuencia	Frecuencia relativa
Senderismo	43	12%
Observación de atractivos naturales	37	11%
Gastronomía Cultural	34	10%
Ciclismo de montaña	35	10%
Globo aerostático	5	2%
Paseo en yate	7	2%
Motocrós	34	10%
Paracaidismo	35	10%
Paseo en lancha	9	3%
Cabalgata	36	10%
Hospedaje	36	10%
Paquetes turísticos	42	12%
Total	353	100%

Experiencia de la microempresa de ecoturismo para la prestación de servicios

Con la implementación de una microempresa ecoturística se deben establecer estrategias para atraer a propios y visitantes, por tanto, es necesario considerar los factores analizados durante la encuesta, que de acuerdo a lo señalado en el Gráfico 5, el 49% menciona la calidad de servicio, como el tipo de experiencia que mayormente se debe cumplir para ofrecer productos que satisfagan las necesidades de los clientes a bajo costo, atractivos, donde se aplique el uso de la tecnología, con variedad de opciones y atendiendo el 22% de los encuestados que esperan satisfacción de las necesidades, donde se brinde una buena atención en cuanto a amabilidad, información, entre otros. Asimismo, existe un 19% que prefieren un precio favorable para poder disfrutar de las atracciones a costos considerables y accesibles a la economía actual.

**Gráfico 5.** Tipo de experiencia que debe cumplir la microempresa de ecoturismo.

Empresas turísticas conocidas en la parroquia Santiago de Quito

En la actualidad son diversas las empresas que se han implementado ofreciendo diversas actividades para el disfrute turístico, sin embargo, algunos son desconocidos. Según los resultados de la encuesta el 62% mencionaron no conocer entidades turísticas en la parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta. No obstante, un 23% mencionaron conocer acerca del municipio de Colta, seguido de un 11% que conoce y han disfrutado de las instalaciones ofrecidas por Hostería Kucha Wasi y el 4% de Caracas Suite Santiago de Quito tal como se destaca en la Tabla 8. En consecuencia, estos resultados benefician a la creación de la microempresa de ecoturismo, debido a que tendrá variedad de actividades que ofrecer para la recreación, con sustentabilidad y sostenibilidad.

Tabla 8. Empresas turísticas conocidas en la parroquia Santiago de Quito.

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Hostería Kucha Wasi	38	11%
Caracas Suite Santiago de Quito	14	4%
Municipio de Colta	82	23%
Ninguno	219	62%
Total	353	100%

Finalmente, y de conformidad a los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a los turistas tanto nacionales como extranjeros, los principales hallazgos que se obtuvieron permitieron determinar que el 90% indicaron que los estudios de mercado se constituyen estrategias para la creación de empresas de ecoturismo, lo cual es muy importante para comprobar el objetivo de la investigación, que fue determinar que los estudios de mercado aportan en la creación de microempresas de ecoturismo, y aportan al desarrollo local.

Discusión

En la parroquia Santiago de Quito (Cantón Colta, provincia de Chimborazo), la relación de la afluencia turística para el año 2019 ascendió a 4300 visitantes (No se pudo determinar a los años 2020 y 2021 por efecto de la pandemia del COVID-19), siendo este sector con una zona donde se llevan a cabo actividades relacionadas al comercio, el desarrollo de las microempresas de diversos servicios y la actividad turística la cual tiene una participación bastante destacada, sin embargo, la producción de valor agregado a nivel del ecoturismo en este caso es muy limitado.

En este ámbito, cabe destacar que la acción turística se beneficia por la ubicación geográfica y privilegiada por ser una región para disfrutar de su clima, fauna y flora alrededor de la laguna de Colta, aun cuando en la actualidad son los hombres quienes marcan las pautas para viajar con fines turísticos, culturales y de recreación, adquiriendo en algunos casos, los servicios a través de la microempresa de ecoturismo.

De la misma manera, la actividad turística que prevalece en la zona es de suma importancia para la economía del cantón y de la parroquia Santiago de Quito, debido a la diversidad de productos y servicios que se ofrecen, pero hasta la actualidad no se le ha prestado la debida importancia y atención a las actividades ecoturísticas, las cuales se pudieran fortalecer mediante la implementación de microempresas dedicadas a este importante sector económico, aun cuando son los ecuatorianos quienes mayormente buscan calidad, confort y comodidad durante sus actividades de recreación y diversión.

En referencia a este tema Yautibug (2017) sostiene que para la viabilidad en la creación de una empresa productora y comercializadora de productos y servicios influyen en la constitución de empleos que contribuyen a su vez en el desarrollo económico y social del sector turístico para generar soluciones a los problemas actuales de Ecuador, además funciona como una oportunidad para la intervención de los conocimientos técnicos y administrativos dentro de los procesos productivos.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se determinó un alto porcentaje de aceptación acerca de la implementación de una microempresa ecoturística en el cantón Colta, lo cual obedece a que las personas que realizan actividades turísticas, confían en que a través del emprendimiento se fomentará el turismo comunitario sostenible, lo cual permitirá brindar mayor y mejores actividades turísticas, impulsando la conservación del medio ambiente y promoviendo la participación de las comunidades de forma activa. En tal sentido, también resultaría beneficioso por cuanto la parroquia Santiago de Quito recibe turistas en un alto porcentaje en fechas festivas como carnaval y cívicas, a lo cual una empresa dedicada a este sector debe crear variedad de actividades recreacionales y culturales ofertando a los visitantes, confianza e innovación.

Del mismo modo, de acuerdo con los hallazgos encontrados, es fundamental impulsar microempresas ecoturísticas que permitan el cuidado y fortalecimiento del medio ambiente, la conservación de los recursos naturales, manteniendo las tradiciones de cada etnia y cultura de las comunidades, generando así un mundo menos contaminado para las generaciones futuras. Sobre la temática Quishpe, et al. (2018), señala que en Ecuador, las microempresas de diversos sectores económicos hasta antes de la década de 1970, no eran tomadas en cuenta, en la actualidad han pasado obtener

el reconocimiento a través de su trayectoria e importancia económica y social para miles de pequeños productores propietarios de diversos desarrollos microempresariales, lo cual queda constituido como un fenómeno positivo para las localidades donde existen estas pequeñas empresas familiares, además los productos se han convertido principal en fuente para el autoconsumo e ingresos que sustentan las economías familiares.

A tales efectos, con los hallazgos obtenidos, la microempresa de ecoturismo que será implementada debe ofertar actividades recreacionales con responsabilidad ambiental, cultural y natural, brindando a los visitantes un turismo de altura. Por lo que, las autoridades locales de la parroquia Santiago de Quito, debe brindar apoyo para priorizar el control de la naturaleza en esta región, dirigida al cuidado y aprovechamiento ecológico.

De la misma manera, se deben planificar estrategias en estos ámbitos ambientales con la finalidad de que los turistas propios y visitantes, puedan contar con los servicios básicos y de estructuras físicas necesarias para cubrir las necesidades prioritarias de recreación y esparcimiento, para llevar a cabo de manera óptima las actividades ecoturísticas y económicas de la región. A este respecto, la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo citado por De la Torre (2015), señala que “El desarrollo sostenible garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias insuficiencias. Desde esta perspectiva, la sostenibilidad se muestra como una alternativa a la degradación ambiental, tratando de encontrar respuestas creativas para corregir los defectos y evitar nuevos problemas en el contexto regional”.

De los resultados señalados se aprecia una similitud a lo señalado por Carmona (2019), “En cuanto a las dimensiones orientadas a evaluar tanto las expectativas como las percepciones presentes en el turista nacional en cuanto a la calidad del servicio otorgado a los clientes clave” debido que para ello se brindó un diagnóstico del producto concedido, a fin de formular estrategias que realimentan los aspectos débiles, para así, garantizar al turista una experiencia gratificante, que supere sus expectativas, y ayuden al fortaleciendo de lazos con la microempresa de turismo por periodo indefinido.

En consecuencia, para brindar una atención de calidad para satisfacer las necesidades y gustos de cada uno, se deben plantear estrategias de mercado, condiciones técnicas, legales y un estudio económico que permita el acceso al financiamiento, el cual es indispensable para la implementación de la microempresa ecoturística; debido a que se ha observado una brecha existente entre la necesidad y el acceso al ocio y disfrute de actividades recreativas y turísticas. Aunado a esto, se estará fortaleciendo la generación de empleo en el cantón Colta y la parroquia Santiago de Quito, impulsando a su vez el

desarrollo de la región y así tener posibilidades de articulación con las demás cadenas productivas del Ecuador.

CONCLUSIONES

Según el objetivo planteado dentro de este estudio con la aplicación de las encuestas a los potenciales turísticos se pudo determinar que la mayoría de las personas conocen el lugar de la parroquia Santiago de Quito, cantón Colta, además, optan por realizar turismo a través de ciclismo de montaña, motocrós, paracaidismo, cabalgata, entre otras actividades. A través del estudio de mercado, se determinó que existe una gran mayoría de turistas que prefieren la creación de una empresa de ecoturismo, por ende, aceptarían consumir la publicidad del lugar mediante redes sociales, página web, trípticos, entre otros.

En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo en un destino, tal es el caso de la innovación tecnológica y el medio ambiente que ha cambiado significativamente el panorama turístico en los últimos tiempos. En efecto, el desarrollo de la tecnología se ha encargado de definir un antes y un después de las formas de viajar y vivir experiencias, generando posibilidades de conectividad a través de diferentes sistemas tecnológicos con resultando imprescindible para los diferentes sectores en los próximos años.

A nivel del Ecuador se ofrecen innumerables atractivos turísticos, país que no está desconectado de la actividad turística, debido a cuenta con diferentes atractivos para los turistas, considerado como un país accesible para los viajeros, con múltiples destinos ideales para familias, amigos y para disfrutar todo el año, a su vez es un destino para el buen vivir, socialmente inclusivo, participativo y comprometido con el turismo por su variada cultura y una gran biodiversidad, como la sierra central y la Amazonía que presentan una gran riqueza.

En cuanto al ecoturismo, Ecuador ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales, que generan una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación, destacando los parques nacionales, la selva, ríos, lagos, montañas, entre otros. Por otra parte, se encuentra el efecto que ha causado la pandemia Covid-19 lo cual ha originado limitaciones tanto para las personas como para las empresas, donde se han establecido varias medidas restrictivas para contener el contagio y la propagación, generado una crisis de salud sin precedentes en el mundo y en el país ecuatoriano. Esta crisis, a su vez, ha provocado un impacto económico de gran magnitud, siendo el turismo una de las actividades más afectadas a nivel mundial y nacional.

Como secuela de la pandemia causada por COVID-19, la actividad turística cambió

considerablemente para el Ecuador, donde las necesidades y preferencias de los viajeros ya no son las mismas; a tales efectos el Ministerio de Turismo junto con las universidades del país desarrollaron un estudio que muestra el comportamiento de los turistas nacionales antes y después del impacto de la pandemia, determinando las pérdidas considerables por entrada de divisas, dado el cierre de fronteras y otras limitaciones de movilidad que se tomaron para frenar el contagio. No obstante, con el transcurrir del tiempo, dada la flexibilización de las medidas y la evolución de la emergencia sanitaria, se hizo necesario hacer un estudio más fundamentado sobre el comportamiento futuro del turista nacional.

Sobre los resultados obtenidos, la microempresa de ecoturismo que será implementada debe ofertar las actividades recreacionales con responsabilidad ambiental, cultural y natural, brindando a los visitantes un turismo de altura. Adicional, con la implementación de una microempresa ecoturística se deben establecer estrategias para atraer a propios y visitantes, por tanto, es necesario considerar los factores analizados durante la encuesta, que de acuerdo a los hallazgos obtenidos, gran parte de los turistas sostienen que la calidad de servicio, es la experiencia que mayormente se debe cumplir para ofrecer productos que satisfagan las necesidades de los clientes a bajo costo, con atractivos, donde se aplique el uso de la tecnología, con variedad de opciones, mientras que otros esperan satisfacción de las necesidades, donde se brinde una buena atención en cuanto a amabilidad, información, entre otros. Sin embargo, existen quienes prefieren un precio favorable para poder disfrutar de las atracciones a costos considerables y accesibles a la economía actual. Por lo tanto, se evidencia que son variados los elementos evaluados por el turista al momento de adquirir un servicio.

REFERENCIAS

- Arenal, C. (2019). *Investigación y recogida de información de mercados UF1780*. Madrid: Editorial Tutor Formación. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/118157> E-ISBN: 9788417943172
- Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo. (21 de 02 de 2020). *¿Qué es ecoturismo?*. Obtenido de Planeta.com: <https://www.planeta.com/ecuador-2002-ecoturismo/>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson.
- Carmona, A. (2019). *Percepción del turista interno sobre la calidad de servicio al cliente de la agencia de viajes y turismo, Perú Together Travel en la ciudad de Trujillo 2015*. Tesis maestría, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1922/1/TL_CarmonaMartinezAraseli.pdf

- Dos Santos, M. A. (2017). *Investigación de mercados: manual universitario*. Madrid, Spain: Ediciones Días de Santos. Obtenido de Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/espoch/57508>. E-ISBN:9788490520819
- Flores, J. (2011). *Construyendo la tesis universitaria*. Lima: Garden Graf S.R.L.
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw-Hill.
- Montero, M. (2017). La importancia de la investigación de mercado. *empredepyme.net*. Obtenido de <https://www.empredepyme.net/la-importancia-de-la-investigacion-de-mercado.html>
- Morales, J., y Adam, J. (2009). *Proyectos de inversión, evaluación y formulación*. México: McGrawHill.
- Pérez, M. (2003). *La guía del ecoturismo*. Madrid: Mundi-Prensa. <https://n9.cl/4n35e>
- Quishpe Yumisaca, Enma Rocío; Yumi Cujilema, María Estefanía. (2018). Estudio de Factibilidad del sistema operacional del Terminal Intercantonal del cantón Riobamba y su incidencia en la calidad de servicio que se ofrece a los usuarios. (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba. <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/8430>
- Robles, D. (2020). *Guía de Investigadores*. Obtenido de Investigación científica: <https://investigacioncientifica.org/que-es-la-investigacion-documental-definicion-y-objetivos/>
- Sancho, A. (2015). *Introducción al turismo*. OMT.
- Tamayo, M. (2012). *Metodología de investigación pautas para hacer la tesis*. Medellín: ICFES.
- Yautibug Curillo, D. (2017). Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de arroz de cebada en la comunidad El Troje, cantón Colta, provincia de Chimborazo en el periodo 2016 – 2017. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba. <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/13873>