



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO**

Título

Apertura y Cierre de Empresas Turísticas del cantón Colta, provincia de
Chimborazo

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Turismo

Autora:

Freire Montesdeoca Cynthia Lizbeth

Tutor:

Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.

Riobamba – Ecuador

2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Cynthia Lizbeth Freire Montesdeoca, con cédula de ciudadanía 1804449476, autora del trabajo de investigación titulado: Apertura y Cierre de Empresas Turísticas en el Cantón Colta, provincia de Chimborazo, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 22 de julio de 2024.



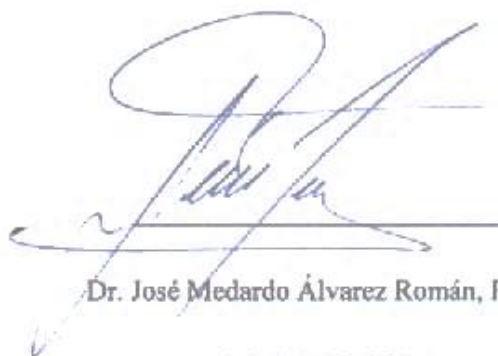
Cynthia Lizbeth Freire Montesdeoca

C.I: 1804449476

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Dr. José Medardo Álvarez Román, de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: Apertura y Cierre de Empresas Turísticas en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, bajo la autoría de Cynthia Lizbeth Freire Montesdeoca; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 22 días del mes de julio de 2024.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. Medardo', written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.

C.I: 0601736770

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "Apertura y Cierre de Empresas Turísticas en el cantón Colta, provincia de Chimborazo", presentado por Cynthia Lizbeth Freire Montesdeoca, con cédula de identidad 1804449476, bajo la tutoría de Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a la fecha de su presentación.

Dra. Silvia Marieta Aldaz Hernández, PhD

PRESIDENTA DEL TRIBUNAL DE GRADO




Mgs. Henry Mauricio Villa Yáñez

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Margoth Isabel Cali Pereira

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **Freire Montesdeoca Cynthia Lizbeth** con CC: **1804449476**, estudiante de la Carrera de **Turismo**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado " **APERTURA Y CIERRE DE EMPRESAS TURÍSTICAS DEL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el 8 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 23 de septiembre de 2024



Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.
TUTOR

DEDICATORIA

A mis queridos padres Danilo y Sandra, ambos me han enseñado el valor de la educación, la importancia del esfuerzo y la belleza de perseguir mis sueños con pasión y perseverancia.

Gracias por ser mis mentores, mis confidentes y mis mayores admiradores. Este logro es tanto suyo como mío, y siempre llevaré con orgullo los valores y enseñanzas que me han transmitido.

Con todo mi amor y agradecimiento eterno, a ustedes, papá y mamá.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su guía y fortaleza que me han acompañado en cada paso de este camino académico.

A mis padres, por su amor incondicional, sus sacrificios y su constante apoyo, a mi hermana Karen, gracias por tus palabras de aliento, por tus consejos y por estar siempre a mi lado, a mi sobrina Keyla, cuya sonrisa y alegría me han dado fuerzas en los momentos más difíciles.

Por su amor, apoyo y paciencia a Lenin, gracias por siempre estar mi lado.

Agradezco a mi tutor José Álvarez por su orientación y sabios consejos, cruciales para mi crecimiento académico y personal.

Finalmente, agradezco a toda mi familia y amigos que de alguna manera han contribuido al logro de este hito académico.

A todos ustedes, mi más profundo y sincero agradecimiento.

ÍNDICE DE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1 Planteamiento del problema	14
1.2 Formulación del problema.....	15
1.3 Justificación	15
1.4 Objetivos.....	16
1.5 Hipótesis general	17
1.6 Hipótesis específicas.....	17
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Antecedentes de la investigación.....	18
2.2 Desarrollo de la variable independiente: factores del entorno turístico	22
2.2.1. Entorno empresarial turístico.....	23
2.2.2. Crecimiento económico regional.....	24
2.2.3. Desarrollo del sector turístico.....	25
2.2.4. Empresas turísticas en el cantón Colta	26
2.2.5. Desarrollo económico local	27
2.2.6. Atracción y promoción turística	28
2.2.6. Condiciones empresariales	30
2.2.6. Estabilidad política, social y su relación con la actividad turística	32
2.6.3.5. Regulaciones y normativas relacionadas a la operación de empresas turísticas	33
2.3. Desarrollo la variable dependiente: Apertura y cierre de empresas turísticas.....	35
2.3.1 Innovación tecnológica.....	35
2.3.2. Políticas gubernamentales relacionadas al turismo	36
2.3.3 Infraestructura y accesibilidad.....	38
2.3.4 Condiciones económicas	38
2.3.5 Factores socioculturales.....	39
2.3.6. Competencia y ofertas	40

2.3.7. Demandas del mercado; preferencias y tendencias de los turistas	41
CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO.....	42
3.1 Tipo de la investigación.....	42
3.2. Diseño de la investigación.....	43
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	45
3.4. Confiabilidad del instrumento	45
3.4. Población de estudio y tamaño de muestra.....	46
3.6. Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	47
3.7. Operacionalización de variables.....	47
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	50
4.1. Fase 1. Emprendedor	50
4.1.1 Autoevaluación del perfil emprendedor	56
4.1.3 Prueba de hipótesis 1	58
4.2. Fase 2. Entorno turístico.....	59
4.2.2. Prueba de hipótesis 2	62
4.3. Fase 3. Planificación gubernamental	62
4.3.1 Prueba de Hipótesis 3	66
4.4. Fase 4. Análisis del nivel de satisfacción del turista	66
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
5.1 Conclusiones.....	71
5.2 Recomendaciones	72
CAPÍTULO VI. PROPUESTA	73
BIBLIOGRAFÍA	82
ANEXOS	86
ANEXO 1. Árbol de problemas	86
ANEXO 2. Cuestionario dirigido a representantes de las empresas turísticas.....	87
ANEXO 3. Cuestionario dirigido a representantes de las empresas turísticas cerradas..	93
ANEXOS 4. Cuestionario dirigido a los actores gubernamentales relacionados con el Turismo.....	97
ANEXO 5. Cuestionario dirigido a turistas del cantón Colta.....	101
ANEXO 6. Resultados de la fase 1 Emprendedor.....	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Antecedentes de la investigación.....	18
Tabla 2. Establecimientos registrados en el catastro turístico del MINTUR	26
Tabla 3. Estadística de fiabilidad de factores de apertura y cierre de empresas turísticas	45
Tabla 4. Estadística de fiabilidad del entorno turístico.....	45
Tabla 5. Estadística de fiabilidad del nivel de satisfacción del turista	46
Tabla 6. Operacionalización de la variable independiente: Factores del entorno turístico	48
Tabla 7. Operacionalización variable dependiente: Apertura y cierre de empresas turísticas.....	49
Tabla 8. Análisis de factores que influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas	50
Tabla 9. Tipos de empresas turísticas operativas en el cantón Colta.....	53
Tabla 10. Retorno de la inversión.....	54
Tabla 11. Estrategias de promoción como apoyo del gobierno central	55
Tabla 12. Impacto ambiental de las empresas turísticas	56
Tabla 13. Variables que influyen en la apertura y operatividad de emprendimientos turísticos (autoevaluación de los empresarios turísticos)	57
Tabla 14. Jerarquización de las variables influyentes en apertura y cierre de las empresas	57
Tabla 15. Prueba de verificación de hipótesis 1	58
Tabla 16. Entorno turístico como fortaleza o debilidad para emprendimientos	59
Tabla 17. Resultados del como fortaleza o debilidad para emprendimientos	60
Tabla 18. Prueba de verificación de hipótesis 2	62
Tabla 19. Resultados de la planificación gubernamental	62
Tabla 20. Prueba de verificación de hipótesis 3	66
Tabla 21. Resultado del nivel de satisfacción del turista.....	66
Tabla 22. Datos sobre el nivel de satisfacción del turista.....	67
Tabla 23. Probabilidad de satisfacción o insatisfacción	68
Tabla 24. Valor de p y significancia estadística	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de empresas turísticas operativas	54
Figura 2. Retorno de la inversión	54
Figura 3. Estrategias de promoción como apoyo del gobierno central	55
Figura 4. Impacto ambiental de las empresas turísticas	56
Figura 5. Datos sobre el nivel de satisfacción del turista	67
Figura 6. Valor de p y significancia estadística.....	68
Figura 7. Estructura del plan de capacitación.....	75

RESUMEN

El objetivo de la investigación es analizar la influencia de los factores del entorno turístico en la apertura y cierre de empresas turísticas en el cantón Colta. La metodología utilizada en la investigación es mixta, en la que se emplea como técnica a la encuesta y como instrumento un cuestionario semiestructurado que permite recopilar información cuantitativa y cualitativa de: factores personales de los emprendedores turísticos, factores del entorno turístico, factores de planificación de las instituciones gubernamentales relacionadas con el turismo y la satisfacción de los turistas. Los resultados indicaron que los factores personales del emprendedor tienen un impacto significativo en la dinámica empresarial, resaltando la necesidad de desarrollar habilidades empresariales y de gestión. Se confirmó la influencia positiva del entorno turístico en el sector empresarial, destacando la importancia de políticas que promuevan un ambiente favorable para el desarrollo turístico. Aunque la investigación no encontró evidencia estadística significativa sobre la influencia de la planificación en la apertura y cierre de empresas turísticas, se resalta su importancia para futuras investigaciones. Se recomienda fortalecer la intervención de los organismos gubernamentales en los procesos empresariales para garantizar la calidad y sostenibilidad del sector.

Palabras claves: apertura, cierre, desarrollo, emprendedores, emprendimientos.

ABSTRACT

The objective of the research was to analyze the influence of factors in the tourism environment on the opening and closing of tourist companies in the Colta canton, using a mixed research methodology. Surveys and semi-structured questionnaires were employed to collect quantitative and qualitative data on the personal factors of tourism entrepreneurs, tourism environment factors, and planning factors of government institutions related to tourism and tourist satisfaction. The results indicated that the personal factors of the entrepreneur have a significant impact on business dynamics, emphasizing the need to develop entrepreneurial and management skills. The positive influence of the tourism environment on the business sector was confirmed, highlighting the importance of policies that promote a favorable environment for tourism development. Although the research did not find statistically significant evidence regarding the influence of planning on the opening and closing of tourist companies, its importance for future research is emphasized. Strengthening the intervention of government agencies in business processes is recommended to ensure the quality and sustainability of the sector.

Keywords: Opening, closing, development, entrepreneurs, ventures.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La investigación sobre la “Apertura y Cierre de Empresas Turísticas en el Cantón Colta, provincia de Chimborazo”, se fundamenta en la necesidad de comprender los factores determinantes que afectan el desarrollo turístico del cantón, este enfoque responde a la importancia de analizar la relación entre la dinámica empresarial y el crecimiento turístico del sector, abarcando desde la perspectiva gubernamental hasta la experiencia de los emprendedores, con el propósito de identificar oportunidades de mejora y promover la sostenibilidad turística en la región.

La investigación de López et al (2019) revela que el desarrollo turístico se ve afectado por variables económicas, políticas y socioculturales, destacando la burocracia estatal y la falta de promoción. Se resalta la necesidad de simplificar trámites, fortalecer vínculos y mejorar el respaldo gubernamental para impulsar el turismo, considerando factores como financiamiento, políticas gubernamentales y demandas del mercado.

El propósito de la investigación fue evaluar cómo diversos factores del entorno turístico inciden en la dinámica de apertura y cierre de empresas en el Cantón Colta; en un contexto donde el turismo emerge como motor económico, comprender estas influencias resulta crucial para promover un desarrollo sostenible en la región, abordando desafíos como la burocracia, la promoción y el respaldo gubernamental (Desfrancois, 2019).

El primer capítulo de la investigación aborda la problemática de la influencia de los factores del entorno turístico en la apertura y cierre de empresas en el Cantón Colta, justificando la relevancia de comprender este fenómeno para el desarrollo local. El segundo capítulo presenta el marco teórico que sustenta el estudio. En el tercer capítulo, se describe el diseño metodológico utilizado. Los resultados y conclusiones se exponen en el cuarto capítulo, seguidos por la propuesta de investigación en el quinto y último capítulo.

1.1 Planteamiento del problema

El problema específico radica en el desconocimiento de los factores que influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas en el cantón Colta. La ausencia de datos precisos sobre este índice impide comprender la dinámica empresarial turística, obstaculizando la toma de decisiones informadas y el diseño de estrategias efectivas para fortalecer el sector. Esta carencia relaciona tanto a actores gubernamentales como

empresariales y la comunidad en general, limitando el desarrollo sostenible del turismo en el cantón.

Una búsqueda exhaustiva de información sobre las empresas turísticas que han cesado o iniciado sus operaciones en el cantón Colta, tanto en los registros del Ministerio de Turismo de Ecuador, MINTUR (2022); como en las direcciones zonales, no ha arrojado datos específicos al respecto, mostrando una falta de información actualizada y detallada sobre el tema tratado, lo que subraya la necesidad de abordar este vacío de conocimiento.

La constante evolución e innovación en la industria turística abre la necesidad de contar con información fidedigna y disponible para todos los actores del sector turístico; como lo menciona Figuerola (2015), contar con datos verídicos y actualizados permite tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias efectivas que impulsen el crecimiento y competitividad en el ámbito turístico. Esta carencia de información confiable no solo limita el conocimiento del presente, sino también la capacidad de proyección y planificación para futuros investigadores y agentes interesados en aportar al desarrollo del cantón Colta a través del turismo.

Por lo que, el interés en abordar esta problemática radica en la necesidad de contribuir al desarrollo económico y social de la región mediante la identificación y comprensión de las causas detrás de la dinámica empresarial en el sector turístico para informar y orientar las acciones futuras tanto de los actores locales como de los interesados en el desarrollo turístico del cantón en post de favorecer el progreso económico y social de la región.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo influyen los factores del entorno turístico en la apertura y cierre de las empresas turísticas del cantón Colta?

1.3 Justificación

La investigación se justifica en virtud de la necesidad de comprender los factores que inciden en la apertura y cierre de empresas turísticas en el cantón Colta, tales como el acceso a financiamiento, las políticas gubernamentales, las demandas del mercado y la infraestructura turística existente. Estos elementos conforman un entorno complejo que afecta la dinámica empresarial del sector turístico local y, por ende, el desarrollo económico de la región. Analizar estos factores permite identificar áreas de mejora y

oportunidades de crecimiento, influyendo en la promoción de nuevas inversiones y estimulando la competitividad del turismo en la zona.

El turismo, según Ortiz et ál (2019), no solo genera empleo e ingresos fiscales; sino que también, impacta en la calidad de vida de las personas y en sectores asociados como la hotelería, el transporte y el comercio turístico. Por tanto, la investigación no solo se relaciona con el progreso del cantón, la provincia y el país en términos económicos, sino también en aspectos sociales y personales, evidenciando su importancia integral para el desarrollo de la comunidad.

Desde una perspectiva legal, la Ley de Turismo establece el turismo como política prioritaria de estado, respaldando el desarrollo del sector con incentivos significativos, como la exoneración de impuestos y el acceso a financiamiento preferencial para proyectos turísticos aprobados. Estas disposiciones legales favorecen la viabilidad económica de las empresas turísticas y promueven su crecimiento en lugares como el cantón Colta (Ley de Turismo, 2023).

Además del impacto económico, el turismo influye positivamente en aspectos sociales y personales. Según Santamaría y López (2019), quienes trabajan en este sector experimentan mejoras en su calidad de vida, propiciando cambios de percepción, mayor tolerancia y respeto por la diversidad cultural. Por lo tanto, la investigación no solo busca impulsar el desarrollo económico de la región, sino también mejorar la calidad de vida de sus habitantes y promover la convivencia intercultural.

Por lo que, la investigación se justifica por la necesidad de comprender y abordar los factores que inciden en la apertura y cierre de empresas turísticas en el cantón Colta, con el objetivo de promover el crecimiento sostenible del turismo en la región y generar beneficios tanto económicos como sociales para la comunidad.

1.4 Objetivos

Objetivo General

Analizar la influencia de los factores del entorno turístico en la apertura y cierre de las empresas turísticas del Cantón Colta.

Objetivos Específicos

- Determinar la influencia de los factores del emprendedor en la dinámica de apertura y cierre de empresas turísticas.
- Investigar la influencia de los factores del entorno en la apertura y cierre de las empresas turísticas.
- Analizar la influencia de la planificación en la apertura y cierre de empresas turística.
- Diseñar un programa integral de capacitación en competencias empresariales y de gestión dirigido a los actores del sector turístico en el cantón Colta, con el fin de fortalecer sus habilidades y capacidades para promover el desarrollo sostenible del turismo en la región.

1.5 Hipótesis general

H₀: Los factores del entorno no influyen en la apertura y cierre de las empresas turísticas del Cantón Colta.

H₁: Los factores del entorno influyen en la apertura y cierre de las empresas turísticas del Cantón Colta.

1.6 Hipótesis específicas

HE₁: Los factores del emprendedor influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas.

HE₂: Los factores del entorno turístico influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas.

HE₃: Los factores de la planificación influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

La indagación previa acerca de la apertura y cierre de empresas turísticas en la región de Chimborazo, específicamente en el cantón Colta, deja ver la necesidad de comprender los factores que impactan en la dinámica empresarial de este sector. Los datos históricos, análisis previos y políticas gubernamentales ofrecen un contexto crucial para comprender la situación actual de las empresas turísticas en esta área geográfica. La revisión bibliográfica de casos locales e investigaciones relevantes sobre el tema proporciona información detallada sobre los desafíos, oportunidades y posibles efectos económicos y sociales relacionados con la actividad turística en Colta, mismos que se detallan a continuación.

Tabla 1. *Antecedentes de la investigación*

Autor: Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2020)	Tema: Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia
Resumen	Conclusiones
Destaca el impacto adverso del COVID-19 en el turismo de la región desde abril de 2020, afectando las economías y el empleo en el Caribe y América Latina. Se evalúa la disminución en exportaciones, el PIB y el empleo debido a la reducción del turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Se proyecta que esta caída podría llevar a una disminución significativa del crecimiento económico y la pérdida de empleo en ambas regiones. • Ofrecen recomendaciones para preparar al sector turístico ante la recuperación económica, impulsando la diversificación y la sostenibilidad social y ambiental.
Autor: Gutiérrez et al (2021)	Tema: Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica
Resumen	Conclusiones
El estudio investigativo busca identificar el perfil de mujeres emprendedoras en el turismo rural costarricense y su relación con el rendimiento empresarial. Utiliza entrevistas semiestructuradas y en profundidad. Los hallazgos resaltan el respaldo familiar y la participación en redes como cruciales para el éxito empresarial, facilitando acceso a financiamiento y formalización. Destaca su contribución en un ámbito poco explorado, vital para la reducción de la pobreza.	<ul style="list-style-type: none"> • El estudio examina el desempeño de emprendedoras rurales costarricenses en el turismo. • Identifica dos grupos: las que prosperan y las que enfrentan dificultades. • El acceso a financiamiento influye positivamente en el éxito, mientras que la capacitación no es determinante. • La afiliación a redes mejora el rendimiento. • Se destaca la importancia del apoyo familiar y la necesidad de políticas públicas que faciliten el acceso a financiamiento.
Autor: Toselli (2020)	Tema: Análisis de la sostenibilidad en emprendimientos turísticos ubicados en áreas rurales y naturales
Resumen	Conclusiones
La investigación se deriva de un proyecto de investigación colaborativo entre dos universidades argentinas y una brasileña, centrado en evaluar la sostenibilidad del turismo en áreas rurales y naturales. Se examinaron cuatro sitios en Entre Ríos, Argentina, utilizando indicadores de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • En la dimensión socioeconómica se debe ampliar la oferta de productos locales, respaldando artesanías y alimentos autóctonos, y establecer informes financieros para mitigar las fluctuaciones estacionales en los ingresos. • Respecto al patrimonio cultural, se enfoca en rescatar tradiciones orales y leyendas para otorgar mayor valor a los sitios visitados.

sostenible, socioeconómicos, de patrimonio cultural y ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> • En la dimensión ambiental, se deben promover prácticas sostenibles, como la adquisición de productos reutilizables, gestión responsable del agua y la energía, y preservación de la flora y fauna autóctona.
Autor: Pineda et al (2019)	Tema: Turismo y políticas públicas en México
Resumen	Conclusiones
La ejecución de políticas públicas en el turismo enfrenta obstáculos debido a la falta de rigurosidad en su implementación y la demora en los resultados deseados. Es importante integrar el conocimiento académico en los debates políticos para mejorar la aplicación de estas políticas. El análisis crítico se centra en la omisión de la normativa en los programas turísticos, especialmente en la conservación ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> • Se hace hincapié en la necesidad de establecer acuerdos políticos que involucren a las autoridades turísticas, garantizando así su implementación y respuesta. • Se subraya la importancia de llevar conocimientos territoriales y propuestas investigativas a espacios políticos para influir en la aplicación de políticas turísticas y evitar omisiones que puedan impactar adversamente en los destinos.
Autor: Galindo (2020)	Tema: Factibilidad del Emprendimiento Turístico Rural
Resumen	Conclusiones
En la comunidad de Chobshi, en el cantón Sígsig, Ecuador, hay oportunidades turísticas sin explotar. La investigación examina cómo desarrollar un emprendimiento turístico rural exitoso en esta área. Los resultados sugieren que la colaboración con el turismo rural y comunitario puede ser clave para el éxito, involucrando a diversos actores como gestores turísticos, políticos y la comunidad local.	<ul style="list-style-type: none"> • Se enfoca en atraer turistas locales y nacionales, con una promoción en redes sociales y agencias operadoras de turismo. • Destaca ofrecer actividades no tradicionales y promover todos los atractivos de Chobshi, no solo los vestigios arqueológicos. • Resalta la necesidad de un trabajo articulado entre el gobierno municipal, el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Turismo y la comunidad de Chobshi. • Sugiere asignar presupuesto para mejorar la infraestructura turística, como señalética, senderos, mantenimiento de vías de acceso y contratación de especialistas. • Se destaca la importancia de adaptarse a la tecnología, implementando Wifi libre para los turistas.
Autor: Macías y Loja (2018)	Tema: Emprendimientos sociales: turismo en la costa ecuatoriana
Resumen	Conclusiones
El estudio busca comprender el desarrollo de emprendimientos sociales en el turismo ecuatoriano, destacando tres casos en la costa. Se emplea un enfoque exploratorio y descriptivo, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Aunque promovidos por el gobierno, los emprendimientos sociales en el turismo no están ampliamente desarrollados. Las comunidades, especialmente rurales, juegan un papel importante. En la costa, estos emprendimientos muestran contribuciones socioeconómicas significativas mediante inclusión, empleo e ingresos.	<ul style="list-style-type: none"> • Los emprendimientos sociales en el turismo ecuatoriano ofrecen beneficios como generación de empleo e ingresos, promoviendo la sostenibilidad y el bienestar social. • Aunque Ecuador ha avanzado en el turismo, los emprendimientos sociales aún requieren atención para su desarrollo efectivo. • Se destaca el turismo comunitario como una área de crecimiento potencial, aunque hay avances, se necesitan capacitación y mejores incentivos para fortalecer estos emprendimientos en la costa ecuatoriana.
Autor: Lalama (2020)	Tema: Turismo en época de recesión, desafíos postpandemia en el Ecuador
Resumen	Conclusiones
Ecuador enfrenta una difícil situación económica debido a la pandemia, con medidas de confinamiento que golpearon sectores clave como el turismo. La investigación resalta la importancia del turismo en la economía nacional y destaca su potencial, a pesar de la recesión. Datos de fuentes gubernamentales e internacionales muestran el impacto negativo	<ul style="list-style-type: none"> • Se destaca el potencial turístico de Ecuador, especialmente por sus recursos naturales, que requieren promoción eficiente. • El turismo puede impulsar el desarrollo local al generar ingresos para las comunidades. • Se propone integrar la educación turística en los planes de estudio para asegurar beneficios a largo plazo. En el corto

en 2020, pero se espera una reactivación con esfuerzos conjuntos del gobierno y el sector privado.

plazo, la reactivación económica es crucial, promoviendo el turismo interno para evitar déficits.

- El gobierno y el sector privado deben colaborar en políticas claras y asignación presupuestaria para impulsar el turismo sostenible.

Autor: Riera y Cárdenas (2023)

Tema: Innovación como factor estratégico en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga

Resumen	Conclusiones
El informe investiga si la innovación es crucial para la competitividad en el sector turístico. Se utiliza un enfoque no experimental y se encuentra que la innovación, especialmente en tecnología, es vital para mejorar la competitividad de las empresas turísticas. Se sugiere intervenir en estos aspectos para impulsar su crecimiento en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • La estabilidad de las empresas turísticas se ve moldeada por la capacidad de adaptación e innovación. • La falta de comprensión de la necesidad de innovar limita la identificación de áreas críticas para el crecimiento en un mercado altamente dinámico. • Las innovaciones tecnológicas son esenciales, evidenciando la necesidad de intervenir en estos aspectos para potenciar la competitividad en el sector turístico.

Autor: Baque et al (2020)

Tema: Fracaso de las pymes: Factores desencadenantes, Ecuador 2020

Resumen	Conclusiones
El estudio investiga por qué las pymes ecuatorianas enfrentan fracasos, especialmente durante la pandemia de COVID-19. Se utiliza un enfoque descriptivo y documental para identificar que la pandemia es el principal factor de fracaso, junto con cuatro causas subyacentes que afectan los indicadores macroeconómicos del país. Concluye que las pymes enfrentarán desafíos debido a las medidas gubernamentales durante la emergencia sanitaria.	<ul style="list-style-type: none"> • Se revela que el impacto directo de la crisis de salud es el principal factor de fracaso. • Cuatro causas subyacentes se suman a esta coyuntura, incluyendo la reducción del Producto Interno Bruto, PIB y el desempleo, afectando los indicadores macroeconómicos del país. • La complicada situación actual condiciona la producción y operación de las empresas, sujetas a las medidas gubernamentales durante la emergencia sanitaria, anticipando un escenario desafiante para su funcionamiento.

Autor: Becerra et al (2021)

Tema: Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación.

Resumen	Conclusiones
Esta investigación se enfocó en analizar el impacto del COVID-19 en el sector turístico del país y en empresas relacionadas. Se examinaron indicadores macroeconómicos y se planteó un estudio de caso para destacar el impacto en un negocio específico. Se presentaron opciones estratégicas propuestas por el gobierno y otros autores para las empresas turísticas. Se concluyó que el turismo es crucial para Ecuador y se requiere una reestructuración estratégica en la gestión empresarial con el apoyo gubernamental.	<ul style="list-style-type: none"> • El estudio concluyó que la pandemia afectó sustancialmente al sector turístico del país, reduciendo significativamente su contribución económica. • Para revitalizar esta industria, la investigación aboga por una reestructuración estratégica dentro de las empresas, enfatizando el papel crucial del apoyo gubernamental a través de programas de intervención concretos.

Autor: Proaño et al (2021)

Tema: La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica

Resumen	Conclusiones
El ensayo examina el impacto del turismo en la economía de Ecuador y su papel en la recuperación económica. La pandemia de COVID-19 ha afectado gravemente a América Latina y el Caribe, incluyendo el sector turístico. Se pronostica una fuerte caída del PIB regional. El Ministerio de Turismo de Ecuador destaca que la parálisis turística ha causado daños económicos significativos.	<ul style="list-style-type: none"> • Se indica que el Ministerio del Turismo de Ecuador destaca que el turismo se ha visto gravemente afectada, generando una crisis económica sin precedentes y que se prevé una recuperación en tres fases: cuantificación, recuperación y reactivación del sector turístico, con la esperanza de restaurar su vitalidad económica y su contribución al crecimiento nacional.

Autor: Mero y Suárez (2021)	Tema: El turismo como opción de desarrollo en la política pública ecuatoriana
Resumen	Conclusiones
El turismo, un sector en constante crecimiento a nivel global y en Ecuador, requiere una política pública sólida. Este estudio identifica los elementos clave de la política turística ecuatoriana mediante análisis documental.	<ul style="list-style-type: none"> • Los resultados destacan cuatro aspectos fundamentales alineados con el marco legal del país, como acceso inclusivo al entretenimiento y tiempo libre, crecimiento económico sostenible, desarrollo sociocultural y mejora en las condiciones para el disfrute. • Estos hallazgos servirán de base para futuras propuestas de mejora en la gestión turística.
Autor: Autor: Santamaría y López (2019)	Tema: Beneficio social de la actividad turística en Ecuador
Resumen	Conclusiones
El artículo examina el beneficio social del turismo en el país, una dimensión menos estudiada que su aspecto económico. Se emplea un estudio descriptivo de campo con 310 empresas turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> • El 57% del personal prefiere deportes y viajes para distracción, y el 34% valora la oportunidad de conocer otros países e idiomas. • Es importante las promociones y precios para el crecimiento sectorial, pero se sugiere desarrollar valor agregado junto con los atractivos naturales. • El turismo también aporta beneficios sociales, como mejor calidad de vida y apertura a la diversidad cultural.
Autor: Herrera (2020)	Tema: Análisis de las políticas públicas de turismo en Ecuador: periodo 2009-2013
Resumen	Conclusiones
Tras analizar las políticas turísticas en Ecuador durante el Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013, se observa una centralización estatal, destacando al turismo como sector clave para la transformación económica.	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo fue un sector clave, buscando transformar la estructura económica del país. A pesar del impulso institucional y cambios legales, las metas turísticas del Plan no se cumplieron. • Esto revela una desconexión entre la implementación y los objetivos reales, priorizando la política económica general sobre los objetivos específicos del turismo.
Autor: Aguagallo y Cruz (2020)	Tema: Patrimonio cultural inmaterial como factor del desarrollo turístico del cantón Colta, provincia de Chimborazo
Resumen	Conclusiones
Se examina la relación entre el patrimonio cultural inmaterial y el turismo en Colta, Chimborazo. Se empleó un método correlacional transversal y encuestas a turistas y funcionarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Se encontró que la gestión del patrimonio influye en el turismo. • Se sugiere crear paquetes turísticos centrados en las prácticas culturales locales para aprovechar el interés turístico en compartir conocimientos ancestrales.
Autor: Guijarro y Calvopiña (2021)	Tema: Conocimiento ancestral medicinal y turismo de salud en el cantón Colta, provincia de Chimborazo
Resumen	Conclusiones
Los saberes ancestrales de medicina buscan equilibrar el bienestar humano mediante prácticas legendarias. En el cantón Colta, Ecuador, estas tradiciones se entrelazan con el turismo de salud, enfocado en armonía mental, física y espiritual.	<ul style="list-style-type: none"> • La investigación, de enfoque mixto, muestra que el 73% de los practicantes de medicina ancestral ven su conocimiento como una alternativa de desarrollo, mientras que el 75% de los turistas expresan interés en actividades de salud y turismo.
Autor: Córdova (2013)	Tema: Plan de Desarrollo Turístico para la parroquia Cañí, cantón Colta, provincia de Chimborazo
Resumen	Conclusiones
La investigación sugiere la elaboración de un plan de desarrollo turístico para la parroquia Cañí, en el cantón Colta, Ecuador. Partiendo de un diagnóstico situacional validado, se realizó un inventario de atractivos, un estudio de mercado y talleres participativos para definir la misión, visión y estrategias.	<ul style="list-style-type: none"> • A pesar de contar con una base económica sólida en la producción agropecuaria, que podría integrarse con éxito al turismo, particularmente en formas como el turismo agroecológico o cultural, la región carece de la infraestructura y servicios turísticos necesarios para aprovechar plenamente sus atractivos. • Aunque dispone de atractivos turísticos de gran potencial, la ausencia de infraestructuras y servicios de calidad impide

	que estos destinos alcancen su máximo atractivo, limitando su capacidad para generar interés y expectativas en los visitantes.
Autor: Quinaucho (2023)	Tema: Marketing turístico para la difusión de los atractivos de la parroquia Columbe, cantón Colta
Resumen	Conclusiones
El estudio investigativo sobre el marketing turístico para la promoción de los atractivos de la Parroquia Columbe, Cantón Colta, empleó un enfoque mixto para recopilar datos tanto cualitativos como cuantitativos.	<ul style="list-style-type: none"> • Se evidenció que la mayoría de la población desconoce los atractivos turísticos, pero existe disposición para visitarlos. • Se recomienda aplicar estrategias de marketing para mejorar la difusión y analizar las preferencias del mercado.

2.2 Desarrollo de la variable independiente: factores del entorno turístico

Los factores del entorno turístico engloban el análisis detallado de las transformaciones, variaciones y tendencias que configuran la industria turística dentro de un territorio específico. Esto abarca la observación minuciosa de diferentes factores, como lo menciona García (2018) por ejemplo: las fluctuaciones estacionales, reflejando cambios en la afluencia de visitantes durante diferentes momentos del año; las tendencias de mercado, que delinear preferencias y comportamientos emergentes en los turistas; el impacto económico, incluyendo el aporte financiero y laboral a la región; aspectos externos, como sucesos inesperados o crisis, que afectan la actividad turística; la competitividad, que mide la habilidad para atraer y mantener visitantes; el enfoque en sostenibilidad, promoviendo prácticas respetuosas con el entorno y las comunidades; además, la innovación y desarrollo, que buscan mejorar la experiencia del turista y la eficiencia operativa.

Estos elementos, esenciales para comprender la evolución y adaptación del sector turístico, proporcionan el marco para una planificación estratégica efectiva y sostenible en pro del crecimiento turístico y el bienestar local. Dentro de los factores del sector turístico Castillo et ál (2018) aportan que la falta de planificación en el ámbito turístico y la carencia de coordinación resulta en desinformación sobre eventos y una sobrecarga ambiental en algunos casos. La limitada participación y comprensión de las comunidades locales sobre el potencial del turismo para su desarrollo, la ausencia de estructuras organizativas y la inactividad en la gestión turística evidencian la necesidad de involucrar a la comunidad en estos procesos; también es fundamental el apoyo gubernamental para garantizar servicios básicos y crear alianzas entre instituciones y partes interesadas, estableciendo expectativas realistas sobre los beneficios socio-culturales y ambientales del turismo sostenible.

Por lo que, con el enfoque en los factores del sector turístico, se observan transformaciones estacionales, tendencias de mercado y su impacto económico, fundamentales para una planificación estratégica. De la información anterior se destaca la importancia de la participación comunitaria y el respaldo gubernamental para un turismo sostenible y rentable.

2.2.1. Entorno empresarial turístico

El contexto empresarial del turismo en Ecuador presenta una gama de oportunidades y desafíos significativos, como lo menciona Mora et ál (2020) “turismo como una herramienta generadora de mejoras en las condiciones de vida de los habitantes de un territorio determinado” (p.30). A pesar de la riqueza natural diversa, desde la selva amazónica hasta las montañas y costas, hay una necesidad evidente de mejorar la infraestructura y desarrollar políticas que impulsen la sostenibilidad y la diversificación de la oferta turística. La colaboración entre el sector público y privado es esencial para fomentar la innovación (Lopetegui, 2018, p. 35), mejorar los servicios y promover destinos menos conocidos. La profesionalización del sector y la adaptación a las nuevas tendencias turísticas son cruciales para fortalecer la competitividad y el crecimiento sostenible de la industria del turismo en el país.

Es así como, en la situación actual, el sector empresarial del turismo en Ecuador se encuentra ante desafíos significativos a raíz de la pandemia y sus consecuencias. Las empresas turísticas han enfrentado una marcada disminución de visitantes y cambios notables en los patrones de viaje, lo que ha resultado en pérdidas considerables de ingresos y dificultades financieras. Muchos negocios se han visto obligados a replantear sus estrategias para mantenerse a flote, siendo crucial la adaptación a modelos de negocio más flexibles y digitales. La promoción de estrategias con precios atractivos se vuelve fundamental para atraer a los turistas, en este contexto, la capacidad de innovación y adaptación se convierte en un aspecto esencial para la recuperación y reactivación de este sector en el país. Al abordar sobre el turismo y su influencia en la reactivación económica, Proaño et ál (2021), indica “la recuperación dependerá de tres etapas: etapa de cuantificación, etapa de recuperación y etapa de reactivación del sector turístico” (p.30).

Por lo que, en Ecuador, el entorno empresarial turístico presenta desafíos y oportunidades notables, con énfasis en mejorar la infraestructura y políticas sostenibles para diversificar la oferta. La colaboración público-privada es vital para innovar, mejorar servicios y destacar destinos menos conocidos. La adaptación a nuevas tendencias y la

profesionalización se perfilan como claves para la competitividad y crecimiento sostenible. A pesar de la pandemia, la recuperación del sector turístico dependerá de diferentes etapas y actores privados y gubernamentales.

2.2.2. Crecimiento económico regional

De acuerdo con el informe de resultados cuentas nacionales trimestrales del Banco Central del Ecuador (2023), en el segundo trimestre de 2023, la economía de Ecuador mostró un crecimiento positivo del 3,3% en comparación con el mismo período del año anterior. Este incremento se atribuyó principalmente al aumento del Gasto de Consumo Final del Gobierno en un 6,4%, el Gasto de Consumo Final de los Hogares en un 4,3%, y la Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF) en un 3,8%.

Aunque las importaciones aumentaron en un 6,2%, las exportaciones disminuyeron ligeramente en un 0,2%, principalmente debido a la reducción en las ventas de petróleo y productos pesqueros. La mayoría de las industrias mostraron un crecimiento positivo, destacándose áreas como suministro de electricidad y agua, acuicultura, enseñanza, servicios sociales, administración pública, y comunicaciones. En términos del segundo trimestre del año 2023, en Ecuador, el crecimiento fue del 2,5%, impulsado por el aumento en Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF), gasto gubernamental, exportaciones, consumo de hogares e importaciones.

El crecimiento económico de Ecuador, así como de diversas regiones, se encuentra vinculado al sector turístico, que ha sido un motor clave en la generación de ingresos y empleo. En el contexto global, la industria turística ha sido reconocida como un importante contribuyente al Producto Interno Bruto (PIB), atrayendo inversiones y apuntalando la infraestructura.

En el caso específico de Ecuador, como lo relaciona Proaño et ál (2021), el turismo ha sido un sector estratégico en la diversificación de la economía, beneficiándose de la riqueza natural, diversidad cultural y sitios patrimoniales. El impacto directo se refleja en la creación de empleo y en el incremento de ingresos a nivel local, lo que fomenta el desarrollo de comunidades. Además, el turismo impulsa otros sectores, como el comercio, la hostelería y el transporte, repercutiendo positivamente en la economía general del país y de las regiones que dependen de esta actividad económica.

El crecimiento económico del cantón Colta, está intrínsecamente ligado al turismo, ya que este sector desempeña un papel significativo en su desarrollo. La riqueza

natural, cultural e histórica de la región ha sido un imán para los visitantes, generando ingresos y oportunidades económicas para la comunidad local. El turismo ha impulsado la creación de empleo en actividades relacionadas, como la hostelería, la gastronomía y los servicios turísticos, fortaleciendo la economía local y fomentando la inversión en infraestructura turística. Además, el aumento del flujo turístico ha estimulado el comercio local, beneficiando a pequeños negocios y artesanos. Este crecimiento económico relacionado con el turismo ha sido fundamental para la diversificación económica del cantón, generando un impacto positivo en su desarrollo socioeconómico.

2.2.3. Desarrollo del sector turístico

El progreso del turismo en Ecuador ha sido esencial para el avance económico del país. Su diversidad natural, que abarca playas, selvas y montañas, ha convertido a Ecuador en un destino turístico atractivo a nivel global. La estrategia se ha centrado en fomentar destinos menos reconocidos, preservar el patrimonio cultural y natural, y ampliar la oferta turística. A pesar de esto, se enfrenta a retos como la mejora de la infraestructura, la profesionalización del sector y la adaptación a nuevas tendencias, buscando un turismo sostenible que beneficie a las comunidades locales. Las políticas se han enfocado en incentivar la inversión en el sector y la promoción internacional, reconociendo la relevancia del turismo como generador de empleo y desarrollo económico.

Es así como Aguagallo y Pucha (2020), en su investigación sobre la influencia del patrimonio cultural inmaterial en el desarrollo turístico del cantón Colta, provincia de Chimborazo, basado en un enfoque correlacional y transversal, a través de encuestas dirigidas a turistas y funcionarios de instituciones relacionadas con el patrimonio, evidencian que la oferta, gestión y conservación de este patrimonio ejercen una influencia significativa en el turismo local. Sus resultados muestran la posibilidad de desarrollar paquetes turísticos específicos, enfocados en los usos sociales, rituales y festivos del patrimonio cultural inmaterial, para aprovechar la afluencia turística como medio para compartir y preservar los conocimientos ancestrales arraigados en la región, contribuyendo así al desarrollo turístico sostenible del cantón Colta.

En relación con lo anterior, Cepeda y Velasco (2022) al abordar la investigación sobre el patrimonio cultural material, conformado por elementos tangibles que reflejan la historia y formas de vida de los antepasados, consideran a este como un potencial turístico destacado en el cantón Colta, considerado como cuna de la nacionalidad Puruhá; este territorio posee atractivos que requieren acciones integrales para desarrollar

productos turísticos sostenibles en beneficio de la comunidad local. El turismo cultural, en línea con las nuevas tendencias turísticas, no solo busca el disfrute, sino también el aprendizaje cultural.

2.2.4. Empresas turísticas en el cantón Colta

Considerando la investigación de Vaca (2019), el cantón Colta cuenta con un hotel y un hostel, cada uno calificado con categoría de dos estrellas, con capacidades de sesenta y cuarenta personas, respectivamente, ubicados en la parroquia Cajabamba.

Respecto a establecimientos relacionados con alimentación y bebidas, Vaca (2019) indica que el cantón cuenta con diez establecimientos ubicados en la parroquia Cajabamba, cuatro establecimientos en la parroquia Sicalpa, un establecimiento en la parroquia Juan de Velasco y un establecimiento en la comunidad de Gatazo.

Así mismo, una vez, revisado el catastro de establecimientos turísticos que consta en la página web del Ministerio de Turismo de Ecuador, MINTUR (2022) se pueden encontrar cuatro hostales y un operador turístico registrados, según se detalla en la Tabla 1:

Tabla 2. *Establecimientos registrados en el catastro turístico del MINTUR*

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Parroquia
Sumak Pakari				
Hostal Tren al Sur	Alojamiento	Hostal	1 estrella	Cajabamba
Hostal Dulce Aurora				
Hostal Kucha Wasi				Santiago de Quito
Tinkuk Mountain Agencia de viajes y operadora de Turismo	Operación e intermediación	Operador Turístico	1 estrella	Sicalpa

Nota: Datos objetivos Ministerio de Turismo de Ecuador, MINTUR (2022)

En relación con lo anterior, así mismo, revisado la página del MINTUR, se encontró que existen seis guías turísticos catastrados para el Cantón Colta, de los cuales, dos están clasificados como guías nacionales, tres como guías locales y una está clasificada como guía nacional y local al mismo tiempo. De los seis guías, tres son hombres y tres son mujeres. Como idiomas adicionales al español, el inglés es hablado por 3 de ellos, uno de ellos habla inglés y francés, mientras que otro domina el quechua.

En función de la información anterior, la cantidad de empresas turísticas registradas en el cantón Colta es un buen comienzo para el desarrollo turístico local,

aunque puede considerarse limitada en comparación con otras regiones. La presencia de cuatro hostales y un operador turístico indica una infraestructura básica para alojamiento y servicios, lo cual puede ser beneficioso para iniciar el turismo en la zona, pero, en términos de competencia y diversidad de servicios, esta cantidad puede ser insuficiente para atender la potencial demanda turística y limitar las opciones disponibles para los visitantes.

En cuanto a los guías turísticos, contar con seis profesionales, con diversidad en género y dominio de idiomas, es un aspecto positivo; sin embargo, el número puede resultar limitado para cubrir completamente las necesidades de los visitantes, especialmente si la región experimenta un aumento significativo en el turismo.

Es así como, mientras que la presencia inicial de empresas turísticas y guías es un paso positivo para el desarrollo turístico del cantón Colta, la cantidad actual podría ser insuficiente para atender completamente las necesidades de los turistas. Sería beneficioso fomentar la apertura de más empresas turísticas y la formación de nuevos guías para ampliar la oferta de servicios y satisfacer la creciente demanda, lo que a su vez contribuiría al fortalecimiento y desarrollo sostenible del turismo en la zona.

2.2.5. Desarrollo económico local

En la investigación de Niño (2021) sobre la Economía Popular y Solidaria en Ecuador, se indica que según datos del Banco Central del Ecuador para el 2020, aproximadamente el 75% de los ecuatorianos adultos tienen acceso a productos y servicios financieros, representando 8,5 millones de adultos dentro del sistema financiero nacional; pero, este acceso está más concentrado en ciudades principales, dejando a otras áreas, como los municipios rurales, con una cobertura financiera limitada.

En el caso de Colta, con una población de 44971 habitantes y una fuerza laboral de 22005, mayormente concentrada en el sector rural, se observa un mercado financiero pequeño, poco consolidado y disperso. El cantón cuenta con 4 Cooperativas de ahorro y crédito, 6 cajas comunales, 2 bancos comunales y 2 cajas de ahorro (Niño, 2021), conformando un sistema financiero que, si bien ofrece servicios, enfrenta desafíos significativos en términos de su alcance y consolidación.

Aunque estas organizaciones han proliferado, muchas no están debidamente estructuradas y carecen de capital y administración adecuada, lo que limita su sostenibilidad. A pesar de esta situación, estas instituciones manejan alrededor de 2

millones de dólares anuales en préstamos y casi 150 mil dólares en depósitos de los ahorrantes.

La investigación de Niño (2021), también reveló que el enfoque financiero está más orientado hacia microcréditos y consumo prioritario, relegando otros sectores como educación o vivienda. A pesar de la infraestructura financiera existente, la inclusión financiera real para muchas personas implica desplazamientos fuera de sus áreas habitacionales, lo que hace que el efectivo sea el medio de pago más utilizado. Esta situación resalta la necesidad de una mayor penetración de servicios financieros, ya que solo el 17% de la población demanda ahorro formal y un 23% de los microempresarios acceden a crédito formal.

A pesar de esto, la percepción de la banca privada no es positiva, ya que la economía popular y solidaria brinda menor costo y mayor calidad en servicios y productos. Aunque este modelo económico muestra un fuerte impacto en el desarrollo económico del cantón Colta, aún enfrenta desafíos para su plena consolidación.

2.2.6. Atracción y promoción turística

Tras un análisis de diversas redes sociales para evaluar la promoción y atractivo turístico del cantón Colta, se observó que, en la página oficial de Facebook del GAD Municipal Colta (2023), se están realizando acciones significativas; entre estas acciones se destaca el trabajo en la mejora de las vías en parroquias como Columbe, Juan de Velasco y Gatazo. Además, se lleva a cabo una campaña de esterilización de canes, esfuerzos en limpieza del Cantón, programas de reciclaje y medidas para combatir la desnutrición, violencia contra las mujeres, apoyo al deporte y juegos populares, así como iniciativas enfocadas en la seguridad ciudadana.

Sin embargo, se evidencia una carencia notable en cuanto a la promoción turística desde el municipio de Colta. La actividad publicitaria orientada al turismo es limitada, con contadas menciones en publicaciones específicas, como la invitación a visitar Colta el 2 de noviembre de 2023 (GAD Municipalidad de Colta, 2023). La presencia y promoción turística a través de las plataformas oficiales del municipio son escasas, lo que indica una falta de enfoque hacia la promoción activa de este aspecto clave para el desarrollo local.

La ausencia de promoción turística a través de las redes sociales por parte del Municipio de Colta representa una oportunidad perdida para impulsar y dar visibilidad a

los atractivos turísticos de la zona. Las plataformas digitales son herramientas clave en la actualidad para atraer visitantes y mostrar las riquezas culturales, naturales e históricas de un destino. La falta de enfoque en la promoción turística podría estar limitando el potencial de desarrollo económico y social del cantón. La presencia activa en redes sociales, con campañas específicas y contenido atractivo, es fundamental para generar interés y aumentar la afluencia de turistas. La información turística limitada podría disuadir a potenciales visitantes y dejar desaprovechadas las oportunidades para el crecimiento de la industria turística local.

Por lo que, sería importante para el Municipio de Colta enfocarse en estrategias de promoción turística efectivas a través de sus redes sociales, destacando los atractivos naturales, culturales, históricos y las actividades disponibles en la región. Esto no solo aumentaría la afluencia de turistas, sino que también contribuiría al desarrollo económico, la generación de empleo y el bienestar de la comunidad local.

El Ministerio de Turismo de Ecuador (2020), a través de su plataforma web, ofrece información sobre varios aspectos del turismo, aunque no se evidencia una promoción especialmente enfocada en el Cantón Colta y se realizan algunas publicaciones, como la recuperación de la parroquia Sicalpa, estas no representan una estrategia de promoción sólida y específica para destacar los atractivos turísticos del cantón. Si bien, el hecho de que se haya firmado, en el año 2020, un contrato de comodato para el funcionamiento de las oficinas del Ministerio de Turismo en el Consejo Provincial de Chimborazo por un período de cuatro años no refleja necesariamente una promoción intensiva o enfocada en el Cantón Colta.

Así mismo, se ha identificado en internet la presencia de una entidad denominada Colta Turismo (2023) que, si bien realiza cierta promoción, esta no se destaca por su atractivo o amplitud. Aunque no exhibe estrategias especialmente llamativas, al final, esta acción contribuye a la promoción del cantón.

Después de una investigación en línea, se evidencia una marcada falta de publicidad o promoción efectiva acerca del cantón Colta. Esta ausencia de visibilidad podría representar un desafío significativo para el crecimiento turístico en la región. La carencia de presencia sólida en plataformas digitales y la escasez de campañas publicitarias eficientes dificultan la atracción de posibles visitantes y la proyección de Colta como un destino turístico atractivo. Esta escasez de información puede limitar las

oportunidades de desarrollo económico y social para la zona, dado que el turismo es fundamental para la generación de empleo y la diversificación económica local.

2.2.6. Condiciones empresariales

Cuando se discute sobre las condiciones empresariales, es esencial considerar tanto al empresario turístico como a las empresas turísticas. Estos actores desempeñan un papel crucial en la planificación, gestión y oferta de servicios en la industria del turismo, siendo clave para su desarrollo y funcionamiento.

Empresario turístico

Para Rodríguez et ál (2016), el término describe a un individuo o entidad legal con una perspectiva definida sobre su empresa y su trayectoria futura. Este agente se encarga de la planificación, organización, dirección y supervisión de su negocio con el objetivo de alcanzar avances técnicos, crecimiento y continuidad en sus operaciones. Asimismo, el empresario turístico representa una unidad económica y social compuesta por una serie de elementos humanos, técnicos y financieros que, al ser combinados y coordinados, posibilitan la oferta de servicios turísticos.

Empresas turísticas

Las empresas turísticas, siendo agentes clave en el cambio de enfoque hacia prácticas sostenibles, juegan un rol fundamental en la transformación de la utilización irresponsable de recursos naturales. Estas entidades pueden alinear sus estrategias con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, promoviendo un turismo responsable y favoreciendo el desarrollo sostenible de los destinos (Armendariz, 2021).

Políticas de apoyo a emprendedores locales

La canalización de fondos públicos y privados hacia el turismo juega un rol crucial en el progreso económico sostenible de una área o nación, al invertir en infraestructura, mejorar los atractivos turísticos, promocionar y capacitar al sector, se genera un impacto positivo en la economía local. Esta inversión no solo propicia la creación de empleos directos e indirectos, sino que también potencia la competitividad de un destino turístico. En esta línea, son actores importantes, el empresario y las empresas turísticas.

La mejora de infraestructuras y servicios atrae a más visitantes, creando un efecto multiplicador al estimular la demanda de bienes y servicios locales. La inversión pública

y privada en turismo contribuye al desarrollo social al proteger el patrimonio cultural, conservar el medio ambiente y fortalecer la identidad comunitaria.

De acuerdo con la ficha informativa de proyecto 2019 de la Subsecretaría de Gestión y Desarrollo publicado en la página del Ministerio de Turismo (2020), el documento menciona que se realizan comisiones técnicas a los destinos Montañita, Golfo de Guayaquil y San Pablo con el fin de definir la intervención del MINTUR en estos destinos, a través de la implementación de facilidades turísticas, se detallan los proyectos a ejecutarse en los destinos priorizados y complementarios, incluyendo el destino Colta; se menciona la elaboración de términos de referencia e inicio del proceso precontractual de proyectos a ejecutarse en varios destinos, entre ellos Colta.

Facilidad para establecer empresas turísticas y políticas de apoyo

Ecuador ofrece un escenario propicio para la creación de empresas turísticas, respaldado por políticas gubernamentales que fomentan el emprendimiento en este sector. La riqueza natural y cultural del país se convierte en una oportunidad para el desarrollo de negocios en turismo. Las políticas de respaldo a emprendedores incluyen incentivos fiscales, programas de financiamiento y orientación técnica proporcionada por entidades como el Ministerio de Turismo y otras instituciones de desarrollo. A pesar de estas políticas, persisten desafíos relacionados con la burocracia y el acceso al financiamiento, lo que podría dificultar el establecimiento y crecimiento de empresas turísticas en el territorio.

Para Proaño et ál (2021), el sector turístico ha sufrido un impacto significativo debido a la pandemia de COVID-19, lo que ha llevado al cierre y quiebra de numerosas empresas y ha dejado a muchas personas desempleadas., según los autores, aunque el Ministerio de Turismo ha presentado planes y propuestas para la reactivación turística, el sector privado, ha expresado su insatisfacción con las políticas implementadas, considerándolas poco eficientes para las necesidades reales del sector turístico.

El gobierno nacional ha colocado al turismo como una prioridad crucial en su crecimiento económico, reconociendo su relevancia mediante políticas gubernamentales y planes estratégicos, como el Plan Nacional del Buen Vivir. El Ministerio de Turismo (2020), se ha comprometido a adaptar la oferta turística a las demandas de los visitantes, con la meta de aumentar los ingresos por turismo y fortalecer el marketing turístico tanto a nivel nacional como internacional.

Es así como, el gobierno ecuatoriano, a través del Ministerio de Turismo, promueve programas como el llamado “Emprende Turismo” que busca potenciar la innovación y la productividad del sector turístico. (Ministerio de Turismo, 2022). Esto como una fuente sostenible de ingresos, enfocándose en estrategias de promoción y marketing; a pesar de estos esfuerzos, se reconoce una carencia en la planificación estratégica de marketing, generando una urgente necesidad de implementar programas para reforzar esta área.

La promoción y difusión del turismo se consideran fundamentales en las políticas y planes de desarrollo del país, incluso siendo parte de la legislación estatal. No obstante, queda pendiente evaluar si estas medidas se traducen efectivamente en un apoyo real y práctico para las empresas turísticas en Ecuador. En este contexto, es fundamental que el Estado implemente políticas públicas efectivas y destine recursos económicos de manera inmediata para apoyar al turismo, en base a la percepción de insatisfacción expresada por el sector privado, evidenciando la necesidad de medidas más contundentes y eficaces para la recuperación de esta importante industria.

2.2.6. Estabilidad política, social y su relación con la actividad turística

De acuerdo con el Banco Mundial (2023), la situación económica de Ecuador es compleja y desafiante, incluso tras la recuperación postpandemia, persisten debilidades estructurales, como la fuerte dependencia del petróleo y la carencia de mecanismos de resguardo económico; factores como la inestabilidad provocada por el crimen organizado y la incertidumbre política han agravado estos problemas, demandando una nueva gestión que promueva un desarrollo inclusivo y sostenible mediante el diálogo.

A pesar de lograr reducir el déficit fiscal, aún se requiere restablecer la confianza en los mercados y disminuir la dependencia del petróleo. Además, hay retos significativos como la generación de empleo, la diversificación económica y la adaptación a la descarbonización global, los cuales son urgentes dada la exposición a riesgos externos y eventos climáticos. La falta de consenso político podría prolongar ciclos económicos inestables y obstaculizar un crecimiento sostenible e inclusivo (Banco Mundial, 2023).

La estabilidad política y la paz social en Ecuador han sido pilares fundamentales para el crecimiento del turismo. El país ha experimentado periodos de convulsión política que, al impactar la estabilidad, han influido directamente en la afluencia de turistas. Los momentos de crisis política o social han generado desconfianza en los visitantes y han

afectado la percepción internacional del país como un destino seguro. Por otro lado, épocas de estabilidad han propiciado un entorno favorable para el turismo, atrayendo inversiones, promoviendo la confianza y facilitando el desarrollo de la industria turística. La calma social y la continuidad de un clima político estable son esenciales para el florecimiento sostenible del turismo ecuatoriano.

Esta íntima relación se estudió por López y Baños (2023), en donde se visualiza que la estabilidad social y política en Ecuador tiene un impacto directo en el turismo, especialmente en áreas naturales protegidas. La crisis sanitaria del COVID-19 mostró cómo la disminución de la actividad turística en estas zonas está vinculada a la inestabilidad social y económica. La caída de actividades comerciales y de ocio, afectadas por la necesidad de contacto personal, no solo impactó negativamente en la economía local, sino que también generó un aumento de delitos violentos en esas áreas. Esto sugiere que la estabilidad social y económica local es crucial para mantener un entorno seguro y próspero que fomente el turismo.

La condición económica y política de Ecuador es un factor crucial para su industria turística. La estabilidad económica, la confianza en los mercados y la reducción de riesgos externos son claves para atraer visitantes; por otro lado, la incertidumbre política y la inseguridad pueden desalentar a los turistas y perjudicar la percepción de seguridad en el país. El impulso económico y la generación de empleo tienen un impacto directo en la oferta turística, ya que un entorno laboral estable contribuye a la promoción de destinos turísticos.

Por lo que es fundamental resolver los problemas económicos y de seguridad del país como catalizador del incremento en el turismo, logrando de esta forma atraer la inversión, el desarrollo de infraestructuras y la promoción del país como destino seguro y atractivo.

2.6.3.5. Regulaciones y normativas relacionadas a la operación de empresas turísticas

La regulación del turismo en Ecuador se fundamenta en múltiples disposiciones, entre las que destaca la Constitución, que establece los deberes estatales generales, incluyendo la planificación y regulación del desarrollo económico, resaltando el turismo como una actividad a impulsar y proteger.

Así mismo, la Ley del Turismo proporciona el marco legal para las operaciones turísticas, abarcando desde la oferta de alojamiento hasta la gestión de casinos y parques de atracciones. Para operar en este ámbito, se exige el registro y la obtención de una licencia anual, cuyo incumplimiento puede acarrear sanciones. La ley no solo establece requisitos para los prestadores de servicios turísticos, sino que también demanda al Estado el reconocimiento y apoyo a esta actividad, fomentando la colaboración entre las entidades gubernamentales.

Por lo que, se han creado instancias como el Consejo Consultivo de Turismo y los Comités de Turismo, destinados a asesorar y participar en el desarrollo y control de las actividades turísticas, bajo la dirección del Ministerio de Turismo, el órgano rector de este sector en Ecuador. Estas normativas legales buscan armonizar el progreso económico con la conservación de la naturaleza y el patrimonio cultural, siguiendo las directrices del Código Ético Mundial para el Turismo de las Naciones Unidas de la Organización Mundial del Turismo (2020), promoviendo así un turismo sostenible y responsable.

Para Pololikashvili: “el turismo es un auténtico motor de solidaridad y desarrollo (...), el turismo puede seguir ofreciendo mejores oportunidades y un desarrollo sostenible a millones de personas en todo el mundo" (Organización Mundial del Turismo, 2020).

La ley de turismo en Ecuador, vigente desde 2015, busca fomentar el crecimiento sostenible del turismo en el país, su objetivo es mejorar la competitividad del sector y garantizar la preservación del patrimonio natural y cultural a través de directrices claras para la promoción, regulación y gestión de las actividades turísticas (Ley de Turismo, 2023, 16 de mayo).

En cuanto a su impacto en la creación y funcionamiento de empresas turísticas, la ley ofrece ventajas considerables; ofrece beneficios fiscales, facilita trámites administrativos para la apertura de negocios en turismo, alienta la formalización de empresas en el sector y facilita el acceso a financiamiento.

A pesar de estos beneficios, persisten desafíos que podrían dificultar la operatividad de empresas turísticas. La implementación de la ley puede variar según la interpretación local de sus regulaciones, generando inconsistencias, así también, la burocracia y la falta de coordinación entre entidades gubernamentales podrían obstaculizar la aplicación integral de políticas para el sector.

2.3. Desarrollo la variable dependiente: Apertura y cierre de empresas turísticas

La apertura y cierre de empresas turísticas se ven influenciadas por diversos factores, entre estos se destacan la innovación tecnológica, las políticas gubernamentales, la infraestructura disponible, las condiciones económicas, aspectos socioculturales, la competencia en el mercado y la demanda turística. La incorporación de tecnología, las regulaciones gubernamentales, la calidad de las estructuras existentes, la situación económica, los valores culturales, el entorno competitivo y las necesidades del mercado son elementos que inciden tanto en el establecimiento como en la clausura de negocios en la industria turística.

2.3.1 Innovación tecnológica

La Innovación Tecnológica ha transformado la industria del turismo, promoviendo el uso de tecnología para mejorar la experiencia del viajero y la eficiencia operativa. Las herramientas digitales han revolucionado la forma en que se promocionan y ofrecen servicios turísticos, desde aplicaciones móviles que facilitan la reserva de alojamientos y transporte hasta plataformas en línea que proporcionan información detallada sobre destinos. Al abordar el desarrollo tecnológico y su relación con el turismo Tafur (2018) establece que “las tecnologías de la información y las comunicaciones constituyen el pilar fundamental para impulsar importantes avances en la nueva concepción del turismo, y son los medios y métodos para lograr la satisfacción y fidelización de sus clientes” (p. 4). En este contexto se remarca la importancia de la innovación tecnológica en la industria turística como potenciador del crecimiento y estabilidad del sector.

En el contexto de la investigación, la innovación tecnológica para Chapa et ál (2023) se muestra como un elemento vital para la mejora y el posicionamiento de destinos. La investigación en Cuenca, centrada en evaluar la situación actual con respecto a la tecnología y la innovación en el turismo, revela la importancia de adaptar los destinos a las demandas del mercado actual, especialmente en términos de conectividad, innovación en los servicios turísticos y la implementación de sistemas de gestión adecuados. Esto refuerza la necesidad de estrategias innovadoras en el sector turístico, destacando el potencial de mejorar la competitividad y el atractivo de los destinos ecuatorianos mediante el uso efectivo de la tecnología.

La globalización de la sociedad y la adopción de tecnologías de la información han transformado el panorama del turismo mundial. Los países latinoamericanos, siguiendo estas tendencias, ven en la digitalización del turismo una oportunidad significativa. Según el informe "Futuro Digital 2017: América Latina" de Comscore, la región contaba con más de 196 millones de internautas en 2017, con cifras destacadas en Brasil (66,8 millones), México (33 millones), Argentina (22,3 millones), Perú (8,1 millones), Chile (7,9 millones) y Uruguay (1,7 millones). Las diferencias en el acceso a estas tecnologías se deben a la distribución desigual de infraestructuras informáticas y la diversa adopción del comercio electrónico en cada mercado. Investigadores resaltan que el crecimiento en América Latina ha provocado una reestructuración profunda en las telecomunicaciones y en la gestión, impactando en la evolución del turismo en la región (Iberoamérica, No2, 2019, pp. 169-191).

Po lo que, la adopción de tecnologías emergentes como realidad aumentada, inteligencia artificial y análisis de datos ha permitido crear servicios turísticos más personalizados y adaptados a las necesidades específicas de los viajeros. La integración de estas innovaciones no solo ha optimizado la eficiencia de la industria, sino que también ha ampliado las posibilidades de ofrecer experiencias únicas y diferenciadas a los turistas.

2.3.2. Políticas gubernamentales relacionadas al turismo

Las políticas regulatorias en el ámbito turístico resultan esenciales para fomentar el desarrollo de esta industria. Los estímulos gubernamentales, como exenciones tributarias o apoyos financieros, pueden potenciar la inversión en infraestructuras turísticas, generar empleo y promover prácticas sostenibles. Paralelamente, las normativas que regulan licencias y permisos son cruciales para garantizar la calidad y seguridad de los servicios ofrecidos en el sector turístico. Estas normativas establecen criterios que las empresas deben cumplir para operar, asegurando la protección de los visitantes y la preservación de los recursos naturales y culturales. Un marco normativo transparente y efectivo crea un entorno propicio para el turismo, generando confianza en los turistas y contribuyendo al éxito duradero del sector turístico.

El Decreto Ejecutivo 1424, difundido en el Registro Oficial 309 del 19 de abril de 2001, estableció como una de las prioridades del Estado Ecuatoriano, promover el desarrollo del turismo en el territorio nacional; por lo que se emite la ley de turismo, en la cual en el capítulo VII, de los incentivos y beneficios en general, artículo 26, se establece que:

Las personas naturales o jurídicas cuyos proyectos turísticos sean aprobados por el Ministerio de Turismo obtendrán incentivos significativos, estos beneficios incluyen la exención total de impuestos asociados con actos societarios, como aumentos de capital o fusiones, para las empresas de turismo registradas y calificadas por el Ministerio, también abarca los tributos sobre la transferencia de propiedades inmuebles para empresas turísticas, con la condición de que dichos bienes no sean enajenados en un lapso de 5 años. Así mismo se contempla el acceso a créditos en instituciones financieras que establezcan líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio (Ley de Turismo, 2023).

De igual forma, el artículo 27 permite a personas naturales o empresas turísticas con proyectos calificados, previa aprobación del Ministerio de Turismo:

Obtener la devolución total de derechos arancelarios en la importación de medios de transporte para turistas por 10 años (para la primera categoría) o 5 años (segunda categoría), excluyendo el IVA. Se aplica siempre que no exista producción nacional y se cumplan requisitos específicos. Equipos, materiales, maquinaria y otros elementos para servicios turísticos también reciben trato similar (Ley de Turismo, 2023).

Así mismo, el artículo 33 establece que “Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones” (Ley de Turismo, 2023).

La legislación turística ecuatoriana, en su esencia, respalda firmemente el desarrollo del turismo en el país, ofrece incentivos significativos a proyectos turísticos, como la exoneración de impuestos asociados a actos societarios y transferencias de propiedades inmuebles. Facilita el acceso a créditos para proyectos turísticos calificados y establece la devolución de derechos arancelarios en la importación de medios de transporte y otros elementos para servicios turísticos, bajo ciertos criterios. Es importante resaltar que la ley otorga a los municipios y gobiernos provinciales la capacidad de entregar incentivos especiales para inversiones en turismo en sus áreas respectivas, fomentando así el desarrollo turístico a nivel local y regional.

Si bien la teoría establece la importancia que tienen las políticas pública de turismo sobre el desarrollo y consolidación de las empresas dedicadas a esta labor, la practica ha demostrado que algunas veces, la ley queda en papel muerto como se dice

coloquialmente, por ejemplo, Unkuch (2018) en su investigación establece que las “entidades nacionales permanecen desconectadas de la dinámica territorial” (p.86), dejando ver que las necesidades más específicas como: infraestructura, servicios y capacitación sostenida, no se llegan a concretar a través de la política pública de turismo, sea por los limitados recursos económicos o capacidades técnicas existentes o disponibles de parte del estado. Este aspecto es fundamental en la actual investigación, poder identificar en qué medida la normativa legal se materializa en el cantón Colta.

2.3.3 Infraestructura y accesibilidad

La calidad de la infraestructura turística, la disponibilidad de servicios y la conectividad son aspectos fundamentales para el crecimiento y la competitividad de un destino turístico. Una infraestructura bien desarrollada, que incluya vías de acceso, aeropuertos eficientes, sistemas de transporte efectivos y servicios de calidad, resulta vital para atraer y retener a los turistas; considerando la investigación de Andrade y Palma (2022), quienes consideran que un mejor desarrollo y gestión de la infraestructura, junto con la promoción adecuada del destino turístico, impulsan notablemente la reactivación económica de un cantón. En igual sentido una conectividad óptima, tanto física como digital, facilita el acceso a información, reservas en línea y experiencias más enriquecedoras para los visitantes. Acceder a servicios como alojamiento, gastronomía, y actividades recreativas y culturales mejora la experiencia del turista, lo que impacta positivamente en la economía local y nacional.

La inversión en infraestructura en el sector turístico es fundamental para asegurar la accesibilidad, mejorar la experiencia del turista y estimular el desarrollo local, un ejemplo de esto es analizado por Lahura y Sabrera (2020) Una sólida red de carreteras, aeropuertos eficientes y servicios de transporte facilita el acceso a destinos turísticos, atrayendo a más visitantes y fortaleciendo la economía local al generar empleo y mejorar los servicios comunitarios. Esta inversión no solo fomenta un crecimiento económico sostenible, sino que también preserva los recursos naturales y culturales, garantizando un turismo responsable y de bajo impacto ambiental.

2.3.4 Condiciones económicas

La situación económica para aquellos interesados en emprender en el sector turístico puede ser diversa, A pesar de que hay opciones de financiamiento disponibles, acceder a ellas puede resultar desafiante. Algunas entidades financieras ofrecen

programas y líneas de crédito orientadas al turismo, aunque la accesibilidad y los requisitos para acceder a estos fondos pueden restringir la entrada, especialmente para emprendedores de menor escala. Instituciones gubernamentales como el Ministerio de Turismo suelen proporcionar respaldo mediante incentivos fiscales, capacitaciones y orientación para emprendedores turísticos. No obstante, se requiere un fortalecimiento continuo de estas iniciativas para mejorar el acceso al financiamiento y promover un ambiente más propicio para el desarrollo de proyectos turísticos.

En este sentido, al abordar las estrategias de financiamiento en el sector turístico, Carvajal y Carvajal (2018) , resaltan la inclinación de las empresas hoteleras y de restaurantes en Ecuador, durante 2013-2015, hacia la autofinanciación como estrategia financiera principal. El tamaño del negocio resulta determinante, mostrando que, a mayor tamaño, menor es la dificultad para obtener recursos externos, volviéndose más atractivo para los inversores. Indicadores financieros como las ratios de rentabilidad y endeudamiento demuestran una relación inversa: a mayor rentabilidad, menor necesidad de acudir a préstamos. Las empresas pequeñas, prefieren financiarse internamente y recurrir a la deuda a corto plazo. Por su parte, medianas y grandes empresas optan por el financiamiento a largo plazo, con una menor dependencia de los préstamos.

2.3.5 Factores socioculturales

En el contexto turístico ecuatoriano, se observan cambios notables en las preferencias y comportamientos de los turistas, lo que influye significativamente en la dinámica del sector. Los visitantes buscan experiencias más auténticas y personalizadas, mostrando un interés creciente en el turismo de naturaleza, cultural y de aventura. Este cambio refleja un deseo de conexión con la cultura local, tradiciones y costumbres. Además, el impacto de eventos culturales y sociales ha ganado relevancia en la atracción de turistas. Festivales, celebraciones y eventos específicos destacan como puntos clave para atraer visitantes interesados en vivir experiencias únicas y participar en actividades arraigadas en la identidad cultural del país. Estos cambios en las preferencias y la influencia de eventos culturales y sociales han llevado a replantear estrategias de promoción y desarrollo turístico para satisfacer las nuevas demandas y expectativas de los turistas.

En este mismo orden de ideas, son varios los atributos de un lugar los que influyen en la elección para hacer turismo, según Almendariz et ál (2021), ejemplos de esto son: el perfil del visitante, la experiencia y percepción de los servicios, la satisfacción y el

gasto durante la estancia, los eventos culturales, las actividades de descanso tienen mayor atracción. Estos hallazgos proporcionan una percepción detallada de los atributos de cada lugar, que pueden convertirse en un pilar para mejorar la promoción del lugar y satisfacer las preferencias de los turistas.

Considerando el contexto sociocultural actual, es necesario adaptar estrategias turísticas a realidades actuales, así lo considera Núñez et ál (2022) haciendo referencia a un grupo social específico denominado millennials, quienes están muy conectados con la tecnología, misma que se ha analizado en párrafos anteriores como muy influyente en la toma de decisiones turísticas. Considerar este y otros factores socioculturales, aseguran beneficios económicos y mejoran la percepción de los turistas, ofreciendo experiencias enriquecedoras y acorde a sus posibilidades económicas, promoviendo la creación de cadenas productivas y apoyando una economía equilibrada en un determinado sector.

2.3.6. Competencia y ofertas

La competencia se destaca por la diversidad y singularidad de la oferta de servicios y productos turísticos, la competencia se centra en la riqueza natural del país, como sus playas, selvas, montañas y biodiversidad, promoviendo una variedad de actividades turísticas, desde turismo de aventura hasta turismo ecológico y cultural. La oferta de servicios abarca desde hospedajes boutique hasta operadores turísticos especializados en experiencias únicas, y se enfoca en satisfacer las demandas de un turismo cada vez más exigente y en busca de autenticidad. La competencia se intensifica en la calidad de los servicios, la innovación en las experiencias ofrecidas y la promoción de destinos menos conocidos, pero igualmente atractivos para los visitantes. Esto impulsa a las empresas turísticas a diferenciarse y destacar por la calidad, diversidad y originalidad de sus propuestas.

Es así como, el cantón Colta, se destaca por su patrimonio natural y cultural, si bien sus principales encantos incluyen la Laguna de Colta, vinculada a una leyenda sobre la inundación de una ciudad ancestral; la iglesia de Balbanera, reconocida como la primera iglesia católica establecida en el país; la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, hogar de una diversidad de especies; la Laguna de Culebrillas, un espacio natural de gran belleza que invita a disfrutar de actividades acuáticas y contemplar hermosos paisajes; no son menos importantes y por el contrario muy interesantes otros lugares que también poseen relevancia por su legado histórico, cultural y natural, además de ser fundamentales para el turismo sostenible y la conservación de la biodiversidad

regional. Por mencionar algunos, se tiene a: Vertiente de Cunucpogyo, Cerro Cushca, Laguna Calderón, Páramos Cotojuan, Volcán Tungurahuilla, Mirador turístico Tinkuk loma, Archibasílica Virgen de las Nieves, Orquideario Sisa, Iglesia de San Lorenzo de Sicalpa, Iglesia de Santo Cristo, Feria de Colta, Ruinas Coloniales, Museo Histórico de Colta, Parque Juan de Velasco, Inti Raymi, Iglesia de San Sebastián, Artesanías en totora, Iglesia de Alajahuan, Calispoguo (Vaca, 2019, pp. 37-43).

2.3.7. Demandas del mercado; preferencias y tendencias de los turistas

Para Oviedo y Olivo (2021) durante la crisis pandémica, el turismo enfrentó incertidumbre, reflejando restricciones en las experiencias del visitante y limitando el diseño de nuevos productos turísticos. La percepción de seguridad de los turistas se convirtió en un factor clave para su elección de destinos. La planificación turística postpandemia debe enfocarse en estrategias de regeneración, priorizando el bienestar local sobre el turístico, evitando así impactos ambientales y sociales.

Es así como las preferencias y tendencias de los turistas varían notablemente. La demanda experimenta fluctuaciones estacionales, con periodos de alta y baja afluencia de visitantes, que se relacionan con factores climáticos y temporadas específicas de festividades o eventos. Los turistas muestran interés en una diversidad de experiencias, desde la exploración de ecosistemas naturales hasta la inmersión en la cultura local y la participación en actividades de aventura. La estacionalidad marca picos de visitantes, especialmente en temporadas vacacionales o festividades tradicionales, lo que influye en la oferta y la planificación de servicios turísticos para satisfacer estas variaciones de demanda a lo largo del año.

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de la investigación

Debido a la naturaleza del fenómeno estudiado, la investigación es de tipo mixta, como lo indica Hernández et al (2014) “representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta (...) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (p. 534).

Es así que la investigación está constituida por una realidad objetiva y otra subjetiva, lo objetivo relacionado con lo tangible, es decir, todo lo que se puede tocar, por ejemplo: oficinas turísticas, espacio físico del cantón Colta, número de personas relacionadas al turismo, capital económico, entre otros; lo intangible está formado de diferentes realidades, y depende de las personas y sus interacciones, ejemplo: sentimientos hacia la naturaleza, emociones de los empresarios turísticos, motivación, liderazgo, entre otros, se constituye en lo intangible. Es por lo que la investigación se enmarcó en un enfoque de investigación mixto que permitió tener un visión más amplia y profunda del fenómeno (Hernández, 2014, p. 537).

La investigación tiene un nivel exploratorio y descriptivo. Es exploratorio porque de acuerdo con Hernández (2014) “ el objetivo es examinar un tema (...) poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas (...). Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio” (p. 91). Así mismo es descriptivo porque como indica Hernández (2014) “se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (p.92).

La modalidad de investigación abarca tres modalidades distintas. En primer lugar, se considera la investigación básica, que se centra en la obtención de nuevos conocimientos y la comprensión de conceptos y del fenómeno estudiado. Es documental porque implica el análisis y estudio exhaustivo de fuentes escritas y digitales, como libros, artículos académicos, informes, entre otros, para recopilar información relevante sobre el tema investigado. Es de campo, porque se basa en la recolección directa de datos a través de la observación, encuestas, entrevistas en entornos reales, permitiendo la interacción directa con el fenómeno estudiado para obtener información específica y detallada. La

modalidad de investigación detallada ofrece un enfoque integral para investigar el turismo desde diferentes perspectivas y profundizar en sus diversas dimensiones

3.2. Diseño de la investigación

Para Hernández (2014) “en el enfoque cualitativo, el diseño se refiere al abordaje general que habremos de utilizar en el proceso de investigación” (p. 470). También, indica que “las fronteras o límites entre tales diseños son relativos, realmente no existen, y la mayoría de los estudios toma elementos de más de uno; es decir, los diseños se yuxtaponen” (Hernández, 2014, p.470).

En función de lo anterior, el diseño de la investigación es no experimental, donde las variables no se las manipula de forma deliberada, el fenómeno es observado y analizado tal y cual se presenta en su contexto natural; también es de diseño transversal porque permite mediante la recolección de información en un momento específico y periodo breve de tiempo, conocer la situación actual del fenómeno investigado, así mismo es de diseño fenomenológico, porque se obtuvieron las perspectivas de los participantes (...) a partir de ellas, se explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias con un determinado fenómeno (Hernández, 2014, p.493).

Por lo que se establecen las siguientes cuatro fases en la investigación:

a. ***Fase 1. Análisis situacional de los factores que influyen en la apertura y cierre de las empresas turísticas del cantón Colta desde la perspectiva de los emprendedores (análisis cuantitativo).***

Las personas que conocen de manera profunda la situación de los emprendimientos turísticos y los factores que influyen en la apertura y operatividad de los emprendimientos turísticos en el cantón Colta, son sus propios dueños, a quienes se les ha aplicado un cuestionario semi estructurado con preguntas abiertas, cerradas y de reflexión que permite obtener información sobre factores administrativos, políticos, productivos, culturales, infraestructurales y de mercado, entre otros, que se convierten en importantes en la apertura o cierre de las empresas turísticas.

Así mismo, son los ex empresarios turísticos quienes desde su experiencia y vivencia propia pueden indicar los factores que influyen en el cierre de los emprendimientos turísticos del cantón Colta.

b. **Fase 2. Identificación de los factores y variables del entorno turístico del cantón Colta que influyen en la apertura y cierre de los emprendimientos turísticos (análisis cuantitativo).**

El análisis cuantitativo de los factores y variables del entorno turístico del Cantón Colta, permite realizar un análisis detallado de la magnitud de la influencia de cada factor, brindando una visión más precisa de cómo estos elementos impactan en las decisiones de apertura y cierre de negocios turísticos en el sector y su dinámica empresarial.

c. **Fase 3. Análisis del grado de involucramiento de los organismos gubernamentales relacionados con el turismo (análisis cualitativo)**

Con diferentes competencias, son varias las instituciones gubernamentales relacionadas con el turismo, por lo que es importante determinar, ¿Qué conocen estas instituciones sobre el sector turístico en el cantón Colta? ¿Cómo se relacionan entre sí para apoyar el fortalecimiento del turismo en el sector?, por lo que en esta fase se recoge información sobre el número de empresas turísticas operativas y su situación actual desde la perspectiva y conocimiento de los actores gubernamentales relacionados con el turismo, para lo cual se ha considerado a tres instituciones relacionadas de forma directa con el turismo, cuyo rol es fundamental en la planificación, regulación y promoción de la actividad turística; a quienes se les aplicó un cuestionario semi estructurado con preguntas abiertas, cerradas y de reflexión, que permitió obtener información sobre el número de empresas turísticas operativas en el cantón Colta y su situación actual desde diferentes aristas del fenómeno estudiado. Estas instituciones son: Ministerio de Turismo (MINTUR), Honorable Consejo Provincial de Chimborazo (HCPCH), Gobierno Autónomo Descentralizado de Colta (GAD Colta).

d. **Fase 4. Análisis del nivel de satisfacción del turista (análisis cuantitativo)**

El nivel de satisfacción que percibe el turista está relacionado con la calidad de atención recibida. Este nivel de satisfacción es un indicativo de la fidelidad que un turista puede mostrar hacia una empresa turística. También permite tener argumentos para mejorar el servicio, ser más competitivo, fomentando la existencia del negocio y su sostenibilidad.

3.3. Técnicas de recolección de datos

La investigación utiliza como técnica de investigación a la encuesta, permitiendo un intercambio directo de información entre el investigador y el participante. Así mismo, utiliza como instrumento de investigación al cuestionario semiestructurado que ofrece una flexibilidad al combinar preguntas abiertas y cerradas, brindando la posibilidad de profundizar en aspectos específicos mientras se mantiene un grado de estandarización en las respuestas.

3.4. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad de los instrumentos de recolección de la información se comprueba con el estadígrafo Alfa de Cronbach. A continuación, se muestra el valor calculado que hace referencia a cuestionario utilizado para recolectar información sobre los factores que influyen en la apertura y cierre de los emprendimientos turísticos en el cantón Colta.

Tabla 3. *Estadística de fiabilidad de factores de apertura y cierre de empresas*

turísticas

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,8121	0,8115	23

El valor del Alfa de Cronbach obtenido es de 0,8121, lo que corresponde a un rango de “excelente confiabilidad”, que es un indicativo de que las medidas utilizadas en la investigación tienen una consistencia interna notablemente alta, lo que aumenta la confianza en la precisión y fiabilidad de los resultados obtenidos.

Respecto del entorno turístico se aplicó un cuestionario que consta en anexos, del cual se cálculo el estadístico Alfa de Cronbach y cuyos resultados se muestran a continuación

Tabla 4. *Estadística de fiabilidad del entorno turístico*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,653	19

El valor del Alfa de Cronbach obtenido es de 0,653, lo que corresponde a un rango de “confiable”, que es un indicativo de que las medidas utilizadas en la investigación tienen una consistencia aceptable que respalda la confianza en la precisión y fiabilidad de los resultados obtenidos.

Tabla 5. Estadística de fiabilidad del nivel de satisfacción del turista

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,65	76

El valor del Alfa de Cronbach obtenido es de 0,65, lo que corresponde a un rango de “confiable”, que es un indicativo de que las medidas utilizadas en la investigación tienen una consistencia aceptable que respalda la confianza en la precisión y fiabilidad de los resultados obtenidos.

3.4. Población de estudio y tamaño de muestra

. La población para la investigación está formada por siete personas que corresponden a los empresarios turísticos de empresas operativas y cerradas del cantón Colta. Tres personas que corresponden a los actores gubernamentales relacionados al turismo y 76 turistas que visitaron el Cantón durante el mes de febrero de 2024. Se ha seleccionado el mes de febrero como el periodo de análisis debido a que este mes coincide con el feriado del Carnaval, una de las festividades más importantes del Cantón Colta. El cálculo de la muestra es en función de la fórmula para poblaciones finitas, que se muestra a continuación:

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

Para el cálculo de p y q se ha formulado la siguiente **pregunta clave**:

¿Cree usted que se debe mejorar los servicios turísticos del cantón Colta? SI (), NO ()

El 20 % de los turistas están satisfechos, entonces p=0,2 y q= 0,8

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = valor z (nivel de confianza, 1.96 para un nivel de confianza del 95%)

p = proporción esperada (0.2)

q = 1 - p

E = margen de error (por ejemplo, 0.05 para un margen de error del 5%)

$$n = \frac{(120)^2 * 1,96^2 * 0,2 * 0,8}{(120 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,2 * 0,8}$$

$$n = 76$$

Por lo que la población la constituyen 86 personas. Por ser la población menor a 100 se trabaja con toda ella, constituyéndose en la muestra de investigación.

3.6. Métodos de análisis, y procesamiento de datos.

El análisis y procesamiento de datos se inicia con un acercamiento a tres instituciones gubernamentales claves vinculadas al turismo, a los representantes de las empresas turísticas operativos y cerradas del cantón Colta y a los turistas que visitaron el cantón durante el mes de febrero de 2024, asegurando de esta forma una representación integral de los actores involucrados. La coordinación con las personas encargadas del área de turismo en cada institución permitió diseñar y aplicar un cuestionario semiestructurado para la recolección de información, diseñado con temas precisos para capturar datos relevantes y contextualizados. Tras la recopilación de datos, se procedió al procesamiento de la información mediante un análisis cualitativo y cuantitativo de las respuestas obtenidas, este proceso implicó la organización y codificación de respuestas, identificando patrones y tendencias emergentes. Se aplicaron técnicas de categorización para clasificar la información en temas clave, permitiendo una comprensión profunda de las percepciones y prácticas relacionadas con los factores de apertura y cierre de empresas turísticas del Cantón Colta. El enfoque interpretativo para contextualizar los datos consideró el marco teórico y las características específicas del entorno turístico local. El análisis crítico proporcionó una base sólida para la generación de conclusiones significativas.

3.7. Operacionalización de variables

A continuación, se describe la operacionalización de las variables independiente y dependiente.

Tabla 6. Operacionalización de la variable independiente: Factores del entorno

turístico

Definición	Definición operacional	Dimensiones o categorías	Definición	Indicadores	Método, Técnica e Instrumento
Proceso dinámico para establecer y finalizar negocios dedicados al turismo, considerando factores económicos, sociales, legales, culturales, políticos y ambientales que impactan la iniciativa empresarial en este ámbito.	Elementos que inciden en la creación o clausura de empresas turísticas, incluyen la viabilidad económica, influencia social, las políticas gubernamentales, las condiciones ambientales, la promoción turística y la adaptación cultural, todos influyendo en la decisión de abrir o cerrar empresas en el sector turístico.	Viabilidad Económica	Capacidad de medir el impacto económico en términos de inversión realizada, fuentes de financiamiento involucradas y la rentabilidad generada	Inversión inicial Financiamiento Retorno de Inversión Rentabilidad	Método: Deductiva. Analítico. Técnica: Encuesta
		Influencia social	Impacto en la generación de fuentes de empleo de las empresas de turismo en relación con el entorno comunitario y laboral.	Fuentes de empleo Impacto en la comunidad	Instrumento: Cuestionario con escala de Likert
		Política gubernamental	Acciones de respaldo a las empresas para superar obstáculos y promover desarrollo sostenible, mediante incentivos y regulaciones	Apoyo al funcionamiento de empresas Problemas para el funcionamiento de empresas	
		Promoción Turística	Conjunto de estrategias y acciones planificadas por entidades gubernamentales o privadas, dirigidas a difundir destinos, atractivos y servicios turísticos	Opciones de turismo Efectividad de la promoción	
		Condiciones ambientales	Bondades del entorno natural y su relación con la actividad turística	Impacto ambiental	
		Promoción Cultural	Difusión del arte y tradiciones para enriquecer experiencias, valorando la diversidad en destinos.	Factores culturales	

Tabla 7. Operacionalización variable dependiente: Apertura y cierre de empresas

turísticas

Definición	Definición operacional	Dimensiones o categorías	Definición	Indicadores	Método, Técnica e Instrumento
Cantidad de empresas activas que ofrecen servicios turísticos, medible a través de una encuesta a fuentes oficiales, registros gubernamentales y empresarios del sector turístico	Número total de empresas turísticas operativas que proporcionan servicios turísticos, medida a través de encuestas a fuentes oficiales, registros gubernamentales y empresarios del sector que incluye datos sobre hoteles, restaurantes y agencias de viajes, dentro de los límites del Cantón Colta, durante el período de referencia especificado.	Características de los empresarios turísticos	Atributos distintivos de emprendedores en el ámbito turístico, destacando las cualidades y habilidades clave necesarias para gestionar con éxito empresas en este sector específico.	Factor socio demográfico Factores psicológicos Motivación y creatividad Iniciativa personal	Método: Deductiva. Analítico. Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario con escala de Likert
		Tipos de empresas turísticas	Categorización de negocios turísticos según su naturaleza, abarcando hoteles, restaurantes y agencias de viajes, proporcionando una perspectiva diversa del sector en el Cantón Colta.	Hospedaje Alimentación Intermediación Transporte	
		Fuente de información	Segmentación de datos obtenidos de encuestas a fuentes oficiales, registros gubernamentales y empresarios turísticos, brindando una base variada y confiable sobre las empresas en el Cantón Colta.	Fuentes de información especializada Fuente de información particular	
		Ubicación geográfica	Clasificación según la ubicación dentro de los límites del Cantón Colta, proporcionando una perspectiva espacial de la distribución de empresas turísticas en esa región específica.	Dirección del establecimiento Funcionamiento legal	
		FODA empresarial	Análisis que evalúa las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una empresa, ofreciendo una visión integral de su situación y posibles estrategias.		

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El diseño de la investigación consideró cuatro fases; la primera que corresponde a la fase del emprendedor, en la cual se explora la experiencia vivencial de quien conoce la realidad existente del turismo, así también se realiza una autoevaluación como empresario turístico. La segunda fase corresponde al análisis del entorno turístico del cantón Colta. La tercera fase corresponde a la planificación gubernamental. La cuarta fase esta relacionada al grado de satisfacción de los turistas que visitaron el cantón. De estas fases, se muestran los resultados a continuación:

4.1. Fase 1. Emprendedor

Análisis situacional de los factores que influyen en la apertura y cierre de las empresas turísticas del cantón Colta desde la perspectiva de los emprendedores (análisis cuantitativo).

A continuación en la siguiente tabla se encuentran los resultados de la aplicación del cuestionario a los emprendedores turísticos

Tabla 8. *Análisis de factores que influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas*

Nº	Items	Resultado e interpretación
1	¿Qué tipo de servicio brinda su empresa turística?	Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son: <ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje 57,1% • Alimentación 28,6 % • Intermediación 14,3 % Lo que sugiere una presencia significativa del hospedaje, relacionada con la afluencia de visitantes y demanda de alojamiento.
2	¿Su empresa turística se encuentra registrada en el Ministerio de Turismo?	Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son: <ul style="list-style-type: none"> • SI 71,4 % • NO 28,6 % Lo que se interpreta como un compromiso por parte de los empresarios con la formalidad y el cumplimiento de los requisitos legales
3	Indique el año de apertura de su empresa	Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son: <ul style="list-style-type: none"> • 2011 28,6 % • 2013 28,6 % • 2014 14,3 % • 2017 14,3 % • 2019 14,3 % La presencia de un porcentaje significativo de aperturas en años específicos, como el 2011 y el 2013, indica períodos de crecimiento o condiciones favorables del sector turístico durante esos años.
4	¿En qué lugar específico está ubicada su empresa turística?	Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son: <ul style="list-style-type: none"> • Cajabamba 57.1 % • Santiago de Quito 14.3 % • Sicalpa 28.6 % Cajabamba es un centro turístico destacado en el cantón Colta, con el 57.1% de las empresas turísticas ubicadas allí, debido a sus atractivos naturales.

5	¿Qué le motivó a crear su empresa turística?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Su profesión 14,3 % • Oportunidad de negocio 57,1 % • Por emprender 14,3 % • Ninguna 14,3 % <p>La mayoría de los emprendedores turísticos inician sus negocios por oportunidad de mercado, revelando un fuerte espíritu empresarial y visión de negocio.</p>
6	¿Cuál fue la naturaleza de la inversión inicial?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capital propio 14,3 % • Financiamiento a través de una institución bancaria 85,7% <p>La mayoría opta por financiamiento bancario (85.7%), mientras solo el 14.3% usa capital propio, esto influye en autonomía y riesgos financieros. Es crucial diversificar fuentes de financiamiento para fortalecer la estabilidad financiera del turismo en Colta.</p>
7	¿Cómo califica el proceso para obtener financiamiento para su empresa turística?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fácil 33,3 % • Difícil 66,7 % <p>Dejando ver que los empresarios turísticos enfrentan dificultades en obtener financiamiento, esto limita inversiones y calidad de servicios. Se requiere simplificar los accesos para promover el desarrollo.</p>
8	¿Cuál es el capital económico que invirtió para crear su empresa?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • (1000 – 10000 \$) 57,1% • (10000 – 100000 \$) 28,6 % • (100000 – 1000000 \$) 4,3 % <p>El 57.1% invierte entre 1000 y 10000 dólares, reflejando pequeñas empresas, mientras el 28.6% invierte más, sugiriendo diversidad financiera en el sector hotelero de Colta.</p>
9	¿Cómo evalúa el retorno de inversión en su empresa turística en el Cantón Colta?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bueno, ha sido positivo y está acorde con las expectativas 42,9% • Regular, ha sido moderado y apenas ha cumplido con las expectativas 57,1 %. <p>Los datos sugieren problemas para empresarios turísticos y las estrategias de apoyo son cruciales.</p>
10	¿Considera que su empresa turística es rentable?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si 85,7 % • No 0,0 % • No responde 14,3% <p>Dejando ver el optimismo general en empresarios hoteleros de Colta, con un 85.7% considerando sus negocios rentables.</p>
11	¿Su empresa turística ha generado fuentes de empleo en la localidad?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si 100 % <p>Los empresarios turísticos en Cantón Colta generan empleo local, fortaleciendo la economía y desarrollo social, con diversidad en cantidad de empleos creados.</p>
12	¿Considera que su empresa ha generado un impacto positivo en la comunidad del cantón Colta?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si 85,7 % • No 14,3 % <p>Dejando ver que los empresarios hoteleros en Colta perciben un impacto positivo de sus empresas en la comunidad, destacando la necesidad de abordar posibles aspectos negativos.</p>
13	¿Cuál considera que es la mayor fortaleza de su empresa turística?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feriados 14,3 % • Su ubicación lejos del ruido 28,6 % • Dispone de guías mujeres 14,3 % • Calidad en la atención al cliente 14,3 % • Hotel con instalaciones modernas 14,3 %

		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con habitaciones cómodas y confortables 14,3 % <p>Revelando diversas fortalezas en empresas turísticas de Cantón Colta: ubicación tranquila, guías mujeres, atención al cliente, instalaciones modernas y habitaciones cómodas, destacando estrategias de atracción y satisfacción.</p>
14	¿Cuál considera que es la mayor debilidad de su empresa turística?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia 28,6 % • Poca visita de los turistas 28,6 % • Ubicación 14,3 % • Precios de iniciar 14,3 % • No la tiene 14,3 % <p>Por lo que se identifican competencia y poca afluencia turística como debilidades clave. Se destaca la importancia de estrategias promocionales, accesibilidad y precios competitivos. Algunos perciben que no tienen debilidades, lo que puede indicar falta de conciencia.</p>
15	¿Cuál considera que es la mayor oportunidad de su empresa turística?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento 14,3 % • Buena ubicación 42,9 % • Experiencia 14,3 % • Innovación 14,3 % • Lago de Colta 14,3 % <p>Lo que destaca la importancia de la ubicación estratégica y el reconocimiento, sugiriendo fortalecer la marca y aprovechar el recurso natural del Lago de Colta para enriquecer las ofertas turísticas locales mediante innovación y experiencias únicas.</p>
16	¿Cuál considera que es la mayor amenaza de su empresa turística?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad 57,1% • Negocios cercanos al establecimiento 14,3 % • Clima 14,3 % • Falta de apoyo de las autoridades 14,3 % <p>Lo que deja ver la necesidad de atender la seguridad, diferenciarse en el mercado y mejorar la colaboración público-privada para impulsar el turismo sostenible en el cantón.</p>
17	¿Qué tipo de apoyo ha tenido para el funcionamiento de su empresa turística ?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permisos de funcionamiento 42,9 % • Económico 14,3 % • Ninguno 42,9 % <p>La diversidad de respuestas revela que mientras algunos empresarios han aprovechado medidas administrativas, otros carecen de apoyo económico e institucional.</p>
18	¿Qué tipo de problemas ha tenido para el funcionamiento de su empresa?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permisos de funcionamiento 71,4 % • Falta publicidad gubernamental 14,3 % • Cambios en el mercado 14,3 % <p>Lo que indica problemas burocráticos y regulatorios, se visualiza la necesidad de mejoras en la simplificación de trámites, promoción gubernamental y adaptabilidad empresarial para impulsar el desarrollo turístico en Colta.</p>
19	¿Cuáles considera usted que son las opciones turísticas más atractivas o relevantes del cantón Colta?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta lugares turísticos 14,3 % • Ecoturismo 14,3 • Senderismo media montaña 14,3 % • Turismo cultural 28,6 % • Turismo comunitario 14,3 % • Turismo gastronómico 14,3 % <p>Se destaca turismo cultural, resaltando la importancia histórica y cultural, el senderismo y ecoturismo reflejan interés en actividades al aire libre y naturaleza, la falta de lugares turísticos indica oportunidad de desarrollo.</p>
20	¿Cómo considera la efectividad de las	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poco efectivas 42,9 %

	estrategias de promoción turística implementadas por los organismos gubernamentales relacionados al turismo?	<ul style="list-style-type: none"> • Moderadamente efectivas 28,6 % • No efectivas 28,6 % <p>Lo que señala una percepción de insatisfacción mayoritaria hacia las estrategias gubernamentales de promoción, señalando la necesidad de mejorar y colaborar con el sector privado.</p>
21	¿Cómo evaluaría el impacto ambiental de las empresas turísticas existentes?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contribución significativa a preservación del entorno 14,3 % • Tienen prácticas sostenibles, pero hay áreas para mejorar 42,9 % • No tienen un impacto significativo, ni positivo ni negativa 42,9 % <p>Lo que deja ver la necesidad de mejora continua y acción gubernamental.</p>
22	¿Cuál considera usted que son los factores culturales que influyen en la atracción turística en el cantón Colta?	<p>Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • festividades locales y tradicionales 63,6 % • Gastronomía típica de la región 9,1 % • Música y bailes autóctonos 9,1 % • Sitios históricos y monumentos culturales 9,1 % • Carnavales de Colta 9,1% <p>Lo que revela que los empresarios turísticos consideran festividades locales como factor clave para la atracción turística en Cantón Colta, subrayando la importancia de la cultura arraigada.</p>

A continuación en las siguientes tablas y figuras se muestran los datos de los factores más representativos de la variable factores de apertura y cierre de las empresas turísticas.

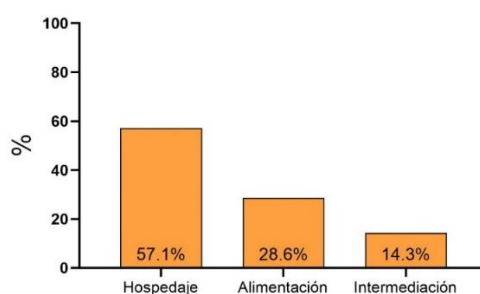
Es necesario identificar la variedad de servicios turísticos del cantón para identificar la posibilidad de diversificación de la oferta turística.

Tabla 9. *Tipos de empresas turísticas operativas en el cantón Colta*

	f	%
Hospedaje	4	57,1
Alimentación	2	28,6
Intermediación	1	14,3
	Total	100

Nota: Autoría propia

Figura 1. *Tipos de empresas turísticas operativas*



Si bien el número de empresas dedicadas al hospedaje no es alto, estas que representan el 57.1% indican que los establecimientos de alojamiento en el cantón son los emprendimientos que se encuentran en mayor cantidad, lo que está relacionado con la afluencia de visitantes y la necesidad de opciones de alojamiento adecuadas.

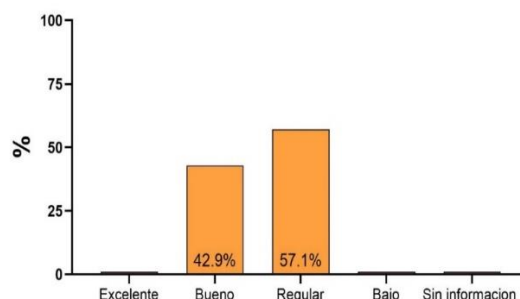
El conocer el grado de retorno de la inversión permite evaluar rentabilidad, tomar decisiones informadas, gestionar recursos eficientemente, mantenerse competitivos, planificar estratégicamente, justificar inversiones y fomentar la mejora continua del negocio.

Tabla 10. *Retorno de la inversión*

Opciones	f	%
Excelente, ha sido muy satisfactorio y ha superado las expectativas	0	0,0
Bueno, ha sido positivo y está acorde con las expectativas	3	42,9
Regular, ha sido moderado y apenas ha cumplido con las expectativas	4	57,1
Bajo, ha sido insuficiente y está por debajo de las expectativas	0	0,0
No tengo información suficiente para evaluar el retorno de la inversión	0	0,0
Total	7	100.0

Nota: Autoría propia

Figura 2. *Retorno de la inversión*



La tabla y figura anteriores dejan ver que los empresarios turísticos en la región enfrentan desafíos o limitaciones que impiden alcanzar niveles de rendimiento que se

consideren excepcionales. Este panorama resalta la importancia de estrategias de apoyo y capacitación específicas para mejorar la rentabilidad y la gestión eficiente de las empresas turísticas en el contexto del Cantón Colta.

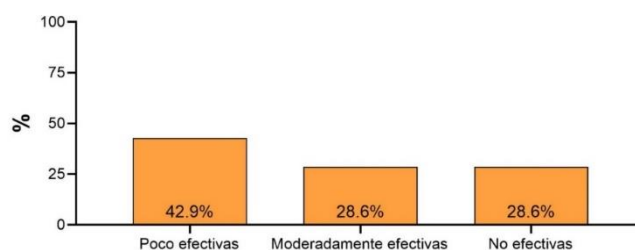
El apoyo gubernamental en la promoción del turismo es importante para atraer visitantes, impulsar la economía, generar empleo, preservar el patrimonio cultural y natural, y fortalecer la imagen del país como destino turístico competitivo a nivel internacional. Por esta razón se ha planteado la siguiente pregunta.

Tabla 11. *Estrategias de promoción como apoyo del gobierno central*

Opciones	f	%
Poco efectivas	3	42,9
Moderadamente efectivas	2	28,6
No efectivas	2	28,6
Total	7	100

Nota: Autoría propia

Figura 3. *Estrategias de promoción como apoyo del gobierno central*



La tabla y figura anteriores dejan ver que desde el punto de vista de los empresarios turísticos, el gobierno central no apoya con estrategias de promoción. Es importante que las autoridades locales identifiquen áreas de mejora, ajustar estrategias existentes y colaborar más estrechamente con los actores del sector privado para desarrollar enfoques de promoción más efectivos y alineados con las necesidades del turismo en el cantón.

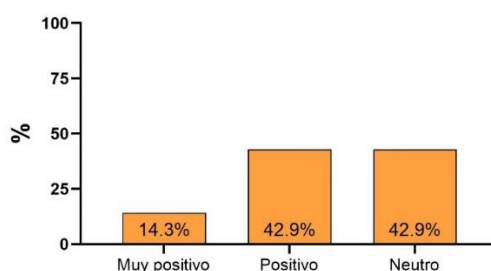
Identificar el impacto ambiental de las empresas turísticas permite mitigar daños ecológicos, promover sostenibilidad, preservar recursos naturales, proteger la biodiversidad y asegurar que el turismo beneficie tanto a las comunidades locales como al medio ambiente a largo plazo.

Tabla 12. *Impacto ambiental de las empresas turísticas*

Opciones	f	%
Muy positivo: contribución significativa a la preservación del entorno	1	14,3
Positivo: tienen prácticas sostenibles, pero hay áreas para mejorar	3	42,9
Neutro: no tienen un impacto significativo, ni positivo ni negativo	3	42,9
Total	7	100,0

Nota: Autoría propia

Figura 4. *Impacto ambiental de las empresas turísticas*



Los resultados sobre la evaluación del impacto ambiental de las empresas turísticas del Cantón Colta reflejan una perspectiva mayoritaria de conciencia ambiental entre los empresarios; por lo que, es necesario que las empresas turísticas sigan adoptando medidas para reducir su huella ecológica, promover la conservación del entorno y participar activamente en iniciativas sostenibles, y es en este contexto donde las autoridades gubernamentales podrían desempeñar un papel clave al incentivar y respaldar prácticas más ecológicas en el sector turístico local.

4.1.1 Autoevaluación del perfil emprendedor

A continuación, se presenta una descripción detallada de los factores y variables que influyen en la apertura y operatividad de los emprendimientos turísticos, mismos que fueron tomados desde la experiencia de profesionales expertos en el tema de turismo, como Álvarez (2017) y que fueron integrados en el cuestionario.

Para recoger la información de los emprendedores turísticos quienes están relacionados con los procesos de apertura y cierre de los emprendimientos turísticos se utilizó una encuesta con los factores y variables determinantes del perfil del emprendedor, cuya escala de medida es la de Likert (1 = Muy bajo, 2 = bajo, 3 = medio, 4 = alto).

Para determinar si cada variable analizada influye o no, según las personas consultadas, se utilizó el criterio de probabilidad mayor o igual a 0,50 para calificarlo

como influencia (SI) y menor a 0,50 se calificó como no influencia (NO), de esta manera se obtiene una variable dependiente dicotómica.

La Tabla 13 muestra los resultados sobre las variables que influyen en la apertura o cierre de los emprendimientos turísticos considerando la autoevaluación de los empresarios turísticos.

Tabla 13. Variables que influyen en la apertura y operatividad de emprendimientos turísticos (autoevaluación de los empresarios turísticos)

Factores y variable	Muy bajo 1	Bajo 2	Medio 3	Alto 4	Muy alto 5	Total	Suma 1 y 2	Suma 3 y 4	Influencia
Factor: Socio demográficos									
1 Estabilidad familiar	0%	0%	71%	29%	0%	100%	0%	100%	SI
2 Educación regular (primaria, secundaria, superior)	29%	14%	29%	28%	0%	100%	43%	57%	SI
3 Capacitación para emprendimientos	29%	14%	29%	28%	0%	100%	43%	57%	SI
4 Experiencia en la actividad turística	0%	14%	57%	29%	0%	100%	14%	86%	SI
5 Capacidad económica como emprendedor	0%	14%	57%	29%	0%	100%	14%	86%	SI
Factor: perfil psicológico									
1 Perseverancia y compromiso	0%	15%	14%	71%	0%	100%	15%	85%	SI
2 Liderazgo	0%	14%	29%	57%	0%	100%	14%	86%	SI
3 Tolerancia a cambios	0%	0%	43%	57%	0%	100%	0%	100%	SI
4 Capacidad de reflexión	0%	0%	43%	57%	0%	100%	0%	100%	SI
5 Responsabilidad personal	0%	0%	29%	71%	0%	100%	0%	100%	SI
Factor: Motivación									
1 Toma de iniciativa	0%	0%	43%	57%	0%	100%	0%	100%	SI
2 Autoconfianza	0%	0%	29%	71%	0%	100%	0%	100%	SI
3 Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	0%	14%	86%	0%	0%	100%	14%	86%	SI
4 Capacidad de gestión de recursos financieros	0%	15%	71%	14%	0%	100%	15%	85%	SI
5 Capacidad de relacionarse con los clientes	0%	0%	57%	43%	0%	100%	0%	100%	SI
Factor: Innovación y creatividad									
1 Innovación	0%	0%	57%	43%	0%	100%	0%	100%	SI
2 Creatividad	0%	0%	57%	43%	0%	100%	0%	100%	SI
Factor: Energía e iniciativa personal									
1 Trabajo duro	0%	0%	43%	57%	0%	100%	0%	100%	SI
2 Toma de iniciativa	0%	0%	57%	43%	0%	100%	0%	100%	SI
3 Estabilidad y autocontrol	0%	0%	57%	43%	0%	100%	0%	100%	SI
4 Iniciativa para nuevos retos	0%	0%	29%	71%	0%	100%	0%	100%	SI
Factor: Capacidad de influencia									
1 Redes de contacto local, nacional e internacional	14%	43%	29%	14%	0%	100%	57%	43%	NO
2 Relaciones entre emprendedores	0%	43%	43%	14%	0%	100%	43%	57%	SI
Factor: Propensión al riesgo									
1 Capacidad de solucionar problemas	0%	14%	57%	29%	0%	100%	14%	86%	SI

Fuente: Encuestas aplicadas a empresarios turísticos del cantón Colta. Adaptado de (Álvarez, 2017).

Para jerarquizar las variables se procedió a contabilizar los puntos asignados a cada una de ellas por parte de los empresarios turísticos, a continuación en la tabla 14 se muestran los resultados

Tabla 14. Jerarquización de las variables influyentes en apertura y cierre de las empresas

Nro.	Variables	Puntos	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1°	Responsabilidad personal	26	4,8%	4,8%

2°	Autoconfianza	26	4,8%	9.6%
3°	Iniciativa para nuevos retos	26	4,8%	14.4%
4°	Perseverancia y compromiso	25	4,6%	19%
5°	Tolerancia a cambios	25	4,6%	23.6%
6°	Capacidad de reflexión	25	4,6%	28.2%
7°	Toma de iniciativa	25	4,6%	32.8%
8°	Trabajo duro	25	4,6%	37.4%
9°	Liderazgo	24	4,4%	41.8%
10°	Capacidad de relacionarse con los clientes	24	4,4%	46.2%
11°	Innovación	24	4,4%	50.6%
12°	Creatividad	24	4,4%	55%
13°	Toma de iniciativa	24	4,4%	59.4%
14°	Estabilidad y autocontrol	24	4,4%	63.8%
15°	Estabilidad familiar	23	4,2%	68%
16°	Capacidad de solucionar problemas	23	4,2%	72.2%
17°	Experiencia en la actividad turística	22	4,0%	76.2%
18°	Capacidad económica como emprendedor	22	4,0%	80.2%
19°	Capacidad de gestión de recursos financieros	21	3,8%	84%
20°	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	19	3,5%	87.5%
21°	Relaciones entre emprendedores	19	3,5%	91%
22°	Capacitación sobre emprendimientos	18	3,3%	94.3%
23°	Redes de contacto local, nacional e internacional	17	3,1%	97.4%
24°	Educación regular (primaria, secundaria, superior)	15	2,6%	100%
		546	100%	

Fuente: Encuestas aplicadas a empresarios turísticos del cantón Colta. Adaptado de (Álvarez, 2017), mencionado en López, Santos, & Bueno, 2004

4.1.3 Prueba de hipótesis 1

H₁: Los factores del emprendedor influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas.

H₀: Los factores del emprendedor no influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas.

Tabla 15. Prueba de verificación de hipótesis 1

Valor de p y significancia estadística	
Test	Chi cuadrado
Chi cuadrado	14,98
Grados de libertad	6
Valor de p	0,0204
Significancia estadística (p < 0.05)?	Si

Nota: Cálculos obtenidos con el programa SPSS

Conclusión: Como el valor de p es 0,0204 es menor a 0,05 se acepta la hipótesis de investigación (H₁) y se rechaza la hipótesis nula (H₀). Es decir, los factores del emprendedor influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas.

4.2. Fase 2. Entorno turístico

Identificación de los factores y variables del entorno turístico del cantón Colta que influyen en la apertura y cierre de los emprendimientos turísticos (análisis cuantitativo).

A continuación, se presenta una descripción detallada de los factores y variables del entorno turístico que pueden influir en la apertura y cierre de los emprendimientos turísticos, mismos que fueron tomados desde la experiencia de profesionales expertos en el tema de turismo, como Álvarez (2017) y que fueron integrados en un cuestionario.

Para recoger la información de los emprendedores quienes están relacionados con los procesos de apertura y cierre de los emprendimientos turísticos se utilizó una encuesta cuya escala de medida es la de Likert (1 = Muy bajo, 2 = bajo, 3 = medio, 4 = alto)

Para determinar si cada variable analizada es una fortaleza o debilidad en el entorno turístico del cantón Colta, se utilizó el criterio de probabilidad mayor o igual a 0,50 para calificarlo como atributo positivo o fortaleza (1) y menor a 0,50 se calificó como una deficiencia o debilidad (0), de esta manera se obtiene una variable dependiente dicotómica. La Tabla 16 muestra los resultados siguientes:

Tabla 16. Entorno turístico como fortaleza o debilidad para emprendimientos

Nro.	Factores y variables	Muy bajo 1	Bajo 2	Medio 3	Alto 4	Muy alto 5	Total	Suma 1 y 2	Suma 3 y 4	Fortaleza (1) Debilidad (0)
Administrativo										
1	Seguridad turística	29%	57%	0%	14%	0%	100%	86%	14%	0
2	Fomento al turismo	29%	57%	14%	0%	0%	100%	86%	14%	0
3	Servicios públicos	14%	57%	15%	14%	0%	100%	71%	29%	0
Políticos										
1	Gestión gubernamental para el turismo	43%	29%	28%	0%	0%	100%	72%	28%	0
2	Coordinación público-privado	14%	57%	29%	0%	0%	100%	71%	29%	0
Producción y servicios										
1	Colta como destino turístico	57%	29%	14%	0%	0%	100%	86%	14%	0
2	Cantidad de turistas	0%	86%	14%	0%	0%	100%	86%	14%	0
3	Calidad en los productos y servicios de la ciudad	0%	71%	29%	0%	0%	100%	71%	29%	0

Culturales										
1	Cultura turística	0%	14%	72%	14%	0%	100%	14%	86%	1
2	Existencia de Multilingüismo	14%	14%	43%	29%	0%	100%	28%	72%	1
3	Actitud de servicio	0%	14%	57%	29%	0%	100%	14%	86%	1
4	Capacitación en competencias laborales turísticas	29%	14%	57%	0%	0%	100%	43%	57%	1
Infraestructura										
1	Recursos para infraestructura turística	0%	57%	29%	14%	0%	100%	57%	43%	0
2	Accesibilidad y facilidades turísticas	0%	15%	71%	14%	0%	100%	15%	85%	1
3	Vías de acceso en buen estado	14%	0%	57%	29%	0%	100%	14%	86%	1
4	Acceso a tecnologías de comunicación	14%	0%	57%	29%	0%	100%	14%	86%	1
Mercado										
1	Variedad de atractivos turísticos	0%	100%	0%	0%	0%	100%	100%	0%	0
2	Demanda turística	14%	57%	29%	0%	0%	100%	71%	29%	0
3	Estrategias de promoción	0%	100%	0%	0%	0%	100%	100%	0%	0
4	Marca y posicionamiento del cantón	0%	86%	14%	0%	0%	100%	86%	14%	0

Fuente: Encuestas aplicadas a empresarios turísticos del cantón Colta. Adaptado de (Álvarez, 2017), mencionado en López, Santos, & Bueno, 2004

A continuación se muestra un análisis de los resultados obtenidos por factores investigados

Tabla 17. Resultados del como fortaleza o debilidad para emprendimientos

N°	Factor	Resultado e interpretación
1	Administrativo	La percepción de los empresarios turísticos sobre variables claves como la seguridad turística, el fomento al turismo y los servicios públicos es mayoritariamente negativa, el hecho de que un alto porcentaje de entrevistados califique estas variables como "bajas" sugiere la existencia de importantes debilidades en el entorno que podrían afectar la apertura de empresas turísticas y beneficiar el cierre de las ya existentes. Es así como, la baja seguridad turística puede disuadir a los potenciales turistas y afectar la reputación del destino, mientras que el escaso fomento al turismo y los servicios públicos deficientes pueden limitar el desarrollo y la operación de negocios en el sector, lo antes dicho, resalta la necesidad de políticas y acciones dirigidas a mejorar estos aspectos del entorno turístico para promover un ambiente más propicio para el desarrollo y la sostenibilidad de los emprendimientos turísticos en el cantón Colta.
2	Político	Los resultados indican que existe una insatisfacción generalizada con el nivel de apoyo y colaboración proporcionado por las autoridades gubernamentales y la

		<p>coordinación entre el sector público y privado en el ámbito turístico, lo que puede tener importantes implicaciones en la toma de decisiones relacionadas con la apertura o cierre de emprendimientos turísticos del cantón.</p> <p>Una gestión gubernamental deficiente y una falta de coordinación pueden dificultar el desarrollo y la sostenibilidad de los negocios turísticos, al limitar el acceso a recursos, el apoyo institucional y las oportunidades de colaboración, con lo que se visualiza la necesidad de mejorar la gestión gubernamental y promover una mayor coordinación entre los actores públicos y privados para fortalecer el entorno turístico y facilitar la consolidación de los emprendimientos en el cantón Colta.</p>
3	Producción y servicios	<p>El 86% de los entrevistados considera que Colta como destino turístico es bajo, lo que deja ver que la ciudad no está bien posicionada como un atractivo turístico; este resultado se refuerza con el 86% de los encuestados que opinan que la cantidad de turistas es baja, lo que indica una falta de demanda o interés en visitar la zona. Además, el 71% de los entrevistados consideran baja la calidad en los productos y servicios de la ciudad, dejando claro la deficiencia en la oferta turística existente.</p> <p>Los anteriores resultados resaltan la necesidad de mejorar la promoción y el posicionamiento de Colta como destino turístico, así como de elevar los estándares de calidad en los productos y servicios ofrecidos para atraer y retener a más visitantes.</p>
4	Cultural	<p>La alta calificación otorgada a la cultura turística, la existencia de multilingüismo y la actitud de servicio denotan fortalezas en el entorno turístico, ya que contribuyen a mejorar la experiencia del visitante y pueden ser considerados como factores que favorezcan la apertura u operatividad de emprendimientos turísticos.</p> <p>Sin embargo, el hecho de que aproximadamente el 43% de los entrevistados no consideren la capacitación en competencias laborales turísticas como una fortaleza sugiere que aún hay margen para mejorar en este aspecto. La capacitación adecuada del personal es crucial para garantizar la calidad del servicio y la competitividad de las empresas turísticas a largo plazo; por lo tanto, sería recomendable enfocar esfuerzos en fortalecer este aspecto para maximizar el potencial del sector turístico en el cantón Colta.</p>
5	Infraestructura	<p>En primer lugar, es notable que una mayoría significativa de los entrevistados perciba la accesibilidad y facilidades turísticas como una fortaleza, con un 85% expresando una opinión positiva al respecto, esto sugiere que las condiciones para acceder y moverse dentro del cantón son adecuadas, lo que puede contribuir a atraer visitantes y facilitar el desarrollo de emprendimientos turísticos.</p> <p>Por otro lado, los recursos para infraestructura turística parecen ser percibidos como una debilidad, ya que el 57% de los encuestados los considera bajos, esto puede indicar una falta de desarrollo en términos de instalaciones y servicios turísticos, lo que podría limitar el potencial de crecimiento del cantón.</p> <p>Sin embargo, se observan aspectos positivos como las vías de acceso en buen estado y el acceso a tecnologías de comunicación, lo que sugiere un entorno favorable en estos aspectos clave para el desarrollo y la competitividad de las empresas turísticas en el cantón.</p>
6	Mercado	<p>Los resultados obtenidos muestran una situación preocupante en cuanto al factor mercado del entorno turístico del cantón Colta. La baja variedad de atractivos turísticos, la demanda turística, las estrategias de promoción y la marca y posicionamiento del cantón son señaladas como debilidades por la gran mayoría de los encuestados.</p> <p>Los anteriores resultados sugieren que el cantón enfrenta problemas importantes en términos de desarrollo y promoción de su oferta turística, la falta de diversidad de atractivos puede limitar la capacidad del cantón para atraer a diferentes tipos de turistas, mientras que una baja demanda turística y estrategias de promoción deficientes pueden impactar negativamente en la visibilidad y el atractivo del destino. Además, una marca y posicionamiento débiles pueden dificultar la diferenciación del cantón en el mercado turístico y la construcción de una identidad distintiva, por lo que se hace evidente acciones estratégicas y</p>

coordinadas para fortalecer el entorno turístico del cantón Colta y mejorar su competitividad en el mercado.

4.2.2. Prueba de hipótesis 2

H₂: Los factores del entorno turístico influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas

H₀: Los factores del entorno turístico no influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas

Tabla 18. Prueba de verificación de hipótesis 2

Valor de p y significancia estadística	
Test	Chi cuadrado
Chi cuadrado	16,70
Grados de libertad	5
Valor de p	0,0051
Significancia estadística (p< 0.05)?	Si

Nota: Cálculos obtenidos con el programa SPSS

Conclusión: Como el valor de p es 0,0051 es menor a 0,05 se acepta la hipótesis de investigación (H₂) y se rechaza la hipótesis nula (H₀). Es decir, los factores del entorno turístico influyen en la apertura y cierre de las empresas turísticas.

4.3. Fase 3. Planificación gubernamental

Análisis de la planificación de los organismos gubernamentales relacionados al turismo (análisis cualitativo)

Se ha considerado como actores gubernamentales en cargados del turismo a: Ministerio de Turismo, MINTUR; Honorable Consejo Provincial de Chimborazo, HCPCH; Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Colta, GAD Colta. La tabla siguiente muestra los resultados obtenidos de la entrevista aplicada a las personas encargadas del turismo en cada una de las instituciones mencionadas

Tabla 19. Resultados de la planificación gubernamental

Nº	Ítems	Resultado e interpretación
1	¿Cuáles son los principales tipos de emprendimientos turísticos del cantón Colta?	La diversidad de estos emprendimientos es un indicador positivo para el éxito del turismo en el cantón Colta, esta variedad ofrece a los visitantes opciones en términos de alojamiento, actividades turísticas y experiencias gastronómicas, lo que contribuye a un atractivo más amplio para los turistas, brindando la oportunidad de mejorar la experiencia turística y satisfacer las diferentes preferencias de los visitantes. Si bien existe una diversidad se podrían incluir otros tipos de emprendimientos que permitan fortalecer aun más el turismo en el cantón,

		por ejemplo: guías turísticos locales, ecoturismo, centros de interpretación cultural, que proporcionen información sobre la cultura, historia y atracciones específicas del cantón, de tal manera que se potencialice el sector turístico.
2	¿Cuántas empresas turísticas están actualmente operativas en el Cantón Colta?	Según el MINTUR son 5, el HCPCH indica que son 6 y según el GAD Colta es 1 las empresas que se encuentran operativas en Colta, lo que deja ver una no coincidencia sobre el conocimiento del número de empresas operativas en el cantón Colta, es probable que las instituciones manejen definiciones diferentes de lo que es una empresa turística y que la comunicación pudiera ser limitada entre las instituciones que este llevando a manejar datos diferentes sobre el tema abordado.
3	¿Cuántas empresas turísticas están actualmente registradas en el Ministerio de Turismo?	Los resultados indican que según el MINTUR son 5 las empresas que se encuentran registradas en el MINTUR, pero se muestra algo preocupante, el GAD Colta, no conoce sobre las empresas registradas en el Ministerio de Turismo, si bien no es el órgano gubernamental que regenta el tema del turismo, a través de la normativa legal si tiene facultades sobre el quehacer turístico del sector de influencia geográfico. El trabajo en conjunto de MINTUR y GAD Colta debería estar de la mano y trabajar en equipo para potenciar el turismo en el sector.
4	¿En qué año se abrieron la mayor cantidad las empresas turísticas en el Cantón Colta?	La pandemia ocasionada por el COVID-19, sumergió al mundo en un paralización total de actividades, el sector turístico no fue la excepción, tal como lo indica el MINTUR, el año 2022 es el tiempo en el cual las empresas empiezan la apertura nuevamente de los emprendimientos turísticos, en concordancia con la economía mundial, esta información debería ser conocida por el GAD Colta, pero los resultados indican que el HCPCH y el GAD Colta, desconocen estos datos.
5	¿En qué año se cerraron la mayor cantidad las empresas turísticas en el Cantón Colta?	Según el HCPCH el año donde se cerraron la mayor cantidad de empresas fue el 2020, pero la falta de respuestas por parte del Ministerio de Turismo (MINTUR) y el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Colta (GAD Colta) en relación con el año de mayor cierre de empresas turísticas en la encuesta plantea preocupaciones sobre la efectividad de la coordinación y comunicación en el ámbito turístico, los anteriores son aspectos importantes para impulsar el desarrollo turístico sostenible en el Cantón Colta.
6	¿Cuál es el porcentaje de crecimiento de empresas turísticas del cantón Colta en los últimos 5 años?	La discrepancia significativa entre la respuesta del MINTUR, que indica un crecimiento del 10%, y la falta de conocimiento de las entidades locales genera incertidumbre sobre la precisión de las cifras proporcionadas por los organismos gubernamentales, sus métodos de evaluación y su conexión con la realidad local. Esta discrepancia plantea la necesidad de mejorar la coordinación entre las instituciones y fortalecer los mecanismos de recolección de datos para obtener una visión más precisa del desarrollo turístico en el Cantón Colta.
7	¿Cuál es el porcentaje de disminución de empresas turísticas del cantón Colta en los últimos 5 años?	Los resultados indican una falta de conocimiento sobre el porcentaje de disminución de empresas turísticas en el Cantón Colta por parte de las tres instituciones, lo que plantea inquietudes sobre la capacidad de monitoreo y evaluación del sector turístico a nivel local, dejando ver posibles limitaciones en la recopilación y análisis de información por parte de las instituciones encuestadas sobre la situación del fenómeno turístico, lo que puede afectar negativamente la toma de decisiones estratégicas para el desarrollo turístico y al mismo tiempo podría indicar la necesidad de implementar mecanismos más efectivos para evaluar el estado del sector turístico, mejorar la coordinación entre entidades gubernamentales y fortalecer la capacidad de recolección de datos para garantizar una gestión turística más informada y efectiva del cantón Colta.
8	¿Cuáles son los factores clave para la apertura de emprendimientos turísticos en el cantón Colta en los últimos 5 años?	Los resultados muestran una diversidad en las respuestas proporcionadas por las diferentes instituciones encuestadas, lo que refleja diferentes perspectivas sobre los factores clave para la apertura de emprendimientos turísticos en el cantón Colta. El MINTUR destaca la importancia de los recursos económicos para el establecimiento de nuevos negocios, por su parte el HCPCH resalta la infraestructura y las características geográficas,

		<p>a su vez el GAD Colta se enfoca hacia la colaboración y el involucramiento comunitario.</p> <p>Esta diversidad de respuestas deja ver que la apertura de emprendimientos turísticos en el Cantón Colta es influenciada por una combinación de factores financieros, geográficos, infraestructurales y comunitarios, que se convierten en claves para fomentar el desarrollo turístico sostenible en la región.</p>
9	<p>¿Cuáles son los factores clave para el cierre de emprendimientos turísticos en el cantón Colta en los últimos 5 años</p>	<p>Los resultados muestran una convergencia en la identificación del COVID-19 y la crisis económica como causas fundamentales para el cierre de los emprendimientos turísticos, la falta de demanda y usuarios, junto con problemas económicos, reflejan los múltiples desafíos que enfrentan los emprendimientos en el Cantón Colta. Lo que resaltan la necesidad de estrategias de recuperación que aborden tanto los desafíos específicos de la demanda y la seguridad como las preocupaciones económicas generales, así como la importancia de implementar medidas resilientes para enfrentar crisis futuras y fomentar la sostenibilidad en el sector turístico local.</p>
10	<p>¿Conoce sobre programas de financiamiento gubernamental o privado enfocado al apoyo del sector turístico?</p>	<p>El MINTUR identifica programas gubernamentales como el Banco de Desarrollo del Ecuador (BDE) y Banca para el Desarrollo Productivo Rural y Urbano (BanEcuador), destacando el apoyo financiero a través de instituciones estatales. En contraste, el HCPCH proporciona respuestas que no se alinean directamente con la pregunta, mencionando eventos culturales por carnaval y el desarrollo de ferias turísticas, lo cual no responde claramente a la existencia de programas de financiamiento. Por su parte, el GAD Colta indica no tener conocimiento sobre estos programas.</p> <p>La falta de conocimiento por parte del GAD Colta resalta posibles limitaciones en la información accesible sobre oportunidades de financiamiento para el sector turístico en el Cantón Colta, lo que sugiere la importancia de mejorar la difusión de información y la coordinación entre las entidades gubernamentales a nivel local para asegurar que los actores del sector turístico estén plenamente informados sobre oportunidades de financiamiento disponibles.</p>
11	<p>Considerando las competencias que tiene la institución a la que usted pertenece. ¿Se ha brindado capacitación sobre el funcionamiento de las empresas turísticas?</p>	<p>El MINTUR destaca la importancia de la capacitación, mientras que el HCPCH subraya la colaboración con las carreras de Turismo de instituciones educativas para proporcionar conocimientos actualizados. El GAD de Colta menciona ferias de emprendimiento que atraen a emprendedores locales, lo que sugiere una iniciativa para fortalecer las capacidades empresariales en el cantón.</p> <p>La consistencia en las respuestas indica un reconocimiento general de la necesidad de capacitación continua para impulsar el desarrollo y la eficiencia en el sector turístico; sin embargo, es esencial destacar que, a pesar de las capacitaciones, la efectividad de estas iniciativas podría beneficiarse de una evaluación constante para asegurar que aborden las necesidades específicas de los emprendedores turísticos en el Cantón Colta.</p>
12	<p>Considerando las competencias que tiene la institución a la que usted pertenece. ¿Cómo puede esta institución, apoyar a las empresas turísticas?, mencione todas las formas que considere más importante</p>	<p>Las respuestas de MINTUR, HCPCH y el GAD de Colta revelan un consenso general en cuanto a las formas de apoyo que las instituciones pueden ofrecer a las empresas turísticas en el Cantón Colta, aunque hay algunas diferencias notables; la capacitación es identificada como una herramienta clave por todas las entidades, resaltando la importancia de fortalecer las habilidades y conocimientos de los emprendedores en el sector turístico.</p> <p>Estos resultados dejan ver un conjunto de respuestas que reflejan una comprensión compartida de la diversidad de necesidades y desafíos que enfrentan las empresas turísticas, mientras que todas reconocen la importancia de la capacitación, cada institución agrega elementos específicos que reflejan sus competencias y enfoques particulares. La colaboración entre estas instituciones podría generar un apoyo más integral y efectivo para el desarrollo sostenible del turismo en el Cantón Colta.</p>
13	<p>Desde su experiencia, formación y función. ¿Qué recomendaciones le</p>	<p>Las recomendaciones proporcionadas por el MINTUR destaca la importancia del análisis de la línea base del territorio, la determinación de experiencias turísticas y el análisis financiero, estas recomendaciones</p>

<p>daría a un empresario que está considerando abrir una empresa turística? Describa todas las que considere importantes</p>	<p>sugieren un enfoque estratégico que considera tanto el entorno geográfico como los aspectos financieros del negocio.</p> <p>Por su parte el HCPCH enfatiza la realización de estudios de prefactibilidad, la revisión de la normativa turística, la tramitación de la legalización de las actividades y la generación de actividades complementarias, estas recomendaciones dejan ver la necesidad de una planificación sólida, el cumplimiento normativo y la diversificación de la oferta turística para fortalecer la competitividad del negocio.</p> <p>A su vez el GAD de Colta sugiere el análisis del entorno y de los beneficiarios, así como la importancia de ser innovador, estas recomendaciones resaltan la relevancia de comprender el contexto local y adaptarse de manera innovadora para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado turístico.</p> <p>En general se sugiere que se considere factores geográficos, financieros, normativos y sociales para asegurar el éxito y la sostenibilidad de las empresas turísticas en el Cantón Colta.</p>
<p>14 Desde su experiencia, formación y función. ¿Qué recomendaciones le daría a un empresario que está considerando cerrar una empresa turística? Describa todas las que considere importantes</p>	<p>El MINTUR sugiere reformular la oferta, realizar un análisis de precios y evaluar la calidad del servicio, destacando la importancia de adaptarse a las demandas cambiantes del mercado y mejorar la competitividad. Las recomendaciones del HCPCH apuntan a la gestión financiera y a la diversificación de la oferta turística como estrategias para superar dificultades. El GAD de Colta sugiere la consideración tanto de aspectos legales como de exploración de nuevas oportunidades para mantener operativa la empresa.</p> <p>Si bien las recomendaciones reflejan una orientación preventiva hacia la toma de decisiones, destacando la importancia de la adaptabilidad, la gestión financiera y la exploración de opciones alternativas, también se podría incluir el marketing digital, las alianzas estratégicas, entre otras, como recomendaciones a aplicar antes de cerrar definitivamente los emprendimientos turísticos.</p>

Considerando las respuestas anteriores se analiza si el Ministerio de Turismo (MINTUR), Honorable Consejo Provincial de Chimborazo (HCPCH), Municipalidad de Colta (GAD Colta) se encuentran involucrados o no con la dinámica turística del cantón Colta. El MINTUR es la entidad más involucrada en el conocimiento y apoyo del sector turístico del cantón, destacándose en áreas como la identificación de emprendimientos, registro de empresas, y conocimiento sobre el crecimiento empresarial. HCPCH también muestra participación relevante, aunque menos integral que MINTUR, especialmente en el conocimiento sobre cierres de empresas. GAD Colta, por su parte, tiene lagunas significativas en aspectos cruciales como el monitoreo de empresas operativas y registradas, así como en programas de financiamiento. Sin embargo, todas las entidades están involucradas en la capacitación y el apoyo general a las empresas turísticas, y comparten conocimiento sobre factores de apertura y cierre de emprendimientos. La falta de monitoreo sobre la disminución de empresas y la orientación sobre procesos de cierre por parte de HCPCH y GAD Colta señala áreas de mejora. Para una gestión más efectiva y un desarrollo turístico sostenible, es importante que todas las entidades colaboren y

compartan información crítica, garantizando un apoyo integral y coherente a las empresas turísticas del cantón.

4.3.1 Prueba de Hipótesis 3

H₃: Los factores de la planificación influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas.

H₀: Los factores de la planificación no influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas.

Tabla 20. Prueba de verificación de hipótesis 3

Valor de p y significancia estadística	
Test	Chi cuadrado
Chi cuadrado	23,01
Grados de libertad	14
Valor de p	0,0601
Significancia estadística (p < 0.05)?	No

Nota: Cálculos obtenidos con el programa SPSS

Conclusión: Como el valor de p es 0,0601 es mayor a 0,05 se acepta la hipótesis nula (H₀) y se rechaza la hipótesis de investigación (H₃). Es decir, los factores de la planificación no influyen en la apertura y cierre de empresas turísticas. Por lo que es vital que los organismos gubernamentales turísticos participen en los procesos de apertura o cierre de empresas turísticas para garantizar la calidad, seguridad y sostenibilidad del sector. Su intervención ayuda a mantener estándares, proteger a los consumidores y promover un desarrollo turístico equitativo y responsable.

4.4. Fase 4. Análisis del nivel de satisfacción del turista

Analizar la satisfacción del turista es importante para el éxito a corto y largo plazo del del sector turístico del cantón Colta. En este caso el nivel de satisfacción de los turistas que llegaron al cantón durante el mes de febrero se midió con el cuestionario que consta en el Anexo5 y cuyos resultados se exponen a continuación.

Tabla 21. Resultado del nivel de satisfacción del turista

Nº	Ítems	Resultado e interpretación
1	Edad y género	El 60% de los turistas del cantón Colta son hombres entre 25 y 60 años de edad. Las mujeres que corresponden al 40% tienen edades entre 28 y 65 años de edad. Lo que indica que en su mayoría son hombres jóvenes que visitan Colta.
2	Nivel de educación	El 60% de los visitantes tiene el nivel bachillerato aprobado, el 35% tiene un nivel de educación universitaria y el 5% tiene aprobada la educación primaria. Lo que deja ver una afluencia de visitantes con buena formación académica.

3	País de procedencia	El 85% de los visitantes son Ecuatorianos, el 10% son de estados Unidos y el 5% son Venezolanos. Esto indica que Colta es un destino principalmente nacional, con una presencia minoritaria de turistas internacionales.
4	¿Cuál fue el motivo de su visita a Colta?	El 90% de los turistas visitan el cantón por las atracciones turísticas como la laguna, cascada y la iglesia de Barbanera. La mención de solo tres lugares como motivo de visita a Colta deja ver la importancia de estos sitios y su atractivo para los turistas, pero también indica la necesidad de diversificación, promoción y gestión del turismo en el cantón.
5	¿Qué tipos de servicios utilizó en el cantón?	El 20% de los turistas utilizó el alojamiento del cantón, el 70% utilizó el servicio de restaurantes y el 10% utilizó el servicio de transporte. Por lo que la oferta gastronómica es más popular para los visitantes.
6	¿Cómo se enteró del cantón Colta?	El 100% de los turistas se entero del cantón Colta por recomendaciones de amigos o familiares.
7	¿Cree usted que se deben mejorar los servicios turísticos del cantón Colta?	El 100% de los turistas indica que si se debe mejorar los servicios turísticos del cantón Colta. Este resultado dide de la importancia de la experiencia positiva y la satisfacción del turista para promover el cantón.
8	¿Recomendaría a otros turistas que visiten el cantón Colta?	El 15% de los turistas definitivamente si recomendaría a otros turistas el cantón Colta, el 70% probablemente lo haria y el 15% probablemente no lo haría. Estos valores dejan ver que es necesario mejorar las experiencias turísticas de los visitantes del cantón.

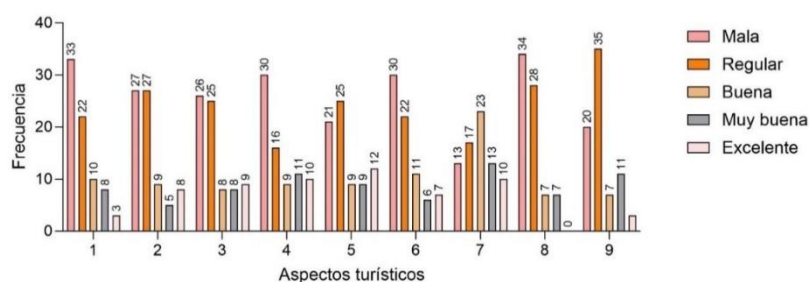
Para recoger el nivel de satisfacción del turista se utilizó una encuesta con diferentes aspectos turísticos con escala de medida de Likert. La tabla 22 muestra los datos obtenidos durante el mes de febrero de 2024.

Tabla 22. Datos sobre el nivel de satisfacción del turista

Nro.	Aspectos turísticos	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Muy buena 4	Excelente 5
1	Infraestructura y Ambiente	33	22	10	8	3
2	Servicio al cliente	27	27	9	5	8
3	Calidad de los servicios	26	25	8	8	9
4	Variedad de actividades	30	16	9	11	10
5	Limpieza y mantenimiento	21	25	9	9	12
6	Seguridad	30	22	11	6	7
7	Experiencia gastronómica	13	17	23	13	10
8	Accesibilidad y transporte	34	28	7	7	0
9	Costo de servicios	20	35	7	11	3

Fuente: Encuestas aplicadas a empresarios turísticos del cantón Colta

Figura 5. Datos sobre el nivel de satisfacción del turista



Las opciones Mala (1) y Regular (2) se sumaron en una sola columna. Las opciones Buena (3), Muy Buena (4) y Excelente (5) se sumaron en otra columna. Para determinar si cada aspecto turístico corresponde al grado de satisfacción o insatisfacción se utilizó el criterio de probabilidad mayor o igual a 0,50 para calificarlo como Satisfecho (S) o insatisfecho (I), de esta manera se obtiene una variable dependiente dicotómica.

Tabla 23. Probabilidad de satisfacción o insatisfacción

Nro.	Aspectos turísticos	Insatisfacción 1+2	Insatisfacción (I) Probabilidad	Satisfacción 3+4+5	Satisfacción (S) Probabilidad
1	Infraestructura y Ambiente	55	0,72	21	0,28
2	Servicio al cliente	54	0,71	22	0,29
3	Calidad de los servicios	51	0,67	25	0,33
4	Variedad de actividades	46	0,61	30	0,39
5	Limpieza y mantenimiento	46	0,61	30	0,39
6	Seguridad	52	0,68	24	0,32
7	Experiencia gastronómica	30	0,39	46	0,61
8	Accesibilidad y transporte	62	0,82	14	0,18
9	Costo de servicios	55	0,72	21	0,28

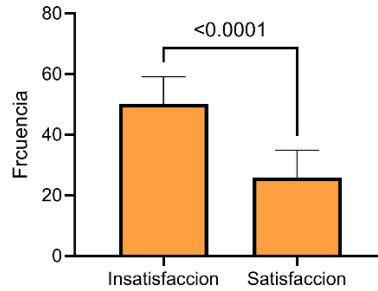
Los datos de la tabla 23 fueron sometidos a un análisis estadístico del Chi cuadrado, cuyos valores se muestran en la tabla 24 y figura 6.

Tabla 24. Valor de p y significancia estadística

Test	Chi-square
Chi-square, df	37,90, 8
P value	<0.0001
One- or two-sided	NA
Statistically significant (P < 0.05)?	Yes
Number of rows	9
Number of columns	2

Nota: Cálculos obtenidos con el programa SPSS

Figura 6. Valor de p y significancia estadística



Como el valor de p es < 0.0001 , esto significa que la probabilidad de que las diferencias observadas sean debidas al azar es extremadamente baja.

En función de las pruebas realizadas a las hipótesis, se declara que los factores personales del emprendedor, los factores del entorno turístico y el nivel de satisfacción del turista, si influyen en la apertura y cierre de las empresas turísticas del cantón Colta, mientras que los factores gubernamentales de los organismos relacionados con el turismo en el cantón no influyen en la apertura y cierre de los emprendimientos.

Los resultados de la investigación proporcionan un panorama general de varios aspectos relacionados con las empresas turísticas en el Cantón Colta. A continuación, se discuten los hallazgos principales en relación con el contexto y las implicaciones para el sector turístico.

Aunque el número de empresas dedicadas al hospedaje en el cantón no es alto, si representan su mayor fortaleza. Dot Jugla et al (2022) en su investigación encontro que el incremento del turismo esta relacionado con la calidad de los establecimeintos rurales. Los datos muestran que los empresarios turísticos en la región enfrentan problemas que limitan su progreso. Cruz y Velásquez (2020) hacen referencia a la importancia del rol gubernamental en el desarrollo de las empresas turísticas, el involucramiento total de las instancia gubernamentales relacionadas con el turismo han fortalecido el sector y ha traído beneficios a la zona de influencia turística. Pese a esta importancia, los empresarios turísticos perciben una falta de apoyo efectivo por parte del gobierno central. Esto indica la necesidad de que las autoridades locales y nacionales colaboren más estrechamente con el sector privado para desarrollar estrategias de promoción más alineadas con las necesidades del turismo en el cantón.

Las pruebas de hipótesis revelaron que los factores personales del emprendedor, los factores del entorno turístico y el nivel de satisfacción del turista influyen significativamente en la apertura y cierre de empresas turísticas. Los factores personales

del emprendedor, como su formación, experiencia y habilidades, junto con los factores del entorno, como la educación, programas de desarrollo, y apoyo al emprendimiento, influyen significativamente en la apertura y cierre de negocios turísticos. Por el contrario, los factores de planificación no mostraron una influencia significativa. Esto sugiere que, si bien la planificación es importante, los factores individuales y contextuales son más determinantes.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La investigación confirma que los factores personales del emprendedor tienen un impacto significativo en la apertura y cierre de empresas turísticas, lo que resalta la importancia de fomentar habilidades empresariales y de gestión en el sector turístico.
- Los resultados respaldan la influencia positiva del entorno turístico en la dinámica empresarial, subrayando la necesidad de políticas y estrategias que promuevan un ambiente propicio para el desarrollo y crecimiento de las empresas turísticas en el cantón Colta.
- Aunque no se encontró evidencia estadística significativa para respaldar la influencia de la planificación en la apertura y cierre de empresas turísticas, esta área sigue siendo crucial para el éxito de las empresas turísticas y se constituye en una oportunidad para futuras investigaciones.
- Es importante destacar la importancia de la intervención de los organismos gubernamentales turísticos en los procesos de apertura y cierre de empresas, enfocándose en garantizar la calidad, seguridad y sostenibilidad del sector, lo que deja ver la necesidad de colaboración entre el sector privado y público para impulsar un desarrollo turístico equitativo y responsable en el cantón Colta.
- Los resultados del nivel de satisfacción de los turistas sugieren que el cantón Colta tiene un potencial turístico considerable, especialmente entre los ecuatorianos y con un perfil educativo medio-alto. Sin embargo, hay áreas críticas que requieren atención, como la diversificación de atracciones, mejora en los servicios ofrecidos y una fuerte estrategia de promoción turística. La unanimidad en la percepción de que los servicios deben mejorar indica una oportunidad clara para incrementar la satisfacción del turista y fortalecer la reputación de Colta como destino turístico.

5.2 Recomendaciones

- Al Ministerio de Turismo, Honorobale Consejo provincial y Gobierno Autónomo Descentralizado Colta, implementar programas de formación continua en habilidades empresariales y de gestión dirigidos a los emprendedores turísticos. Estos programas deben incluir temas como liderazgo, finanzas, marketing digital y sostenibilidad, con el fin de fortalecer la capacidad de los emprendedores para gestionar y hacer crecer sus negocios de manera efectiva.
- Al Ministerio de Turismo, Honorobale Consejo provincial y Gobierno Autónomo Descentralizado Colta, diseñar y ejecutar políticas que mejoren la infraestructura turística, como el desarrollo de mejores accesos, señalización, y servicios básicos. Además, crear incentivos fiscales y financieros para nuevas empresas turísticas y fomentar la colaboración entre entidades públicas y privadas para crear un ambiente favorable para el desarrollo empresarial en el cantón Colta.
- Al Ministerio de Turismo, Honorobale Consejo provincial y Gobierno Autónomo Descentralizado Colta, promover la planificación estratégica entre los emprendedores turísticos. Organizar talleres y asesorías específicas sobre la importancia de la planificación empresarial a corto y largo plazo, abordando aspectos como estudios de mercado, análisis de competencia y desarrollo de planes de negocio sólidos..
- Al Ministerio de Turismo, Honorobale Consejo provincial y Gobierno Autónomo Descentralizado Colta, fomentar una colaboración más estrecha entre los organismos gubernamentales y el sector privado mediante la creación de comités de trabajo conjuntos. Estos comités deben enfocarse en garantizar la calidad, seguridad y sostenibilidad del turismo, desarrollando normas y prácticas que beneficien a todos los actores involucrados y promuevan un desarrollo turístico equitativo y responsable en el cantón Colta.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

1. Tema

Plan de capacitación en competencias empresariales y de gestión para el desarrollo sostenible del turismo en el cantón Colta.

2. Justificación de la propuesta

El plan de capacitación para empresarios turísticos del cantón Colta responde a la necesidad identificada en la investigación de fortalecer las habilidades empresariales y de gestión en el sector turístico local. Los resultados confirman la influencia significativa de los factores personales del emprendedor y el entorno turístico en la dinámica empresarial, subrayando la importancia de fomentar competencias multidisciplinarias para el éxito de los emprendimientos.

La investigación sobre los factores de apertura y cierre de emprendimientos turísticos en el cantón Colta, deja ver la relevancia de la intervención de los organismos gubernamentales y la colaboración entre el sector público y privado para garantizar un desarrollo turístico equitativo y responsable; por lo tanto, el programa propuesto busca abordar estas necesidades mediante la implementación de capacitaciones específicas en áreas como planificación estratégica, gestión financiera, marketing turístico y principios de turismo sostenible y responsabilidad social, lo que contribuirá a mejorar la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos turísticos en el cantón Colta, promoviendo así un desarrollo económico y social más equitativo y sostenible en la región.

3. Objetivo de la propuesta

3.1. Objetivos General

Diseñar un programa de capacitación en competencias empresariales y de gestión dirigido a los actores del sector turístico en el cantón Colta, con el fin de fortalecer sus habilidades y capacidades para promover el desarrollo sostenible del turismo en la región

3.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de las necesidades de capacitación en competencias empresariales y de gestión entre los empresarios y actores del sector turístico del Cantón Colta.

- Diseñar un plan de capacitación adaptado a las necesidades identificadas, que abarque áreas clave como planificación estratégica, gestión financiera, marketing turístico, atención al cliente, y desarrollo sostenible, incorporando metodologías participativas y herramientas innovadoras.

4. Diagnóstico de las necesidades de capacitación en competencias empresariales y de gestión

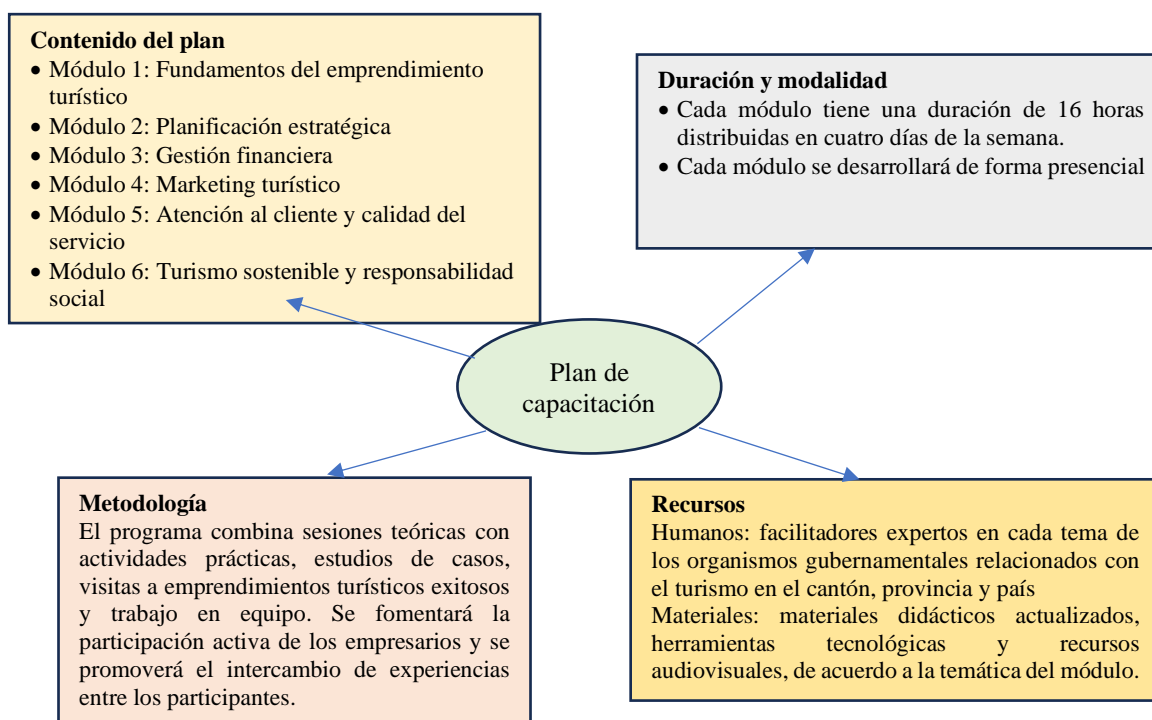
Basándose en los resultados obtenidos de la investigación sobre las empresas turísticas en el Cantón Colta, se identifican varias áreas clave que requieren atención en términos de capacitación en competencias empresariales y de gestión. Es evidente que muchos empresarios muestran una comprensión limitada de los fundamentos del emprendimiento turístico, lo que indica la necesidad de fortalecer su conocimiento en esta área para mejorar la planificación estratégica y la evaluación financiera de sus negocios.

Además, la dificultad en el acceso al financiamiento y la insatisfacción con las estrategias de promoción turística resaltan la importancia de la capacitación en marketing y gestión financiera para desarrollar habilidades en la identificación de oportunidades de financiamiento y en la promoción efectiva de sus empresas. También es crucial mejorar las habilidades en atención al cliente y calidad del servicio para diferenciarse en un mercado competitivo y garantizar experiencias positivas para los visitantes.

Por lo que, la necesidad de adoptar prácticas sostenibles y responsables destaca la importancia de la capacitación en turismo sostenible y responsabilidad social, lo que ayudaría a los empresarios a promover la conservación ambiental y el desarrollo comunitario en la región. La capacitación en estas áreas es fundamental para fortalecer las competencias empresariales y de gestión de los empresarios turísticos en el Cantón Colta, contribuyendo así al crecimiento y la sostenibilidad del sector turístico local.

5. Estructura del plan de capacitación

Figura 7. Estructura del plan de capacitación



6. Plan de capacitación

El plan de capacitación está formado de seis módulos: Fundamentos del Emprendimiento Turístico, Planificación Estratégica, Gestión Financiera, Marketing Turístico, Atención al cliente y calidad del servicio, y Turismo Sostenible y Responsabilidad Social. Esta formación integral fortalece las competencias empresariales, fomenta la innovación y mejora la gestión financiera, permitiendo a los emprendedores optimizar sus recursos y estrategias, promoviendo un enfoque sostenible y responsable, alineado con las demandas actuales del turismo, y asegura una atención al cliente de alta calidad, mejorando la experiencia del visitante y contribuyendo al desarrollo sostenible y competitivo de las empresas turísticas.

Módulo 1

Fundamentos del Emprendimiento Turístico

Objetivo del módulo:	Metodología:
<ul style="list-style-type: none">• Brindar a los participantes los conocimientos básicos sobre el emprendimiento turístico y su importancia para el desarrollo económico del cantón Colta• Proporcionar herramientas para identificar oportunidades de negocio y establecer una visión y misión clara para sus emprendimientos turísticos en el cantón Colta.	<ul style="list-style-type: none">• El módulo combinará sesiones teóricas con ejercicios prácticos y dinámicas de grupo.• Se realizarán estudios de casos basados en experiencias reales de emprendedores turísticos exitosos en el Cantón Colta.• Se fomentará la participación activa de los participantes y se promoverá el trabajo en equipo para el desarrollo de la visión y misión de sus emprendimientos.

Contenido:

A. Introducción al Emprendimiento Turístico

- Definición y conceptos básicos de emprendimiento turístico.
- Importancia del emprendimiento turístico para el desarrollo local y regional.
- Impacto socioeconómico del turismo en el Cantón Colta.

B. Identificación de Oportunidades de Negocio

- Análisis del mercado turístico del Cantón Colta: demanda, oferta y tendencias.
- Identificación de nichos de mercado y segmentación de clientes.
- Evaluación de la viabilidad y potencial de negocio en el sector turístico local.

C. Desarrollo de la Visión y Misión del Emprendimiento Turístico

- Definición de visión: establecimiento de metas y objetivos a largo plazo para el emprendimiento.
- Formulación de la misión: identificación del propósito y los valores fundamentales del emprendimiento turístico.

Importancia de una visión y misión claras en la planificación estratégica y la toma de decisiones.

Recursos materiales y humanos:

- Presentaciones audiovisuales
- Materiales didácticos impresos
- Recursos tecnológicos para facilitar el aprendizaje
- Facilitador especializados en emprendimiento turístico.
- Al final del módulo, los participantes deberán presentar su misión y visión empresarial

Evaluación del módulo: Construir la misión y visión empresarial

Directrices para Construir la Misión

La misión de una empresa turística debe reflejar su propósito fundamental y su razón de ser. Aquí se presentan las directrices para construirla:

Propósito Principal:

Define claramente el propósito principal de la empresa. Pregunta: ¿Por qué existe nuestra empresa turística?

Servicios Ofrecidos:

Especifica los servicios principales que ofrece la empresa. Pregunta: ¿Qué tipos de servicios turísticos brindamos a nuestros clientes?

Mercado y Clientes:

Identifica a los clientes y el mercado objetivo. Pregunta: ¿A quiénes servimos con nuestros servicios turísticos?

Valores y Principios:

Incluye los valores y principios que guían las operaciones diarias. Pregunta: ¿Qué valores son importantes para nosotros y cómo influyen en nuestra forma de operar?

Directrices para Construir la Visión

La visión debe proyectar un futuro ideal y aspiracional para la empresa, indicando hacia dónde se dirige y qué quiere lograr a largo plazo. Aquí se presentan las directrices para construirla:

Futuro Aspiracional:

Describe la meta a largo plazo de la empresa. Pregunta: ¿Cómo queremos que sea nuestra empresa en el futuro?

Impacto y Reconocimiento:

Visualiza el impacto que la empresa tendrá en el sector turístico y en la comunidad. Pregunta: ¿Qué nivel de reconocimiento y éxito aspiramos a alcanzar?

Innovación y Crecimiento:

Considera la innovación y el crecimiento continuo. Pregunta: ¿Qué innovaciones y mejoras planeamos implementar para crecer y mejorar constantemente?

Sostenibilidad y Responsabilidad:

Incluye un compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Pregunta: ¿Cómo

<p>Impacto y Contribución: Describe el impacto que la empresa quiere tener en la comunidad y el entorno. Pregunta: ¿Cómo queremos contribuir al desarrollo local y al bienestar de nuestros visitantes?</p>	<p>incorporaremos la sostenibilidad y la responsabilidad social en nuestras operaciones futuras?</p> <p>Inspiración y Motivación: Asegúrate de que la visión inspire y motive a los empleados y partes interesadas. Pregunta: ¿Cómo nuestra visión puede inspirar y motivar a nuestro equipo y a nuestros socios?</p>
--	--

Módulo 2

Planificación Estratégica

<p>Objetivo del módulo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los empresarios turísticos del cantón Colta en el diseño de estrategias efectivas para el desarrollo y gestión exitosa de sus emprendimientos turísticos. 	<p>Metodología:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sesiones teóricas con enfoque participativo y dinámico. • Análisis de casos prácticos y ejemplos relevantes del sector turístico. • Trabajo en grupo para desarrollar planes estratégicos y de acción. • Utilización de herramientas y técnicas de análisis estratégico.
--	--

<p>Contenido:</p> <p>A. Análisis del entorno turístico local y regional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los principales actores y competidores en el sector turístico del Cantón Colta. • Evaluación de las tendencias y oportunidades de mercado en el ámbito turístico a nivel local y regional. • Análisis de los factores externos que pueden impactar en la operación y desarrollo de los emprendimientos turísticos. <p>B. Definición de objetivos estratégicos y elaboración de planes de acción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de metas claras y alcanzables para el crecimiento y desarrollo del negocio turístico. • Diseño de estrategias y acciones concretas para alcanzar los objetivos establecidos. • Desarrollo de un plan de acción detallado que incluya actividades, responsables y plazos de ejecución. <p>C. Gestión del riesgo y contingencias en el emprendimiento turístico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los riesgos potenciales asociados a la operación de un negocio turístico. • Implementación de medidas preventivas para mitigar los riesgos identificados. • Elaboración de planes de contingencia para responder de manera efectiva ante situaciones adversas o crisis inesperadas.

<p>Recursos materiales y humanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Material didáctico (presentaciones, casos de estudio, ejercicios). • Acceso a datos y estadísticas relevantes sobre el sector turístico local y regional. <p>Facilitadores con experiencia en planificación estratégica y gestión empresarial.</p>
--

<p>Evaluación del módulo: Desarrollo de un plan estratégico y de acción para un emprendimiento turístico</p> <p>Instrucciones:</p> <p>Análisis del Entorno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar y describir tres actores principales y dos competidores en el sector turístico del Cantón Colta. • Evaluar dos tendencias actuales y una oportunidad de mercado en el ámbito turístico local. <p>Definición de Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer dos metas claras y alcanzables para el próximo año para su negocio turístico. • Diseñar una estrategia concreta para alcanzar cada una de las metas establecidas. <p>Plan de Acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un plan de acción detallado que incluya al menos tres actividades principales, asignando responsables y estableciendo plazos de ejecución para cada una. <p>Gestión del Riesgo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar dos riesgos potenciales para su negocio turístico. • Proponer una medida preventiva para cada riesgo identificado.
--

-
- Elaborar un plan de contingencia básico para una situación adversa específica.

Entrega:

- La tarea deberá ser presentada en un documento escrito de no más de 5 páginas, utilizando los formatos y plantillas proporcionados durante las sesiones de capacitación.
-

Módulo 3

Gestión Financiera

Objetivo del módulo:	Metodología:
<ul style="list-style-type: none">• Capacitar a los empresarios turísticos del cantón Colta en los fundamentos de contabilidad y finanzas.• Capacitar a los empresarios del cantón Colta en la elaboración de presupuestos, proyecciones financieras y la identificación de fuentes de financiamiento para sus emprendimientos.	<ul style="list-style-type: none">• Sesiones teóricas y prácticas, con la utilización de ejemplos específicos del sector turístico.• Se fomentará la participación activa de los participantes a través de ejercicios prácticos, estudios de caso y debates.• Se proporcionarán herramientas y recursos para la elaboración de presupuestos y proyecciones financieras, así como para la búsqueda y selección de fuentes de financiamiento adecuadas.

Contenido:

A. Fundamentos de contabilidad y finanzas

- Introducción a los conceptos básicos de contabilidad y finanzas.
- Principales estados financieros y su importancia para la gestión empresarial.
- Interpretación de balances y estados de resultados.

B. Elaboración de presupuestos y proyecciones financieras

- Definición y objetivos de un presupuesto empresarial.
- Métodos para la elaboración de presupuestos de ingresos y gastos.
- Importancia de las proyecciones financieras en la planificación estratégica del negocio.

C. Fuentes de financiamiento para emprendimientos turísticos

- Tipos de financiamiento disponibles para emprendimientos turísticos en el Cantón Colta.
- Identificación de fuentes de financiamiento público y privado.
- Requisitos y procesos para acceder a préstamos, subvenciones y otros instrumentos financieros.

Recursos materiales y humanos:

- Materiales didácticos como presentaciones, documentos de apoyo y software de gestión financiera.
- Asesoría de expertos en contabilidad y finanzas, de instituciones públicas y privadas con interés de captar clientes y que podrán brindar información sobre las opciones de financiamiento disponibles.

Evaluación del módulo: ejercicio práctico de elaboración de presupuestos y proyecciones financieras.

Instrucciones:

Introducción a la Empresa:

- Describa brevemente su emprendimiento turístico. Incluya información sobre el tipo de servicios ofrecidos, ubicación, y público objetivo.

Elaboración de un Presupuesto:

- Presupuesto de Ingresos: Estime los ingresos mensuales previstos para su negocio durante el próximo año. Incluya todas las fuentes de ingresos, como ventas de servicios, alquileres, etc.
- Presupuesto de Gastos: Detalle los gastos mensuales esperados, incluyendo costos fijos (alquiler, salarios, seguros) y variables (materia prima, publicidad, mantenimiento).

Proyecciones Financieras:

- Utilizando el presupuesto elaborado, proyecte el flujo de caja mensual para el próximo año. Indique los ingresos y gastos mensuales, y calcule el saldo neto para cada mes.
- Realice una proyección de resultados anuales, mostrando el total de ingresos, gastos y la utilidad esperada al final del año.

Análisis de Viabilidad:

- Analice si los ingresos proyectados serán suficientes para cubrir los gastos previstos. En caso de déficit, proponga medidas para equilibrar el presupuesto (aumento de ingresos, reducción de gastos).

Fuentes de Financiamiento:

- Investigue y liste al menos tres fuentes de financiamiento disponibles para su tipo de emprendimiento en el Cantón Colta. Describa los requisitos y procesos para acceder a cada una de ellas.

Entrega:

- La tarea deberá ser presentada en un documento escrito de no más de 8 páginas, utilizando los formatos y plantillas proporcionados durante las sesiones de capacitación.
- Incluya gráficos y tablas que faciliten la comprensión de sus presupuestos y proyecciones.

Módulo 4

Marketing Turístico

Objetivo del módulo:	Metodología:
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los empresarios turísticos del cantón Colta en los fundamentos del marketing turístico • Proporcionar herramientas prácticas para promocionar y comercializar los servicios turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • El módulo combinará sesiones teóricas con ejercicios prácticos y casos de estudio considerando el contexto del cantón Colta. • Se fomentará la participación activa de los participantes y se promoverá el intercambio de experiencias entre ellos.

Contenido:

A. Conceptos básicos de marketing para empresas turísticas

- Introducción al marketing turístico y su importancia para el éxito empresarial.
- Estrategias para diferenciar el negocio turístico de la competencia y crear una propuesta de valor única.

B. Desarrollo de estrategias de promoción y publicidad

- Identificación del mercado objetivo y segmentación de clientes potenciales.
- Diseño de campañas de promoción y publicidad adaptadas al sector turístico del cantón Colta.
- Selección de los canales de comunicación más efectivos para llegar al público objetivo, incluyendo medios tradicionales y digitales.

C. Uso de herramientas digitales para la comercialización de servicios turísticos

- Revisión de las principales herramientas digitales disponibles para la promoción turística, como redes sociales, sitios web, blogs y plataformas de reservas.
- Estrategias de marketing de contenidos para generar compromisos y fidelizar a los clientes.

Recursos materiales y humanos:

- Ejemplos de campañas exitosas en el sector turístico

Evaluación del módulo: estrategia de marketing turístico aplicado al contexto del cantón Colta.

Instrucciones:

Identificación del Mercado Objetivo:

- Describa brevemente el perfil de sus clientes potenciales. Incluya datos demográficos (edad, género, ubicación) y psicográficos (intereses, hábitos de viaje).

Propuesta de Valor:

- Redacte una propuesta de valor única para su negocio turístico. Explique cómo su negocio se diferencia de la competencia y qué beneficios específicos ofrece a los clientes.

Estrategias de Promoción:

Diseñe una campaña de promoción específica para atraer a su mercado objetivo. Incluya los siguientes elementos:

- Objetivo de la Campaña: ¿Qué desea lograr con esta campaña? (e.g., aumentar el número de reservas, mejorar el reconocimiento de la marca).
- Mensajes Clave: ¿Qué mensajes desea comunicar a su audiencia? (e.g., promociones especiales, experiencias únicas).
- Canales de Comunicación: ¿Qué medios utilizará para difundir sus mensajes? (e.g., redes sociales, publicidad en línea, folletos).

Uso de Herramientas Digitales:

- Elija al menos dos herramientas digitales (e.g., Facebook, Instagram, un sitio web) y explique cómo las utilizará para promocionar su negocio turístico.
- Describa una estrategia de marketing de contenidos para cada herramienta elegida. Incluya ideas de publicaciones, frecuencia y tipos de contenido (e.g., fotos, videos, artículos).

Evaluación y Ajustes:

- Explique cómo evaluará el éxito de su campaña. ¿Qué indicadores (e.g., número de visitas al sitio web, reservas realizadas, engagement en redes sociales) usará para medir los resultados?
- Proporcione ideas sobre cómo ajustará su estrategia si no se alcanzan los objetivos previstos.

Entrega:

- La tarea debe ser presentada en un documento escrito de no más de 5 páginas.
- Incluya gráficos, tablas y ejemplos que faciliten la comprensión de su estrategia de marketing.

Módulo 5

Atención al cliente y calidad del servicio

<p>Objetivo del módulo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los empresarios turísticos del cantón Colta de las habilidades necesarias para brindar un servicio de calidad y una atención al cliente excepcional, fortaleciendo la reputación y competitividad de sus emprendimientos turísticos. 	<p>Metodología:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposición de contenidos con dinámicas de grupo, juego de roles y estudios de casos. • Se fomentará la participación activa de los participantes y se promoverá el intercambio de experiencias entre ellos.
<p>Contenido:</p>	
<p>A. Importancia de la atención al cliente en el sector turístico</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la relevancia del cliente en la industria turística. • Impacto de la atención al cliente en la reputación y éxito del negocio. • Estudio de casos de empresas turísticas exitosas que priorizan la atención al cliente. 	
<p>B. Técnicas de comunicación efectiva y resolución de conflictos</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de habilidades de comunicación verbal y no verbal. • Estrategias para escuchar activamente las necesidades y preocupaciones de los clientes. • Técnicas para manejar situaciones conflictivas y resolver quejas de manera efectiva. 	
<p>C. Gestión de la calidad del servicio y retroalimentación del cliente</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos de gestión de la calidad del servicio en el sector turístico • Implementación de estándares de calidad y protocolos de atención al cliente. • Importancia de la retroalimentación del cliente y cómo utilizarla para mejorar continuamente el servicio. 	
<p>Recursos materiales y humanos:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Materiales audiovisuales • Ejercicios prácticos • Manuales de referencia 	
<p>Evaluación del módulo: aplicación de las habilidades aprendidas en situaciones reales de atención al cliente.</p>	
<p>Instrucciones:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Organice pequeños grupos y asigne a cada grupo un escenario de atención al cliente basado en situaciones comunes en el sector turístico. 	
<p>Ejemplos de escenarios:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Un cliente insatisfecho con el servicio recibido. • Un turista que necesita información detallada sobre lugares de interés locales. • Una queja sobre una reserva de hotel. 	
<p>Reflexión Individual:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Cada participante completará un breve cuestionario de reflexión, respondiendo preguntas como: • ¿Qué habilidades de atención al cliente utilizaste durante la simulación? • ¿Cómo manejaste las necesidades y expectativas del cliente? • ¿Qué podrías hacer diferente la próxima vez para mejorar tu atención al cliente? 	

Módulo 6

Turismo sostenible y responsabilidad social

Objetivo del módulo:	Metodología:
<ul style="list-style-type: none">• Capacitar a los empresarios turísticos del Cantón Colta en los principios del turismo sostenible y la responsabilidad social empresarial para promover prácticas éticas y sostenibles en sus emprendimientos.	<ul style="list-style-type: none">• Se realizarán estudios de casos reales de emprendimientos turísticos que han implementado con éxito prácticas sostenibles y de responsabilidad social.• Visitas a emprendimientos turísticos que destacan por su compromiso con el turismo sostenible y la responsabilidad social.• Se fomentará el trabajo en equipo y el intercambio de experiencias entre los participantes para enriquecer el aprendizaje.
Contenido:	
A. Principios del turismo sostenible	
<ul style="list-style-type: none">• Definición y conceptos fundamentales del turismo sostenible.• Importancia de la conservación del medio ambiente, la protección de la biodiversidad y la preservación de los recursos naturales en el desarrollo turístico.• Los pilares del turismo sostenible: económico, social y medioambiental.	
B. Buenas prácticas ambientales y culturales	
<ul style="list-style-type: none">• Identificación de impactos ambientales y culturales del turismo en el cantón.• Estrategias para minimizar el impacto ambiental de los emprendimientos turísticos, incluyendo la gestión de residuos, el uso eficiente de los recursos naturales y la promoción de la conservación del entorno.• Promoción y preservación del patrimonio cultural local y la diversidad cultural en el desarrollo turístico.	
Recursos materiales y humanos:	
<ul style="list-style-type: none">• Presentaciones en PowerPoint• Documentos impresos con información relevante, y material de lectura complementaria sobre turismo sostenible y responsabilidad social empresarial.	
Evaluación del módulo: evaluación sumativa sobre turismo sostenible	
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Qué es el turismo sostenible y cuáles son sus principales características?2. ¿Por qué es crucial la conservación del medio ambiente y la protección de la biodiversidad en el desarrollo del turismo en el Cantón Colta?3. Explique los tres pilares del turismo sostenible (económico, social y medioambiental) y cómo se interrelacionan.4. Mencione al menos tres estrategias que los emprendimientos turísticos pueden implementar para minimizar su impacto ambiental.5. ¿Cómo pueden los empresarios turísticos promover y preservar el patrimonio cultural local y la diversidad cultural en sus actividades?	

BIBLIOGRAFÍA

- Aguagallo, C. C. (2020). Patrimonio cultural inmaterial como factor del desarrollo turístico del cantón Colta, provincia de Chimborazo. *Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas*, 3(4).
- Aguagallo, C. P. (2020). Patrimonio cultural inmaterial como factor del desarrollo turístico del cantón Colta, provincia de Chimborazo. *Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas*, 3(4), 175-175.
- Álvarez, J. (2017). *Migración internacional de retorno y desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba-Ecuador*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Tesis de Doctor.
- Andrade, N. P. (2022). La infraestructura turística y su incidencia en la reactivación económica del cantón Manta. *Journal Business Science-ISSN: 2737-615X*, 3(1), 63-78.
- Armendariz, A. (2021). Empresas Turísticas y Negocios Sustentables en Los Cabos. un Análisis a Partir del Modelo de Ecuaciones Estructurales. *El Periplo Sustentable*, 13.
- Asamblea Nacional. (2023, 16 de mayo). *Ley de Turismo*. Quito. Obtenido de <https://justis-vlex-com.indoamerica.idm.oclc.org/#search/jurisdiction:EC/ley+de+turismo/vid/ley-97-ley-turismo-643461609>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Informe de resultados cuentas nacionales trimestrales*. Quito: Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica.
- Banco Mundial. (02 de Octubre de 2023). *El Banco Mundial en Ecuador*. Obtenido de Ecuador: <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview> panorama general:
- Baque, M. C. (2020). Fracaso de las pymes: Factores desencadenantes, Ecuador 2020. *Revista Científica Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria*, 5(4), 3-25.
- Becerra, F. V. (2021). Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación. *Digital Publisher*, 6(3), 25-35.
- Blanco, A. I. (2021). *Diccionario de turismo*. España: Ediciones Catedral.
- Carvajal, A. C. (2018). Estrategias de financiamiento en sectores turísticos: hoteles y restaurantes. *Revista Ciencia UNEMI*, 11(27), 30-42.
- Castillo, P. V. (2018). Estrategias socialmente responsables en la dinámica turística de la Mancomunidad Bosque Seco, Loja-Ecuador. *Revista Espacios*, 39(37).
- Cepeda, E. V. (2022). Influencia del patrimonio cultural material al desarrollo turístico sostenible, del cantón Colta, provincia de Chimborazo. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 7(2), 29-45.
- Chapa, P. L. (2023). Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(1), 195-212.

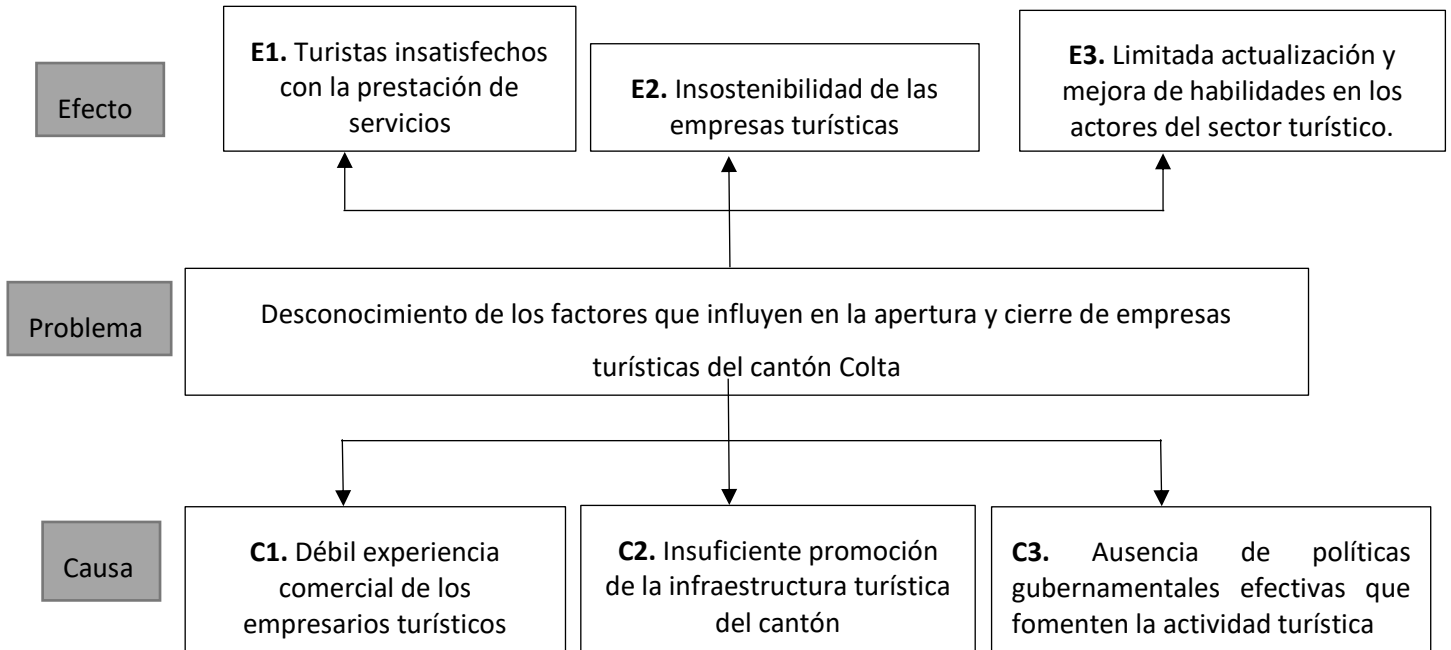
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe . (2020). *Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia*. UN-ilibrary.
- Córdova, J. (2013). *Plan de Desarrollo Turístico para la parroquia Cañi, cantón Colta, provincia de Chimborazo*. Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Desfrancois, F. P. (2019). Determinantes de la demanda internacional de turismo en el Ecuador: un análisis de panel. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible* , 12(26), 13.
- Figuerola, M. (2015). *Medición del impacto del turismo en la economía, el empleo y el medio ambiente en el ámbito local* . Madrid: Nebrija Universidad .
- GAD Municipalidad de Colta. (14 de mayo de 2023). *GAD Municipalidad de Colta*. Obtenido de <https://www.facebook.com/GadColta/>
- Galindo, J. E. (2020). Factibilidad del Emprendimiento Turístico Rural. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía* , 5(10), 862-892.
- García, E. (2018). Turismo residencial: una aproximación a la dinámica turístico-inmobiliaria en la ciudad de Santa Rosa de Calamuchita, Córdoba (Argentina). *El periplo sustentable*, (34), 236-255.
- Guijarro, P. C. (2021). Conocimiento ancestral medicinal y turismo de salud en el cantón colta, provincia de Chimborazo. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)* , 6(3),16-34.
- Gutiérrez, M. S. (2021). Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica. *Revista Investigaciones Turísticas*, 148-175.
- Hernández, M. I. (2021). Atributos que influyen en la elección del visitante en cuatro pueblos mágicos del noroeste mexicano. *CienciaUAT*, 16(1), 73-85.
- Hernández, R. F. (2014). *Metodología de la Investigación* . México: McGraw Hill Education.
- Herrera, M. (2020). *Análisis de las políticas públicas de turismo en Ecuador: periodo 2009-2013*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Área de Estudios Sociales y Globales.
- Lahura, E. S. (2020). *Inversión en infraestructura y demanda turística: una aplicación del enfoque de control sintético para el caso de Kuélap*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Lalama, R. B. (2020). Turismo en época de recesión, desafíos pos pandemia en el Ecuador. En A. Masegosa, *Educación patrimonial, contracultura, ecoturismo. Diagnóstico y didácticas de otro turismo posible* (pág. 53).
- Lopetegui, N. (2018). *Las políticas municipales y el impulso a la calidad turística en el sector hotelero*. La Plata : Universidad Nacional de La Plata. Tesis Doctoral .
- López, B. B. (2023). El impacto en la paz social y el ambiente de las actividades turísticas del Parque Nacional Machalilla durante la pandemia del Covid-19: hacia una mirada integral. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 18: 127-140.

- López, S. L. (2019). Factores que influyen en el proceso emprendedor local. *Teuken Bidikay-Revista Latinoamericana de Investigación en Organizaciones, Ambiente y Sociedad*, 10(14), 171-192.
- Macías, M. L. (2018). Emprendimientos sociales: turismo en la costa ecuatoriana. *Revista Academia & Negocios* , 4(1), 81-92.
- Mero, C. S. (2021). El turismo como opción de desarrollo en la política pública ecuatoriana. *Revista Gobierno y Gestión Pública* , 8(2), 153-175.
- Ministerio de Turismo . (9 de Enero de 2020). *Ficha Informativa de Proyecto 2019*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/PROGRAMA-NACIONAL-DESTINOS-2019.pdf>
- Ministerio de Turismo. (07 de Mayo de 2015). *El Nuevo Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/arranca-en-el-pais-la-campana-nacional-ecuador-potencia-turistica/>
- Ministerio de Turismo. (17 de Enero de 2020). *El Nuevo Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/proyectos-turisticos-se-fortalecen-en-chimborazo/>
- Ministerio de Turismo. (01 de Diciembre de 2022). *Catastro de establecimientos turístico*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>
- Ministerio de Turismo. (12 de Octubre de 2022). *El nuevo Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/los-mejores-proyectos-de-emprendimiento-turistico-recibiran-apoyo-del-gobierno-nacional/>
- Ministerio de Turismo. (15 de Abril de 2022). *Servicios Turismo*. Obtenido de Servicios Turismo: <https://servicios.turismo.gob.ec/>
- Mora, G. P. (2020). Desarrollo local y turismo en Ecuador. *Revista de Investigación Enlace Universitario* , 19(1), 30-48.
- Niño, A. (2021). *Análisis del sector financiero popular y solidario del cantón Colta, provincia de Chimborazo en el periodo 2019-2020*. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales. Tesis de Maestría.
- Núñez, L. M. (2022). Millennials y destinos turísticos: caso Tabasco, México. *Revista Publicando*, 9(33), 48-66.
- Organización Mundial del Turismo. (25 de Agosto de 2020). *Código ético Mundial para el Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>
- Ortíz, J. C. (2019). El aporte del turismo al desarrollo económico del Municipio de Pamplona, región nororiental de Colombia. *Revista Espacios* , 40(1), 15-24.
- Oviedo, M. O. (2021). Tendencias del turismo post covid-19. Una reflexión para Ecuador. *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19*, 37.
- Pineda, H. R. (2019). Turismo y políticas públicas en México. *Revista Iberoamericana de Turismo* , 142-159.
- Proaño, G. L. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *Revista Científica Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria* , 6(1), 29-39.

- Proaño, G. L. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 6(1), 29-39.
- Proaño, G. L. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 6(1), 29-39.
- Proaño, G. L. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 6(1), 29-39.
- Quinaucho, J. (2023). *Marketing turístico para la difusión de los atractivos de la parroquia Columbe, cantón Colta*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Riera, O. C. (2023). Innovación como factor estratégico en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga. *RELIGACION. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades* , 8(38).
- Rodríguez, M. R. (2016). El emparejo Turístico Español: Formación, motivaciones y orientación emprendedora. *International Journal of World of Tourism*, 3(6), 10-21.
- Santamaría, E. L. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista venezolana de gerencia* , 24 (86), 417-434.
- Tafur, G. (2018). Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil. *Revista Espacios*, 39(44).
- Toselli, C. T. (2020). Análisis de la sostenibilidad en emprendimientos turísticos ubicados en áreas rurales y naturales. Estudios de caso en la provincia de entre ríos, Argentina. *Cuadernos de turismo* , 45, 461-489.
- Turismo Colta. (25 de Noviembre de 2023). *COLTA Turismo*. Obtenido de <https://www.facebook.com/turismocolta>
- Unkuch, S. (2018). *Análisis de la implementación de los instrumentos de la política de turismo comunitario del Ecuador: el caso de las comunidades Shuar del cantón Gualaquiza* . Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador .
- Vaca, H. (2019). *Plan de Marketing turístico para el Cantón Colta provincia de Chimborazo*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

ANEXOS

ANEXO 1. Árbol de problemas



ANEXO 2. Cuestionario dirigido a representantes de las empresas turísticas.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

Cuestionario dirigido a representantes de las empresas turísticas del cantón
Colta, de la provincia de Chimborazo.

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta:

/_/_/_/_/

Encuestadora:

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recabar información y datos sobre la apertura de las empresas turísticas del cantón
Colta

CONFIDENCIALIDAD

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete a mantener la reserva del caso.

INSTRUCCIONES

- a. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) la respuesta correcta.
- b. Según su criterio, conteste los ítems propuestos.

INFORMACIÓN

Srta. Freire Montesdeoca Cynthia Lizbeth

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Edad:
2. Género
- Masculino
- Femenino
3. Nivel de educación
- Primaria básica
- Bachillerato
- Superior no universitaria
- Superior universitaria
- Posgrado
4. País de procedencia
- Ecuador
- otro ¿Cuál?.....

5. Indique el año de apertura de su empresa:

6. ¿En qué lugar específico está ubicada su empresa turística?.....

7. ¿Su empresa turística se encuentra registrada en el Ministerio de Turismo?
- Si
- No ¿Por qué?.....
8. ¿Qué tipo de servicio brinda su empresa turística?
- Hospedaje
- Alimentación
- Intermediación
- Transporte
- Otro ¿Cuál?.....

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. ¿Qué le motivó a crear su empresa turística?
- Su profesión
- Por problemas económicos
- Por una oportunidad
- Otro ¿Cuál?
2. ¿Cuál fue la naturaleza de la inversión inicial para el funcionamiento de su empresa?
- Capital propio
- Financiamiento a través de una institución bancaria
- Ayuda de familiares
- Otro ¿Cuál?.....
3. Responda solo si su respuesta anterior fue financiamiento a través de una institución bancaria. ¿Cómo califica el proceso para obtener financiamiento para su empresa turística?
- Fácil
- Difícil
- ¿Por qué?.....

4. ¿Cuál es el capital económico que invirtió para crear su empresa (inversión en dólares)?
 - () Menor a 1000
 - () 1000 - 10000
 - () 10000 - 100000
 - () 100000 – 1000000
 - () Más de 1000000
5. ¿Cómo evalúa el retorno de inversión en su empresa turística en el Cantón Colta?
 - () Excelente: ha sido muy satisfactorio y ha superado las expectativas.
 - () Bueno: ha sido positivo y está acorde con las expectativas.
 - () Regular: ha sido moderado y apenas ha cumplido con las expectativas.
 - () Bajo: ha sido insuficiente y está por debajo de las expectativas.
 - () No tengo información suficiente para evaluar el retorno de inversión.
6. ¿Considera que su empresa turística es rentable?
 - () Si
 - () No ¿Por qué?
7. ¿Su empresa turística ha generado fuentes de empleo en la localidad?
 - () Si
 - () No
 - ¿Cuántas personas?
8. ¿Considera que su empresa ha generado un impacto positivo en la comunidad del cantón Colta?
 - () Si
 - () No
 - ¿Por qué?
9. ¿Cuál considera que es la mayor fortaleza de su empresa turística?
 -
10. ¿Cuál considera que es la mayor debilidad de su empresa turística?
 -
11. ¿Cuál considera que es la mayor oportunidad que tiene su empresa turística para crecer?
 -
12. ¿Cuál considera usted que es la mayor amenaza para el crecimiento de su empresa turística?
 -
13. ¿Qué tipo de apoyo ha tenido para el funcionamiento de su empresa turística?
 - () Económico
 - () Permisos de funcionamiento
 - () Políticas locales/provinciales/nacionales, de incentivo al turismo
 - () Publicidad gubernamental local/provincial/nacional
 - () Cambios en el mercado
 - () Ninguno
 - () Otro ¿Cuál?
14. ¿Qué tipo de problemas ha tenido para el funcionamiento de su empresa?
 - () Económico
 - () Permisos de funcionamiento
 - () Políticas locales/provinciales/nacionales, de incentivo al turismo
 - () Publicidad gubernamental local/provincial/nacional
 - () Cambios en el mercado

- () Ninguna
 () Otro ¿Cuál?
15. ¿Cuáles considera usted que son las opciones turísticas más atractivas o relevantes del cantón Colta?"
- () Turismo cultural (sitios históricos, festivales, eventos culturales).
 () Ecoturismo (senderismo, observación de aves, actividades al aire libre).
 () Turismo gastronómico (restaurantes locales, platos típicos).
 () Turismo comunitario (interacción con comunidades, artesanías).
 () Otros ¿Cuáles?.....
16. ¿Cómo considera la efectividad de las estrategias de promoción turística implementadas por los organismos gubernamentales relacionados con el turismo?
- () Altamente efectivas
 () Moderadamente efectivas
 () Poco efectivas
 () No efectivas
17. ¿Cómo evaluaría el impacto ambiental de las empresas turísticas existentes?
- () Muy positivo: contribución significativa a la preservación del entorno.
 () Positivo: tienen prácticas sostenibles, pero hay áreas para mejorar.
 () Neutro: no tienen un impacto significativo, ni positivo ni negativo.
 () Negativo: su actividad impacta negativamente en el medio ambiente.
 () Muy negativo: causan un deterioro considerable en el entorno natural.
18. ¿Cuál considera usted que son los factores culturales que influyen en la atracción turística en el Cantón Colta?
- () Festividades locales y tradicionales.
 () Gastronomía típica de la región.
 () Artesanías y productos culturales.
 () Música y bailes autóctonos.
 () Sitios históricos y monumentos culturales.
 () Costumbres y tradiciones ancestrales.
 () Patrimonio cultural tangible e intangible.
 () Influencia de comunidades indígenas.
 () Eventos culturales y folclóricos.
 () Otros. ¿Cuáles?.....
19. Señor empresario, considerando los siguientes factores y variables que caracterizan a un emprendedor turístico, realice la siguiente autoevaluación con la mayor sinceridad. **Seleccione con una (X)**, de acuerdo con la escala de valoración entre 1 y 4.

AUTOEVALUACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR

Tabla

Factores y variables de un emprendedor turístico

	Factores y variable	Muy bajo 1	Bajo 2	Medio 3	Alto 4	TOTAL	SUMA	SUMA	INFLUENCIA
Factor: Socio demográficos									
1	Edad								
2	Estabilidad familiar								
3	Educación regular (primaria, secundaria, superior)								
4	Capacitación para emprendimientos								
5	Experiencia en la actividad turística								
6	Capacidad económica como emprendedor								
Factor: perfil psicológico									
1	Perseverancia y compromiso								
2	Liderazgo								
3	Tolerancia a cambios								
4	Capacidad de reflexión								
5	Responsabilidad personal								
Factor: Motivación									
1	Toma de iniciativa								
2	Autoconfianza								
3	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros								
4	Capacidad de gestión de recursos financieros								
5	Capacidad de relacionarse con los clientes								
Factor: Innovación y creatividad									
1	Innovación								
2	Creatividad								
Factor: Energía e iniciativa personal									
1	Trabajo duro								
2	Toma de iniciativa								
3	Estabilidad y autocontrol								
4	Iniciativa para nuevos retos								
Factor: Capacidad de influencia									
1	Redes de contacto local, nacional e internacional								
2	Relaciones entre emprendedores								
Factor: Propensión al riesgo									
1	Capacidad de solucionar problemas								

Nota: Adaptado de (Álvarez, 2017), mencionado en López, Santos, & Bueno, 2004

20. Señor empresario, responda con la mayor sinceridad sobre su percepción del entorno turístico del cantón Colta, en base a la escala de valoración entre 1 y 4. **Seleccione con una (X).**

PERCEPCIÓN DEL ENTORNO TURÍSTICO

Tabla

Factores y variables del entorno turístico del cantón Colta

Nro.	Factores y variables	Muy bajo 1	Bajo 2	Medio 3	Alto 4	TOTAL	SUMA	SUMA	INFLUENCIA
Administrativo									
1	Seguridad turística								
2	Fomento al turismo								
3	Servicios públicos								
Políticos									
1	Gestión gubernamental para el turismo								
2	Coordinación público-privado								
Producción y servicios									
1	Colta como destino turístico								
2	Cantidad de turistas								
3	Calidad en los productos y servicios de la ciudad								
Culturales									
1	Cultura turística								
2	Existencia de Multilingüismo								
3	Actitud de servicio								
4	Capacitación en competencias laborales turísticas								
Infraestructura									
1	Recursos para infraestructura turística								
2	Accesibilidad y facilidades turísticas								
3	Vías de acceso en buen estado								
4	Acceso a tecnologías de comunicación								
Mercado									
1	Variedad de atractivos turísticos								
2	Demanda turística								
3	Estrategias de promoción								
4	Marca y posicionamiento del cantón								

Nota: Adaptado de (Álvarez, 2017), mencionado en López, Santos, & Bueno, 2004

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO 3. Cuestionario dirigido a representantes de las empresas turísticas cerradas



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

Cuestionario dirigido a representantes de las empresas turísticas cerradas del cantón Colta de la provincia de Chimborazo.

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta:

/_/_/_/_/

Encuestadora:

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recabar información y datos sobre el cierre de las empresas turísticas del cantón Colta

CONFIDENCIALIDAD

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete a mantener la reserva del caso.

INSTRUCCIONES

- a. Lea detenidamente los ítems y marque con una **(X)** la respuesta correcta.
- b. Según su criterio, conteste los ítems propuestos.

INFORMACIÓN

Srta. Freire Montesdeoca Cynthia Lizbeth

1. Edad
2. Género
 - () Masculino
 - () Femenino
3. Nivel de educación
 - () Primaria básica
 - () Bachillerato
 - () Superior no universitaria
 - () Superior universitaria
 - () Posgrado
4. País de procedencia
 - () Ecuador
 - () otro ¿Cuál?.....
5. Año de apertura de su empresa:
6. Año de cierre de su empresa:
7. ¿Qué tipo de servicio brindaba su empresa turística?
 - () Hospedaje
 - () Alimentación
 - () Intermediación
 - () Transporte
 - () Otro ¿Cuál?.....

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. ¿Cuál fue el motivo para el cierre de su empresa turística?
 - () Económico
 - () Permisos de funcionamiento
 - () Organización
 - () Cambios en el mercado
 - () Otro ¿Cuál?
2. ¿Cuál fue el capital económico que invirtió en la creación de su empresa (inversión en dólares)?
 - () Menor a 1000
 - () 1000 - 10000
 - () 10000 - 100000
 - () 100000 – 1000000
 - () Más de 1000000
3. ¿Cuál considera que fue la mayor debilidad de su empresa turística?
.....
4. ¿Cuál considera usted que fue la mayor amenaza para su empresa turística?
.....

5. Utilizando la escala de 1 a 4 y con la mayor sinceridad, responda, ¿Cómo influyo cada una de las siguientes **características del emprendedor** en el cierre de su empresa turística? **Selecione con una (X).**

Tabla

Factores y variables de un emprendedor turístico

	Factores y variable	Muy poco influyente 1	Baja influencia 2	Mediana influencia 3	Alta influencia 4	TOTAL	SUMA	SUMA	INFLUENCIA
Factor: Socio demográficos									
1	Edad								
2	Estabilidad familiar								
3	Educación regular (primaria, secundaria, superior)								
4	Capacitación en emprendimientos								
5	Experiencia en la actividad turística								
6	Capacidad económica para invertir								
Factor: perfil psicológico									
1	Perseverancia y compromiso								
2	Liderazgo								
3	Tolerancia a cambios								
4	Capacidad de reflexión								
5	Responsabilidad personal								
Factor: Motivación									
1	Toma de iniciativa								
2	Autoconfianza								
3	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros								
4	Capacidad de gestión de recursos financieros								
5	Capacidad de relacionarse con los clientes								
Factor: Innovación y creatividad									
1	Innovación								
2	Creatividad								
Factor: Energía e iniciativa personal									
1	Trabajo duro								
2	Toma de iniciativa								
3	Estabilidad y autocontrol								
4	Iniciativa para nuevos retos								
Factor: Capacidad de influencia									
1	Redes de contacto local, nacional e internacional								
2	Relaciones entre emprendedores								
Factor: Propensión al riesgo									
1	Capacidad de solucionar problemas								

Nota: Adaptado de (Álvarez, 2017), mencionado en López, Santos, & Bueno, 2004

6. Utilizando la escala de 1 a 4 y con la mayor sinceridad, responda, ¿Cómo influyo cada una de las siguientes variables del **entorno turístico** en el cierre de su empresa turística? Seleccione con una (X)

Tabla

Factores y variables del entorno turístico del cantón Colta

Nro.	Factores y variables	Muy poco influyente 1	Baja influencia 2	Mediana influencia 3	Alta influencia 4	TOTAL	SUMA	SUMA	INFLUENCIA
Administrativo									
1	Inseguridad turística								
2	Falta de fomento al turismo								
3	Calidad Servicios públicos								

Políticos									
1	Gestión gubernamental para el turismo								
2	Coordinación público-privado								
Producción y servicios									
1	Colta como destino turístico								
2	Cantidad de turistas								
3	Calidad en los productos y servicios de la ciudad								
Culturales									
1	Cultura turística								
2	Dominio de diferentes lenguas								
3	Actitud de servicio								
4	Capacitación en competencias laborales turísticas								
Infraestructura									
1	Recursos para infraestructura turística								
2	Accesibilidad y facilidades turísticas								
3	Vías de acceso en buen estado								
4	Acceso a tecnologías de comunicación								
Mercado									
1	Variedad de atractivos turísticos								
2	Demanda turística								
3	Estrategias de promoción								
4	Marca y posicionamiento del cantón								

Nota: Adaptado de (Álvarez, 2017), mencionado en López, Santos, & Bueno, 2004

¡Gracias por su colaboración!

ANEXOS 4. Cuestionario dirigido a los actores gubernamentales relacionados con el Turismo



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

Cuestionario dirigido a los actores gubernamentales relacionados con el Turismo de la provincia de Chimborazo.

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta:

/_/_/_/_

Encuestadora:

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recabar información y datos sobre el número de empresas turísticas del cantón Colta

CONFIDENCIALIDAD

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete a mantener la reserva del caso.

INSTRUCCIONES

- a. Lea detenidamente los ítems y marque con una **(X)** la respuesta correcta.
- b. Según su criterio, conteste los ítems propuestos.

INFORMACIÓN

Srta. Freire Montesdeoca Cynthia Lizbeth

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Institución:
2. Cargo:
3. Grado académico:
 - () Licenciado
 - () Ingeniero
 - () Magíster
 - () Doctor
 - () Otro ¿Cuál?.....
4. Título:
5. Año de experiencia en el cargo:

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. ¿Cuáles son los principales tipos de emprendimientos turísticos del cantón Colta? Escoger todos los que usted considere principales
 - () Agencias de viajes.
 - () Hoteles y hospedajes.
 - () Restaurantes y servicios gastronómicos.
 - () Guías turísticos.
 - () Operadores de turismo comunitario.
 - () Empresas de transporte turístico.
 - () Artesanías y souvenirs.
 - () Otros. ¿Cuáles?.....
2. ¿Cuántas empresas turísticas están actualmente operativas en el Cantón Colta?.....
3. ¿Cuántas empresas turísticas están actualmente registradas en el Ministerio de Turismo?.....
4. ¿En qué año se abrieron la mayor cantidad las empresas turísticas en el Cantón Colta?
5. ¿En qué año se cerraron la mayor cantidad las empresas turísticas en el Cantón Colta?
6. ¿Cuál es el porcentaje de crecimiento de empresas turísticas del cantón Colta en los últimos 5 años?.....
7. ¿Cuál es el porcentaje de disminución de empresas turísticas del cantón Colta en los últimos 5 años?.....

8. ¿Cuáles son los factores clave para la apertura de emprendimientos turísticos en el cantón Colta en los últimos 5 años?
- a)
 - b)
 - c)
9. ¿Cuáles son los factores clave para el cierre de emprendimientos turísticos en el cantón Colta en los últimos 5 años?
- a)
 - b)
 - c)
10. ¿Conoce sobre programas de financiamiento gubernamental o privado enfocado al apoyo del sector turístico?
- Si
 - No
 - ¿Cuáles?
11. ¿Considera que la ubicación geográfica de una empresa turística es un factor clave para su éxito o fracaso?
- Si
 - No
 - ¿Porqué?
12. ¿Qué tipo de innovación tecnológica, es en la que las empresas turísticas deberían invertir para potenciar su estabilidad comercial?
- Plataformas de reservas móviles
 - Sistemas de gestión de experiencias personalizadas para los turistas
 - Aplicaciones de realidad aumentada para destinos
 - Herramientas de análisis de datos para comprender preferencias y comportamientos turísticos.
 - Otras. ¿Cuáles?.....
13. Considerando las competencias que tiene la institución a la que usted pertenece. ¿Se ha brindado capacitación sobre el funcionamiento de las empresas turísticas?
- Si
 - No
 - ¿Porqué?
14. Considerando las competencias que tiene la institución a la que usted pertenece. ¿Cómo puede esta institución, apoyar a las empresas turísticas?, mencione todas las formas que considere más importante
- a)
 -
 - b)
 -
 - c)
 -

d)
.....

15. Desde su experiencia, formación y función. ¿Qué recomendaciones le daría a un empresario que está considerando abrir una empresa turística? Describa todas las que considere importantes

- a)
- b)
- c)
- d)

16. Desde su experiencia, formación y función. ¿Qué recomendaciones le daría a un empresario que está considerando cerrar una empresa turística? Describa todas las que considere importantes

- a)
- b)
- c)
- d)

ANEXO 5. Cuestionario dirigido a turistas del cantón Colta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

Cuestionario dirigido a turistas del cantón Colta de la provincia de
Chimborazo.

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: /__/__/__

Encuestadora:

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recabar información y datos sobre satisfacción de turistas del cantón Colta

CONFIDENCIALIDAD

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete a mantener la reserva del caso.

INSTRUCCIONES

- c. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) la respuesta correcta.
- d. Según su criterio, conteste los ítems propuestos.

INFORMACIÓN

Srta. Freire Montesdeoca Cynthia Lizbeth

II. INFORMACIÓN GENERAL

1. Edad
2. Género
 - Masculino
 - Femenino
3. Nivel de educación
 - Primaria básica
 - Bachillerato
 - Superior no universitaria
 - Superior universitaria
 - Posgrado
4. País de procedencia
 - Ecuador
 - otro ¿Cuál?.....

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

5. ¿Cuál fue el motivo de su visita a Colta?
 - Turismo Cultural
 - Turismo gastronómico
 - Ecoturismo
 - Aventura y deportes extremos
 - Otro ¿Cuál?
6. ¿Qué tipos de servicios utilizó en el cantón?
 - Tours guiados
 - Transporte
 - Alojamiento
 - Restaurantes
 - Otros (especifique).....
7. ¿Cómo se enteró del cantón Colta?
 - Internet
 - Recomendación de amigos/familiares
 - Agencias de viaje
 - Publicidad en medios (TV, radio, periódicos)
 - Otros (especifique).....
8. ¿Cree usted que se deben mejorar los servicios turísticos del cantón Colta?
 - Si
 - No
9. ¿Recomendaría a otros turistas que visiten el cantón Colta?
 - Definitivamente si
 - Probablemente si
 - No estoy seguro
 - Probablemente no
 - Definitivamente no

10. Utilizando la escala de 1 a 5 y con la mayor sinceridad, califique su nivel de satisfacción durante sus días de estadía en el cantón Colta.

	Aspectos turísticos	Mala	Regular	Buena	Muy buena	Excelente	Total
		1	2	3	4	5	
1	Infraestructura y Ambiente	23	12	30	8	3	76
2	Servicio al cliente	22	21	20	5	8	76
3	Calidad de los servicios	18	19	22	8	9	76
4	Variedad de actividades	30	16	9	11	10	76
5	Limpieza y mantenimiento	11	15	29	9	12	76
6	Seguridad	21	17	25	6	7	76
7	Experiencia gastronómica	13	17	23	13	10	76
8	Accesibilidad y transporte	26	24	19	7	0	76
9	Costo de servicios	15	24	23	11	3	76
Total		179	165	200	78	62	684

11. ¿Tiene algún comentario adicional sobre su experiencia en Colta que le gustaría compartir?

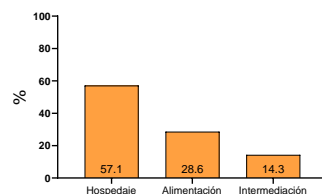
¡Gracias por su colaboración!

ANEXO 6. Resultados de la fase 1 Emprendedor

1. ¿Qué tipo de servicio brinda su empresa turística?

Tipos de empresas turísticas operativas en el cantón Colta

	f	%
Hospedaje	4	57,1
Alimentación	2	28,6
Intermediación	1	14,3
Total		100

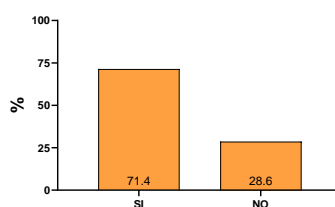


Tipos de empresas turísticas operativas

2. ¿Su empresa turística se encuentra registrada en el Ministerio de Turismo?

Empresas registradas en el MINTUR

	F	%
SI	5	71,4
NO	2	28,6
		100,0

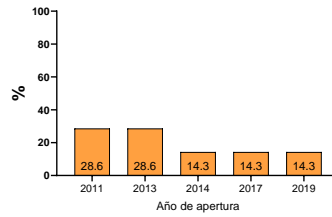


Empresas registradas en el MINTUR

3. Indique el año de apertura de su empresa

Año de apertura de las empresas turísticas

año apertura	f	%
2011	2	28,6
2013	2	28,6
2014	1	14,3
2017	1	14,3
2019	1	14,3
		100

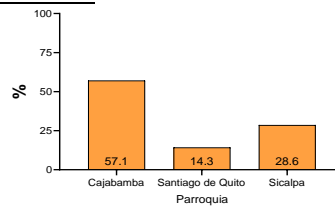


Año de apertura de las empresas turísticas

4. ¿En qué lugar específico está ubicada su empresa turística?

Ubicación de las empresas

Parroquia	f	%
Cajabamba	4	57.1
Santiago de Quito	1	14.3
Sicalpa	2	28.6
Total	7	100

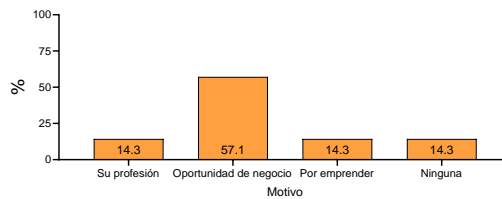


Ubicación de las empresas

5. ¿Qué le motivó a crear su empresa turística?

Motivo de la creación de la empresa

Motivo	F	%
Su profesión	1	14,3
Oportunidad de negocio	4	57,1
Por emprender	1	14,3
Ninguna	1	14,3
Total	7	100,0

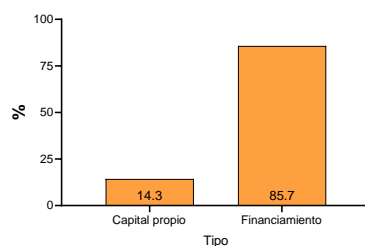


Motivo de la creación de la empresa

6. ¿Cuál fue la naturaleza de la inversión inicial?

Naturaleza de la inversión

Tipo	F	%
Capital propio	1	14,3
Financiamiento a través de una institución bancaria	6	85,7
Total	7	100,0

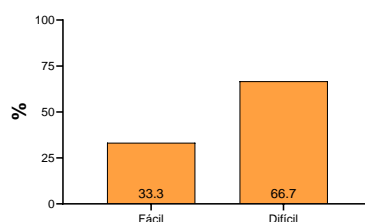


Naturaleza de la inversión

7. ¿Cómo califica el proceso para obtener financiamiento para su empresa turística?

Facilidad de financiamiento

	f	%
Fácil	2	33,3
Difícil	4	66,7
Total	6	100

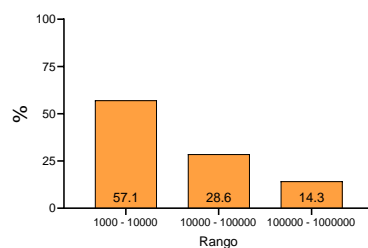


Facilidad de financiamiento

8. ¿Cuál es el capital económico que invirtió para crear su empresa?

Cantidad de capital económico

Rango	F	%
1000 - 10000	4	57,1
10000 - 100000	2	28,6
100000 - 1000000	1	14,3
Total	7	100

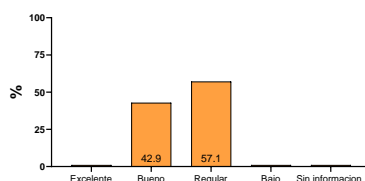


Cantidad de capital económico

9. ¿Cómo evalúa el retorno de inversión en su empresa turística en el Cantón Colta?

Retorno de la inversión

Opciones	f	%
Excelente, ha sido muy satisfactorio y ha superado las expectativas	0	0,0
Bueno, ha sido positivo y está acorde con las expectativas	3	42,9
Regular, ha sido moderado y apenas ha cumplido con las expectativas	4	57,1
Bajo, ha sido insuficiente y está por debajo de las expectativas	0	0,0
No tengo información suficiente para evaluar el retorno de la inversión	0	0,0
Total	7	100,0

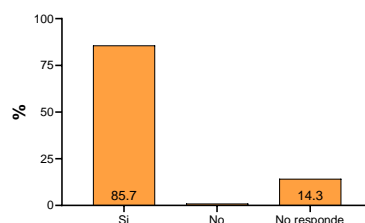


Retorno de la inversión

10. ¿Considera que su empresa turística es rentable?

Rentabilidad de la empresa

Opciones	F	%
Si	6	85,7
No	0	0,0
No responde	1	14,3
Total	7	100,0

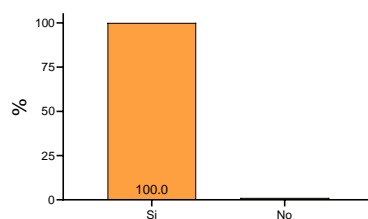


Rentabilidad de la empresa

11. ¿Su empresa turística ha generado fuentes de empleo en la localidad?

Generación de fuentes de empleo

Opciones	F	%
Si	7	100,0
No	0	0,0
Total	7	100,0

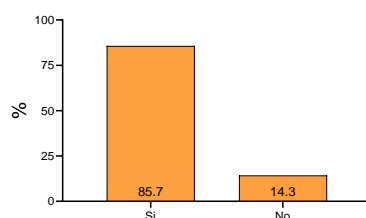


Generación de fuentes de empleo

12. ¿Considera que su empresa ha generado un impacto positivo en la comunidad del cantón Colta?

Impacto positivo de las empresas

Opciones	F	%
Si	6	85,7
No	1	14,3
Total	7	100,0

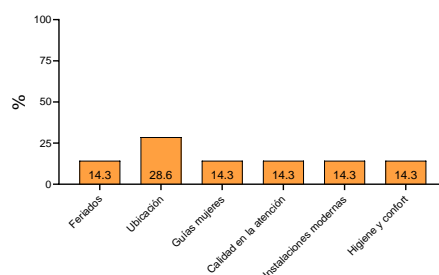


Impacto positivo de las empresas

13. ¿Cuál considera que es la mayor fortaleza de su empresa turística?

Fortalezas de las empresas

Opciones	F	%
Ferriados	1	14,3
Su ubicación lejos del ruido	2	28,6
Dispone de guías mujeres	1	14,3
Calidad en la atención al cliente	1	14,3
Hotel con instalaciones modernas	1	14,3
Cuenta con habitaciones limpias, cómodas y confortables	1	14,3
Total	7	100,0

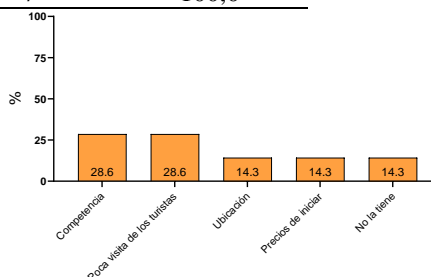


Fortalezas de las empresas

14. **¿Cuál considera que es la mayor debilidad de su empresa turística?**

Debilidades de las empresas

Opciones	f	%
Competencia	2	28,6
Poca visita de los turistas	2	28,6
Ubicación	1	14,3
Precios de iniciar	1	14,3
No la tiene	1	14,3
Total	7	100,0

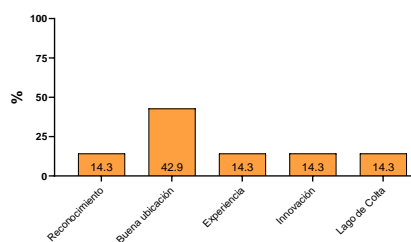


Debilidades de las empresas

15. **¿Cuál considera que es la mayor oportunidad de su empresa turística?**

Oportunidades de las empresas

Opciones	f	%
Reconocimiento	1	14,3
Buena ubicación	3	42,9
Experiencia	1	14,3
Innovación	1	14,3
Lago de Colta	1	14,3
Total	7	100,0

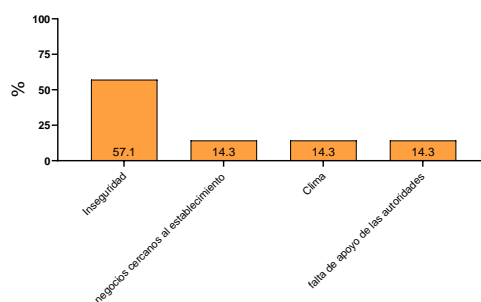


Oportunidades de las empresas

16. **¿Cuál considera que es la mayor amenaza de su empresa turística?**

Amenazas de las empresas

Opciones	f	%
Inseguridad	4	57,1
negocios cercanos al establecimiento	1	14,3
Clima	1	14,3
falta de apoyo de las autoridades	1	14,3
Total	7	100,0

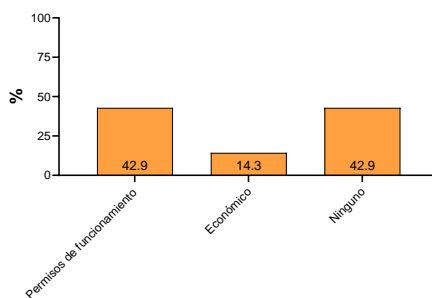


Amenazas de las empresas

17. ¿Qué tipo de apoyo ha tenido para el funcionamiento de su empresa turística ?

Apoyo a las empresas turísticas

Opciones	f	%
Permisos de funcionamiento	3	42,9
Económico	1	14,3
Ninguno	3	42,9
Total	7	100,0

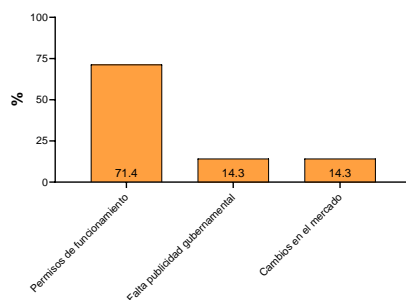


Apoyo a las empresas turísticas

18. ¿Qué tipo de problemas ha tenido para el funcionamiento de su empresa?

Problemas que enfrentan las empresas

Opciones	f	%
Permisos de funcionamiento	5	71,4
Falta publicidad gubernamental	1	14,3
Cambios en el mercado	1	14,3
Total	7	100,0

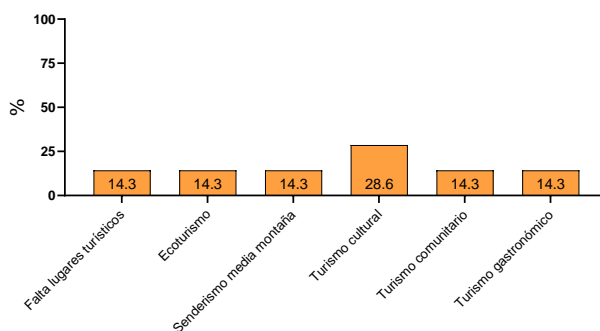


Problemas que enfrentan las empresas

19. ¿Cuáles considera usted que son las opciones turísticas más atractivas o relevantes del cantón Colta?

Principales opciones turísticas del cantón Colta

Opciones	f	%
Falta lugares turísticos	1	14,3
Ecoturismo	1	14,3
Senderismo media montaña	1	14,3
Turismo cultural	2	28,6
Turismo comunitario	1	14,3
Turismo gastronómico	1	14,3
Total	7	100,0

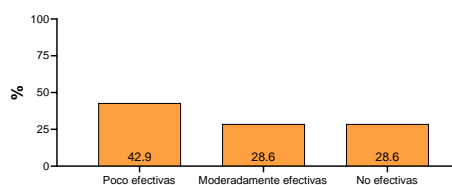


Principales opciones turísticas del cantón Colta

20. ¿Cómo considera la efectividad de las estrategias de promoción turística implementadas por los organismos gubernamentales relacionados al turismo?

Estrategias de promoción como apoyo del gobierno central

opciones	f	%
Poco efectivas	3	42,9
Moderadamente efectivas	2	28,6
No efectivas	2	28,6
Total	7	100

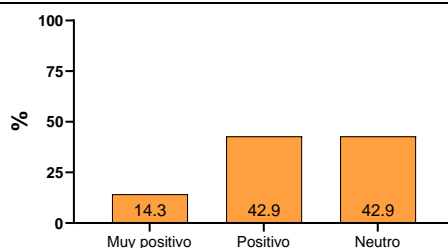


Estrategias de promoción como apoyo del gobierno central

21. ¿Cómo evaluaría el impacto ambiental de las empresas turísticas existentes?

Impacto ambiental de las empresas turísticas

Opciones	f	%
Muy positivo: contribución significativa a la preservación del entorno	1	14,3
Positivo: tienen prácticas sostenibles, pero hay áreas para mejorar	3	42,9
Neutro: no tienen un impacto significativo, ni positivo ni negativo	3	42,9
Total	7	100,0

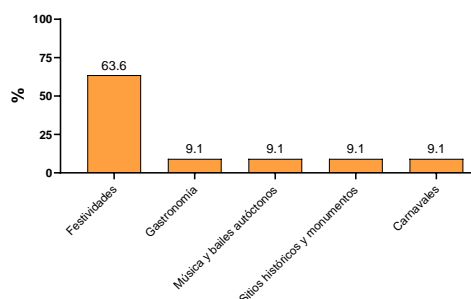


Impacto ambiental de las empresas turísticas

22. ¿Cuál considera usted que son los factores culturales que influyen en la atracción turística en el cantón Colta?

Factores culturales que influyen en el turismo

Opciones	f	%
festividades locales y tradicionales	7	63,6
Gastronomía típica de la región	1	9,1
Música y bailes autóctonos	1	9,1
Sitios históricos y monumentos culturales	1	9,1
Carnavales de Colta	1	9,1
Total	11	100,0



Factores culturales que influyen en el turismo