

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Gestión

Maestría en Administración de Empresas

Estudio de los factores determinantes para la creación de emprendimientos y/o microempresas en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi

Johana Aracelly Tamayo Freire

Tutor: Wilson Efrén Mariño Tamayo

Quito, 2025



Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Johana Aracelly Tamayo Freire, autora del trabajo intitulado “Estudio de los factores determinantes para la creación de emprendimientos y/o microempresas en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que, en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

10 de junio de 2025

Firma: _____

Resumen

La creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas en zonas con alto valor ambiental y cultural, como el cantón Tulcán en la provincia del Carchi, enfrenta limitaciones estructurales que afectan su sostenibilidad y crecimiento. Esta investigación tuvo como objetivo general analizar los factores determinantes que inciden en la creación de este tipo de iniciativas en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza, con el fin de proponer estrategias que mitiguen los riesgos y potencien el desarrollo local.

Para alcanzar este propósito, se empleó una metodología mixta, que combinó técnicas cuantitativas y cualitativas. Se aplicaron encuestas estructuradas a 40 emprendedores turísticos y se realizaron entrevistas a las autoridades locales, lo cual permitió obtener una visión integral del entorno emprendedor turístico en el cantón Tulcán.

Los resultados evidencian que los factores clave para la creación y sostenibilidad de estos negocios incluyen el acceso al financiamiento, la formación empresarial, el apoyo institucional, la innovación sostenible y la articulación con la comunidad. Paralelamente, se identificaron desafíos relevantes, como la falta de capital inicial, la escasa capacitación técnica, la complejidad de los trámites administrativos y una débil promoción digital.

También se identificaron elementos de éxito replicables en los emprendimientos ya consolidados, como la calidad del servicio, el respaldo comunitario, la diferenciación de la oferta y la sostenibilidad como eje transversal. A partir de estos hallazgos, se proponen estrategias específicas orientadas a fortalecer el ecosistema emprendedor, que incluyen programas de formación continua, líneas de financiamiento adaptadas al turismo rural, redes de colaboración público-privadas y la aplicación contextualizada del modelo CANVAS.

Estos aportes ofrecen insumos relevantes tanto para el diseño de políticas públicas enfocadas en el desarrollo territorial sostenible como para emprendedores y tomadores de decisiones que buscan impulsar el turismo de naturaleza en contextos similares.

Palabras clave: turismo de naturaleza, emprendimiento, sostenibilidad, microempresa, factores determinantes, estrategias.

Agradecimientos

Emprender una investigación es un desafío que solo se vuelve posible gracias al apoyo y la generosidad de quienes acompañan cada paso del camino. Este trabajo no es únicamente fruto del esfuerzo personal, sino también del respaldo, la guía y la inspiración de muchas personas.

A mis docentes de la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, quienes, con su entrega y conocimiento, no solo me guiaron en este proceso, sino que también me desafiaron a crecer académica y profesionalmente. Su compromiso ha sido clave en mi formación y en la construcción de esta investigación. De manera especial, a mi tutor de tesis, por su valiosa guía, que me impulsó a dar lo mejor de mí en cada etapa de este estudio.

A la Universidad Andina Simón Bolívar, por brindarme el acceso a recursos, conocimientos y un espacio propicio para el desarrollo de este trabajo

A los emprendedores del cantón Tulcán, protagonistas silenciosos de esta investigación, gracias por su generosidad al compartir sus experiencias, sus desafíos y sus sueños. Ustedes representan la fuerza, la esperanza y la perseverancia que necesita nuestro territorio para avanzar.

A Dios, fuente de fortaleza y sabiduría. A mi familia, especialmente a mis padres, por su apoyo incondicional y por enseñarme con el ejemplo el valor del esfuerzo y la honestidad. A mis hijos, Carlos y Daniela, con todo mi amor y gratitud. Ustedes son la fuerza que me impulsa a seguir adelante. Gracias por su ternura, por su paciencia durante mis ausencias y por recordarme cada día el verdadero significado del amor incondicional. Que este logro también siembre en ustedes la certeza de que todo sueño es posible con esfuerzo, fe y dedicación.

A todos aquellos que, con sus palabras de aliento y su compañía, hicieron este recorrido más llevadero, mi más sincero agradecimiento.

Tabla de contenidos

Figuras	13
Introducción.....	15
Capítulo primero: Consideraciones teóricas sobre el emprendimiento y/o microempresas en Ecuador	19
1. Emprendimiento: Convertir una visión en un proyecto real	21
1.1 Más allá de la idea: El arte de convertir sueños en negocios	23
1.2 El impacto del emprendimiento en el crecimiento económico y social	23
1.3 Modelos de emprendimiento y sus oportunidades	25
1.3.1 Emprendimientos clásicos	25
1.3.2 Emprendimientos modernos y específicos	25
1.3.3 Emprendimientos de adaptación y oportunidad	26
1.4 Etapas clave en la creación del emprendimiento.....	27
1.4.1 Ideación	27
1.4.2 Investigación y validación.....	27
1.4.3 Planificación y estrategia.....	27
1.4.4 Implementación	29
1.4.5 Crecimiento y consolidación	29
1.4.6 Escalabilidad y diversificación.....	30
1.5 Desafíos del emprendimiento y estrategias para un crecimiento sostenible	30
1.5.1 Financiamiento limitado.....	30
1.5.2 Incertidumbre del mercado.....	31
1.5.3 Gestión del tiempo.....	31
1.5.4 Competencia y diferenciación	31
1.6 Características de los emprendimientos turísticos de naturaleza	32
1.7 Desafíos específicos para emprendimientos turísticos de naturaleza.....	32
2 Microempresas: Pequeñas estructuras con gran impacto	33
2.1 El rol de las microempresas en la generación de empleo y dinamización de mercados.....	34
2.2 Características clave de las microempresas en el entorno actual	34
2.3 Clasificación de las microempresas y su contribución al tejido empresarial ...	35

3	Ámbito legal y tributario para la creación de emprendimientos y/o microempresas.....	36
Capítulo segundo: Turismo global: impacto y oportunidades para el desarrollo.....		43
1.	Turismo de conocimiento de la naturaleza en el Ecuador: Un enfoque sostenible para el desarrollo	43
1.1	Oportunidades para los emprendedores locales	44
1.2	Importancia del turismo de naturaleza	45
1.3	Ecosistemas y biodiversidad en Ecuador	46
1.4	Beneficios del turismo de naturaleza	48
2	Desafíos del turismo de naturaleza.....	49
2.1	Protección de ecosistemas vulnerables	49
2.2	Desigualdad en la distribución de los beneficios económicos	49
2.3	Educación y concienciación ambiental	50
2.4	Planificación y gestión integral	50
3	Turismo de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi	51
3.1	Atractivos naturales del cantón Tulcán	51
Capítulo tercero: Descripción de la problemática actual del turismo en la provincia del Carchi y el cantón Tulcán.....		57
1.	Pregunta central y objetivos de la investigación	58
1.1	Pregunta central:.....	58
1.2	Objetivo general:	59
1.3	Objetivos específicos:.....	59
2	Problemática de competencias entre actores	59
3	Factores determinantes para la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas.....	61
3.1	Tipo de investigación y metodología a utilizar	61
3.2	Resultados de la investigación	62
3.2.1	Respuesta a la pregunta central	63
3.2.2	Análisis de los resultados obtenidos con relación a los objetivos específicos .	65
3.2.3	Análisis global del objetivo general	74
4	¿Cómo crear emprendimientos y/o microempresas de turismo de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi?	75
4.1	Acceso al financiamiento	76

4.2	Capacitación en habilidades clave	78
4.3	Implementación de prácticas innovadoras y sostenibles	81
5	Factores esenciales para el éxito de un emprendimiento y/o microempresa de turismo de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia Carchi	81
5.1	Identificación de los factores clave	82
5.1.1	Descripción del mercado	82
5.1.2	Calidad del producto turístico	82
5.1.3	Capacitación y formación continua	82
5.1.4	Redes y alianzas estratégicas	83
5.1.5	Innovación y adaptación al cambio	83
6	Casos de éxito	84
6.1	Hostería El Encanto: Mindo, Pichincha	84
6.2	Reserva Ecológica Santa Lucía: Nanegal, Pichincha	84
6.3	Yasuní Kichwa Ecolodge: Parque Nacional Yasuní	85
7	Desarrollo sostenible y responsabilidad social en emprendimientos y/o microempresas turísticas de conocimiento de la naturaleza del cantón Tulcán de la provincia del Carchi	86
7.1	Análisis de prácticas sostenibles	88
Capítulo cuarto: El Emprendedor en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza		89
1	Perfil del emprendedor	89
1.1	Orientación hacia el logro y la perseverancia	89
1.2	Creatividad e innovación	90
1.3	Tolerancia al riesgo	90
1.4	Liderazgo y gestión de equipos	90
2.	Competencias del emprendedor	91
3.	Creación de un esquema operativo de soporte para el inicio y normal funcionamiento del primer año de los emprendimientos y/o microempresas ..	92
3.1	Socios clave	93
3.2	Actividades clave	93
3.3	Propuesta de valor	94
3.4	Relaciones con clientes	94
3.5	Segmento de clientes	95

3.6 Recursos clave.....	95
3.7 Canales	96
3.8 Estructura de costos	96
3.9 Fuentes de ingresos	97
Conclusiones y recomendaciones	99
Obras citadas.....	105
Anexos	111
Anexo 1: Ficha técnica de atractivos turísticos y trípticos del Ministerio de Turismo del cantón Tulcán	111
Anexo 2: Encuesta: Factores determinantes para la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas en el cantón Tulcán	112
Anexo 3: Resultados de la encuesta: factores determinantes para la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas en el cantón Tulcán	120

Figuras

Figura 1. Grado de dificultad para acceder a financiamiento en emprendimientos del sector turístico del cantón Tulcán.	63
Figura 2. Porcentaje de apoyo en el que califican los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán al gobierno.	64
Figura 3. Nivel de dificultad para la obtención de requisitos en la apertura de emprendimientos del sector turístico del cantón Tulcán.	64
Figura 4. Obstáculos percibidos por los emprendedores del cantón Tulcán.	65
Figura 6. Formas de financiamiento de los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán.	68
Figura 8. Nivel de Capacitación en gestión empresarial para emprendedores turísticos de los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán.....	69
Figura 9. Percepción de Innovación en los productos y servicios turísticos de los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán.....	70
Figura 11. Requerimiento de apoyo gubernamental por parte de los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán.....	72
Figura 12. Ingresos esperados por parte de los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán para los próximos dos años.....	73
Figura 13. Motivaciones clave para emprender en el sector turístico del cantón Tulcán.....	74
Figura 14. Porcentaje de los factores determinantes para la creación de los emprendimientos y/o microempresas turísticas en el cantón Tulcán	75
Figura 15. Competencias emprendedoras.....	92
Figura 16. Esquema operativo para emprendimientos y/o microempresas turísticas en el cantón Tulcán.....	98

Introducción

El turismo de naturaleza se ha consolidado como una estrategia clave para promover el desarrollo económico sostenible en regiones con alto valor ambiental y cultural, como el cantón Tulcán en la provincia del Carchi. Diversos estudios han destacado que el turismo sostenible no solo genera ingresos, sino que también impulsa la conservación ambiental y la inclusión social (Bravo 2014); (Casas Do Campo 2023).

Según Martínez (2017) este tipo de turismo constituye una herramienta eficaz para diversificar economías rurales, proteger ecosistemas frágiles y fortalecer la identidad cultural de las comunidades locales.

En este contexto, los emprendimientos turísticos de conocimiento de la naturaleza se presentan como una vía para dinamizar la economía local y generar empleo, especialmente en zonas rurales con potencial natural. Tal como señalan Gonzáles et al. (2022), las microempresas cumplen un rol esencial en la dinamización de mercados locales, al responder con agilidad a las necesidades del entorno.

Sin embargo, a pesar del potencial turístico del cantón Tulcán, existen múltiples limitaciones que dificultan la consolidación de emprendimientos sostenibles. Investigaciones como las de López y Rivera (2020) evidencian que factores como la falta de acceso al crédito, la escasa formación empresarial y la debilidad institucional restringen significativamente el desarrollo del emprendimiento en Ecuador. Rivera y Mesías (2024) agregan que, a nivel local, la ausencia de políticas públicas articuladas y sostenidas impide el fortalecimiento del ecosistema emprendedor. A ello se suma la complejidad de los trámites administrativos, que representan una barrera adicional para los nuevos empresarios.

Este estudio parte de la siguiente pregunta central: ¿Cuáles son los factores determinantes que ayudan a mitigar los riesgos potenciales para la creación de emprendimientos y/o microempresas en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi?

En base a esta interrogante, se planteó como objetivo general analizar los factores determinantes que inciden en la creación de emprendimientos y/o microempresas en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi, con el fin de proponer estrategias que mitiguen los riesgos y potencien el desarrollo local.

Para ello, se desarrollaron los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar los principales desafíos que enfrentan los emprendedores al establecer negocios turísticos de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán provincia del Carchi
2. Caracterizar los factores determinantes que contribuyen al éxito de los emprendimientos y microempresas turísticas de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi
3. Definir estrategias y acciones que contribuyan a superar los riesgos identificados y promover el desarrollo de emprendimientos turísticos de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi.

Desde una perspectiva teórico-metodológica, esta investigación adopta un enfoque mixto, combinando herramientas cualitativas y cuantitativas para abordar de forma integral el fenómeno estudiado. A través de encuestas estructuradas a emprendedores y entrevistas a autoridades locales, se recopilaron datos estadísticos y percepciones cualitativas que permitieron construir una visión comprensiva sobre los desafíos, factores de éxito y estrategias necesarias para el fortalecimiento del sector turístico local.

En cuanto a las fuentes utilizadas, se recurrió a literatura académica actualizada, estudios de caso, bases estadísticas, normativa nacional, documentos de organismos internacionales y referencias conceptuales sobre emprendimiento, microempresas y turismo sostenible.

Y para responder al objetivo general de investigación, el contenido se desarrolla en cuatro capítulos. El primer capítulo establece el marco teórico de la investigación, abordando conceptos esenciales sobre el emprendimiento, sus fases y las características de las microempresas turísticas. Este apartado subraya la relevancia de los emprendimientos como motores de desarrollo en áreas con potencial turístico, identificando desafíos como el acceso limitado al financiamiento y la falta de formación empresarial. También se analiza el papel del turismo sostenible, resaltando la necesidad de equilibrar crecimiento económico y conservación ambiental, sentando las bases teóricas para el análisis posterior.

El segundo capítulo explora el impacto global del turismo, analizando experiencias internacionales que destacan los beneficios económicos y sociales de un turismo bien gestionado. Se examinan los desafíos de preservar ecosistemas y garantizar una distribución equitativa de beneficios, proporcionando lecciones valiosas aplicables al

contexto de Tulcán. Este análisis subraya la importancia de estrategias integrales que combinen promoción, infraestructura y desarrollo de capacidades locales para alcanzar un turismo sostenible.

El tercer capítulo describe la problemática actual del turismo en el Carchi, identificando limitaciones como la falta de infraestructura, escasa promoción y desarticulación entre actores. También examina los factores clave para la creación de emprendimientos, destacando la necesidad de financiamiento y programas de capacitación, proporcionando un panorama claro de los desafíos que deben superarse para fomentar un turismo sostenible.

El cuarto capítulo analiza el perfil del emprendedor turístico, destacando competencias como creatividad, resiliencia y liderazgo, esenciales para enfrentar los retos del mercado. También resalta la importancia de la formación continua en gestión, marketing y sostenibilidad, subrayando la necesidad de un entorno que fomente el desarrollo de estas habilidades y una cultura emprendedora orientada a la innovación.

Además, presenta un esquema operativo para apoyar a los emprendedores turísticos durante su primer año, ofreciendo estrategias de planificación, gestión financiera, marketing y sostenibilidad. Se destaca la importancia de prácticas responsables y equipos capacitados, proporcionando herramientas clave para enfrentar desafíos iniciales y asegurar un crecimiento sostenible a largo plazo.

Con esta investigación se espera ofrecer un aporte significativo al diseño de políticas públicas, al fortalecimiento del ecosistema emprendedor y a la promoción de un turismo sostenible, competitivo y articulado con el desarrollo territorial del cantón Tulcán.

Capítulo primero

Consideraciones teóricas sobre el emprendimiento y/o microempresas en Ecuador

El emprendimiento y/o las microempresas representan ejes fundamentales para la economía ecuatoriana, desempeñando un papel clave en la creación de empleo, la generación de ingresos y el fortalecimiento del tejido productivo. En un entorno de cambio constante, su capacidad de adaptación y crecimiento les permite consolidarse como actores relevantes en el desarrollo local y nacional. Este capítulo examina las principales consideraciones teóricas sobre el emprendimiento, destacando su impacto económico y social, así como las diversas tipologías existentes. Además, se analizan las características esenciales de las microempresas y su rol en la estructura empresarial del país, considerando aspectos como su clasificación, regulación y contribución a la dinamización de los mercados.

En el contexto ecuatoriano, el emprendimiento ha adquirido un papel protagónico como alternativa ante la precariedad laboral y la limitada cobertura del sector formal. Según datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Ecuador se caracteriza por presentar una de las tasas más altas de actividad emprendedora temprana en la región, alcanzando en 2023 un 32,7 % de la población adulta involucrada en actividades de emprendimiento (Lasio et al. 2024, 33).

Sin embargo, esta dinámica también se ve acompañada de una elevada tasa de fracaso y abandono de negocios, lo que refleja la baja sostenibilidad de los emprendimientos en comparación con otros países latinoamericanos como Brasil o Colombia (Lasio et al., 2020, citado en Rivera y Mesías 2024). El mismo autor, en un estudio anterior (2018, citado en López y Rivera 2020, 76–78), ya advertía que, pese a la alta tasa de actividad emprendedora —cercana al 30 %—, Ecuador enfrenta serias dificultades para sostener sus iniciativas a largo plazo, debido principalmente al acceso limitado a financiamiento, la informalidad y las debilidades institucionales.

La pandemia de COVID-19 expuso aún con mayor claridad esta fragilidad, cuando el 80 % de los negocios en América Latina resultaron gravemente afectados; en Ecuador, más del 50 % de las microempresas disponían de apenas 37 días de liquidez.

En la etapa postpandemia, se ha profundizado el análisis de los factores que conducen al cierre de negocios en Ecuador. El Global Entrepreneurship Monitor (2023) destaca que entre las principales causas figuran la falta de rentabilidad (37,40 %), el acceso limitado a financiamiento (21,38 %) y problemas personales (19,31 %). Si bien el porcentaje de cierres directamente atribuibles a la pandemia fue relativamente bajo en Ecuador (7,78 %) frente al promedio regional (11,88 %), estos datos ponen en evidencia que los obstáculos estructurales persisten (Lasio et al. 2024, 40). En particular, la falta de mecanismos de apoyo financiero oportunos y la dificultad para sostener ingresos estables continúan afectando la viabilidad de los emprendimientos, lo que refleja un entorno aún frágil para el desarrollo empresarial sostenible.

Este fenómeno responde, en gran parte, a factores estructurales que limitan el ecosistema emprendedor en el país. Entre ellos se destacan un marco legal desfavorable, trámites complejos para la apertura de negocios, baja capacidad de resolución de controversias y escasa transferencia de conocimiento tecnológico (OIT 2021, citado en Rivera y Mesías 2024, 17). Además, prevalece el emprendimiento por necesidad, es decir, iniciativas motivadas por la falta de empleo, más que por la identificación de oportunidades estratégicas, lo cual también repercute en su bajo nivel de innovación.

En cuanto al rol del Estado, Araque, Rivera y Argüello (2020, 21) argumentan que, a pesar de la existencia de múltiples iniciativas públicas y privadas, estas han carecido de una articulación efectiva y de una visión integral a nivel nacional. Aunque se ha aprobado la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020), aún persiste un desfase entre la normativa vigente y la capacidad real del aparato institucional para implementar políticas efectivas. Esta situación también se replica a nivel local: si bien hay diecinueve Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) provinciales y cantonales, así como doce universidades que promueven el emprendimiento a través de centros de formación empresarial, la falta de coordinación entre estas iniciativas limita su impacto (Rivera y Mesías 2024, 27).

En este sentido, las políticas públicas locales cobran especial relevancia, ya que tienen la capacidad de responder directamente a los problemas cotidianos y específicos del territorio. Como señalan Peters (1995) y Subirats citado (Hernández y Rivera 2016) lo local es, a menudo, el espacio donde lo global se expresa de forma concreta. Desde esta lógica, una política pública descentralizada, participativa y contextualizada puede actuar como catalizadora del desarrollo humano sostenible, permitiendo el

fortalecimiento del tejido económico mediante el involucramiento directo de la ciudadanía y el aprovechamiento de las ventajas competitivas del territorio.

En el caso del emprendimiento, esto se traduce en la necesidad de construir un ecosistema local robusto, donde interactúen de forma articulada los actores públicos, privados y comunitarios. Este enfoque se ve reflejado en experiencias como las Agencias de Desarrollo Económico Local y los Centros de Desarrollo de las Pequeñas Empresas, que han sido impulsados en distintas regiones como medios eficaces para planificar el desarrollo económico, fomentar la inclusión financiera y acompañar procesos empresariales desde la base. En Ecuador, esta visión se apoya en el marco legal compuesto por la Constitución de la República (2008, art. 39), la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020) y su reglamento, los cuales promueven la capacitación, el acceso a financiamiento y la articulación institucional como pilares para el fortalecimiento del emprendimiento juvenil y comunitario.

No obstante, dicha intención aún no se refleja con claridad en la práctica institucional cotidiana que promueva el emprendimiento, ya que aún persisten vacíos importantes en la articulación de los esfuerzos institucionales. La dispersión de iniciativas públicas, académicas y privadas sin una estrategia nacional de coordinación reduce su impacto potencial. Por ello, se requiere la presencia de un Estado que asuma un rol rector claro, capaz de definir lineamientos comunes y políticas públicas descentralizadas que canalicen adecuadamente los recursos y multipliquen sus efectos positivos. Solo así será posible transformar la dinámica emprendedora local en un verdadero motor de desarrollo económico, social y territorial sostenible.

En este marco, las políticas públicas no solo deben incentivar la creación de negocios, sino también fortalecer el entorno institucional y legal, mejorar el acceso al capital y fomentar redes colaborativas sostenibles.

En el caso del turismo de naturaleza, esto implica una planificación estratégica que articule a los actores locales, reconozca las particularidades territoriales y promueva modelos de negocio responsables con el medio ambiente y las comunidades.

1. Emprendimiento: Convertir una visión en un proyecto real

En el contexto contemporáneo, el emprendimiento se configura como un impulso fundamental para el avance económico, social y ambiental. Su núcleo reside en la capacidad de los emprendedores para transformar ideas innovadoras en soluciones reales que impactan tanto en economías locales como en el bienestar global de las comunidades.

Así lo enfatiza la Organización Internacional del Trabajo (2019, 1–3), al considerar los emprendimientos como aquellos que fortalecen el tejido empresarial, toda vez de que impulsan la generación de empleo y contribuyen significativamente a la construcción de economías resilientes y adaptativas, capaces de responder a los desafíos del entorno.

La innovación y la sostenibilidad hoy se constituyen pilares fundamentales del emprendimiento moderno. Los emprendedores no solo buscan el éxito económico; también están comprometidos con los principios del desarrollo sostenible, abordando problemas como el cambio climático, la inclusión social y la equidad de género. De acuerdo a un estudio de Hall et al. (2010), los emprendedores poseen una posición estratégica para impulsar iniciativas que integren la sostenibilidad ambiental y la equidad social, factores fundamentales en el escenario global contemporáneo.

El avance de la digitalización y el desarrollo de tecnologías como el comercio electrónico, la inteligencia artificial y el análisis de datos a gran escala han transformado el panorama empresarial, brindando a los emprendedores herramientas estratégicas para optimizar sus procesos y expandir sus negocios con mayor eficacia. Investigaciones recientes destacan que la adopción de estas innovaciones no solo facilita el acceso a los mercados, sino que también refuerza la sostenibilidad de los modelos de negocio al maximizar el uso eficiente de los recursos y reducir el desperdicio (Jara et al. 2025, 1–3).

A nivel internacional, el emprendimiento es reconocido como un instrumento clave para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La ONU destaca el emprendimiento como una vía eficaz para reducir la pobreza y promover economías inclusivas, fortaleciendo así el tejido social y económico de las comunidades. Además reconoce que los emprendimientos impulsados por la tecnología tienen un papel destacado en la mitigación de problemas ambientales, especialmente en sectores como la energía, el transporte y la fabricación sostenible (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas 2017, 1–64).

No obstante, los emprendedores deben afrontar múltiples desafíos para consolidar sus negocios en el entorno digital. Factores como la obtención de financiamiento, la adaptación a cambios regulatorios y la adquisición de competencias tecnológicas resultan fundamentales para la sostenibilidad y el crecimiento empresarial. En este contexto, quienes logren integrar herramientas digitales de manera estratégica y optimizar la gestión de recursos estarán mejor posicionados para competir en un mercado en constante evolución (Jara et al. 2025, 1–3).

1.1 Más allá de la idea: El arte de convertir sueños en negocios

Elsy Sandoya et. al (2023, párr. 1), define el emprendimiento como “un mecanismo de independencia económica y de sustento personal que requiere entender el contexto de oportunidades, así como estrategias que le permitan la sostenibilidad al negocio”.

Para Peter F. Drucker (1985), la clave del emprendimiento radica en la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades. En lugar de centrarse únicamente en resolver problemas, los emprendedores eficaces enfocan su gestión en descubrir y explotar nuevas posibilidades, ya que la innovación surge de percibir el cambio como una oportunidad en lugar de una amenaza.

Schumpeter (1934 citado en Vargas y Uttermann 2020, 1) “definió el emprendimiento como la innovación y el comportamiento orientado al cambio y es motivado por diferentes circunstancias y de acuerdo a eso se puede clasificar por necesidad o por oportunidad”.

Las definiciones de Sandoya, Drucker y Schumpeter coinciden en destacar al emprendimiento como un elemento estratégico y transformador en distintos escenarios. Sandoya enfatiza su papel como un medio de independencia económica, destacando la importancia del contexto y las estrategias de sostenibilidad. Drucker lo concibe como un proceso de identificación de oportunidades, donde la clave del éxito no es solo solucionar problemas, sino aprovechar los cambios del entorno para innovar.

En esta línea, Schumpeter, por su parte, describe el emprendimiento como una fuente de innovación y cambio que transforma la economía. Aunque él no estableció explícitamente la clasificación entre emprendimiento por necesidad y por oportunidad, su teoría ha servido como base para interpretaciones modernas que diferencian estos enfoques. Estas perspectivas reflejan la naturaleza diversa del emprendimiento y su impacto en el desarrollo económico y social. Mientras algunos lo ven como un mecanismo de estabilidad personal y económica, otros lo consideran una estrategia para explotar oportunidades de innovación y crecimiento.

1.2 El impacto del emprendimiento en el crecimiento económico y social

El emprendimiento como eje que potencia las economías de los países por el impulso que genera al crear empleo, riqueza, y desarrollo económico, marca una línea importante que merece esfuerzos por incentivar la creación de emprendimientos y

mantenerlos en el tiempo, un reto que denota la importancia que tiene en el engranaje económico de las sociedades.

La mentalidad emprendedora es fundamental para transformar una visión personal en una realidad empresarial. Este concepto implica no solo la capacidad de soñar, sino también la disposición para trabajar arduamente, tomar riesgos calculados y canalizar los talentos y recursos hacia metas concretas. “Si lo sueñas puedes lograrlo”, decía Walter Elías Disney, citado en (SENA 2025, 3) un ejemplo emblemático de cómo el espíritu emprendedor puede convertir sueños en logros tangibles. Desde sus comienzos modestos, Disney no solo soñó con crear un mundo de fantasía, sino que también trabajó incansablemente para consolidar un legado que ha trascendido generaciones.

Así que no basta con solo soñar, se necesita actitud emprendedora, combinada con factores como el talento y el trabajo para cambiar el futuro, lo que implica reflexionar sobre como las decisiones personales y profesionales pueden alinearse con una visión de crecimiento a largo plazo. Este proceso obliga al individuo a proyectarse más allá de su situación actual, considerando no solo las metas profesionales, sino también las aspiraciones de desarrollo personal.

Un emprendedor exitoso reconoce que su entorno influye en sus decisiones, pero que, en última instancia, es su capacidad para adaptarse y perseverar lo que define su éxito. La mentalidad emprendedora se convierte así en un pilar transformador, capaz de superar los desafíos del contexto y construir un futuro basado en la acción y la determinación. La relevancia del emprendimiento cumple una función esencial en el desarrollo, la cual se destaca en la siguiente síntesis:

- Generación de empleo: Fomenta la creación de nuevas empresas, lo que a su vez genera empleo y contribuye al crecimiento económico.
- Innovación y competitividad: Los emprendedores a menudo introducen nuevas ideas y tecnologías, impulsando la innovación y aumentando la competitividad en los mercados.
- Desarrollo regional: Puede ser un catalizador para el desarrollo regional, especialmente en áreas que buscan diversificar su economía.
- Mejora del nivel de vida: La actividad emprendedora puede mejorar el nivel de vida al proporcionar soluciones a problemas y necesidades, así como al crear oportunidades económicas.

- Adaptabilidad a cambios económicos: Los emprendedores son fundamentales para adaptarse a cambios económicos y sociales, lo que contribuye a la resiliencia de las comunidades.

1.3 Modelos de emprendimiento y sus oportunidades

La literatura sobre emprendimiento revela una rica variedad de tipos, cada uno con su propia esencia, por un lado, están las pequeñas empresas que se enfocan en consolidarse a nivel local y ofrecer estabilidad en su entorno y por otro lado encontramos los emprendimientos escalables e innovadores, que tienen el objetivo de crecer rápidamente y alcanzar nuevos horizontes. También es importante considerar el papel de las organizaciones sociales, que generan un impacto significativo en sus comunidades, así como el intraemprendimiento, donde los grandes corporativos fomentan la innovación interna. En ese contexto a continuación se presentan los tipos de emprendimientos más relevantes, según diversas fuentes especializadas.

1.3.1 Emprendimientos clásicos

De acuerdo con BBVA (2024, párr. 20–23), los emprendimientos clásicos incluyen:

- Pequeñas empresas: Estas se enfocan en la administración propia, priorizando la sostenibilidad y la estabilidad económica familiar. A diferencia de otros tipos, no buscan un crecimiento exponencial, sino la consolidación local.
- Emprendimiento escalable: Su característica principal es la innovación orientada a un crecimiento rápido. Para ello, implementan estrategias de alto margen y estructuran equipos ágiles que permiten una adaptación eficiente a las demandas del mercado.
- Organización social: Este tipo de emprendimiento combina objetivos financieros con una misión de impacto social, enfocándose en solucionar problemas comunitarios mediante iniciativas sostenibles.

1.3.2 Emprendimientos modernos y específicos

Los emprendimientos modernos reflejan las tendencias contemporáneas y destacan por su innovación y adaptabilidad. Entre ellos se encuentran:

- Grandes empresas: Evolucionan desde pequeños negocios hasta alcanzar una estructura empresarial consolidada. Mantienen su modelo de negocio inicial, pero lo adaptan y expanden a nuevos mercados para garantizar su sostenibilidad (García 2024, párr. 10–11).
- Emprendimiento innovador: Este tipo se enfoca en la creación de productos o servicios disruptivos que transforman mercados establecidos. Su esencia radica en desafiar las normas tradicionales mediante soluciones innovadoras (García 2024, párr. 12–13).
- Intraemprendimiento: Se caracteriza por fomentar la innovación dentro de grandes corporaciones. Los empleados tienen la libertad de desarrollar ideas sin asumir riesgos personales, lo que impulsa la creatividad y mejora continua en las organizaciones (García 2024, párr. 14–16).

1.3.3 Emprendimientos de adaptación y oportunidad

Diversos autores destacan distintos tipos de emprendimientos que se adaptan rápidamente a las condiciones del mercado.

- Emprendimiento espejo o de imitación: Este modelo replica negocios exitosos adaptándolos a nuevos contextos o mejorándolos para diferenciarse en el mercado (Carranza 2022, párr. 20–21).
- Emprendimiento buscavidas: Este enfoque destaca por la perseverancia y habilidades comerciales del emprendedor para generar oportunidades a partir de su esfuerzo personal (García 2024, párr. 17)
- Emprendimiento del comprador: Aprovechando su capacidad financiera, estos emprendedores adquieren negocios existentes para optimizarlos y expandirlos mediante una gestión eficiente (García 2024, párr. 18–19).
- Emprendimiento del investigador: Basados en un análisis exhaustivo, estos emprendedores validan ideas antes de implementarlas, asegurando la viabilidad del proyecto (García 2024, párr. 20).
- Negocios oportunistas: Detectan y capitalizan oportunidades emergentes y cambios del mercado rápidamente (Carranza 2022, 1).

1.4 Etapas clave en la creación del emprendimiento

El emprendimiento es un proceso que avanza a través de varias etapas críticas, cada una con sus propios retos y oportunidades. Desde la concepción de una idea hasta la expansión y, en algunos casos, la renovación o cierre, entender estas fases es esencial para el éxito empresarial.

Este análisis de las fases del emprendimiento proporciona una visión clara de cómo transformar una idea en un negocio exitoso y cómo adaptarse a los cambios a lo largo de su ciclo de vida.

1.4.1 Ideación

En la fase de ideación surgen las ideas y comienzan a tomar forma, donde la creatividad se encuentra con la realidad (Marco 2024, párr. 2–3). Aquí es donde los emprendedores exploran, investigan y validan si su concepto tiene el potencial de prosperar en el mercado. Para ello, es necesario sumergirse en el contexto real, recopilar datos concretos y asegurarse de que la idea sea no solo innovadora, sino también viable. Este paso inicial establece una base sólida que permite realizar ajustes oportunos y efectivos, fundamentados en la retroalimentación recibida.

1.4.2 Investigación y validación

En esta fase, la investigación y validación son esenciales para evaluar si la idea tiene verdadero potencial y si existe un mercado definido para el producto o servicio (Marco 2024, párr. 4–5). El lograrlo implica someter la idea a un proceso de evaluación detallado que permita medir su viabilidad y aceptación en el mercado. La recopilación de datos mediante estudios de mercado, encuestas y entrevistas con clientes potenciales proporciona una visión más clara sobre sus expectativas y necesidades.

Este análisis no solo valida la propuesta inicial, sino que también facilita la identificación de posibles obstáculos y la implementación de soluciones, evitando así asignar recursos innecesarios a un proyecto no viable.

1.4.3 Planificación y estrategia

Una fase crítica del emprendimiento en la que lo fundamental es definir la visión y misión del negocio, establecer objetivos claros y desarrollar estrategias para alcanzarlos (Marco 2024, párr. 6–7). El contar con una guía clara y alineada con metas específicas

aseguran que los esfuerzos estén enfocados y dirigidos hacia un plan estratégico bien definido.

En esta etapa cobra relevancia el modelo CANVAS, propuesto por Alexander Osterwalder en 2004, una herramienta estratégica que facilita el diseño y análisis de modelos de negocio. A través de su enfoque visual y sencillo, permite a los emprendedores estructurar y validar sus ideas de forma eficaz (Carvajal Cajas 2018, 21).

Esta metodología es especialmente útil para emprendedores que buscan aclarar su propuesta de valor, segmentar su mercado y optimizar sus recursos, todo dentro de un formato integral y accesible.

El modelo se organiza en nueve bloques esenciales, que describen los componentes clave de cualquier negocio. Cada bloque tiene una función específica y, al integrarse, proporciona una visión holística del modelo de negocio. A continuación, se detallan los bloques fundamentales del modelo CANVAS (Carvajal Cajas 2018, 23–36):

1. Socios clave. Son las alianzas estratégicas que ayudan a la empresa a optimizar recursos, mitigar riesgos y explorar nuevas oportunidades. Estas asociaciones pueden incluir alianzas, *joint ventures* o acuerdos de cooperación.
2. Actividades clave. Son las tareas necesarias para crear y entregar la propuesta de valor, alcanzar los segmentos de clientes y generar ingresos. Estas actividades pueden incluir producción, solución de problemas y gestión de redes.
3. Propuesta de valor. Definir cómo la empresa satisface las necesidades de sus clientes y resuelve sus problemas. La propuesta de valor debe ser innovadora, relevante y sostenible, diferenciándose de la competencia y alineándose con las expectativas del mercado.
4. Recursos clave. Se refiere a los activos fundamentales que una empresa requiere para funcionar adecuadamente y cumplir con su propuesta de valor. Estos recursos abarcan aspectos físicos (infraestructura, maquinaria), intelectuales (marcas, patentes, *know-how*), humanos (equipo técnico y operativo) y financieros (capital, líneas de crédito). La correcta identificación y gestión de estos recursos resulta esencial para garantizar la sostenibilidad y competitividad del modelo de negocio.
5. Segmentos de clientes. Son los grupos a los que la empresa dirige su propuesta de valor. Una segmentación eficaz identifica subgrupos homogéneos basados en características geográficas, demográficas, psicográficas o conductuales, lo que permite personalizar estrategias y maximizar la relevancia de la oferta.

6. Relación con clientes. Establecer relaciones duraderas y rentables con los clientes es esencial. Las relaciones pueden ser personales, automatizadas o autoservicio, dependiendo de las necesidades del cliente y las capacidades de la empresa.
7. Canales. Son los medios a través de los cuales la empresa entrega su propuesta de valor a los segmentos de clientes. Pueden ser directos, indirectos o mixtos, y deben facilitar la accesibilidad del cliente a los productos y servicios, mejorando su experiencia y fidelización.
8. Estructura de costos. Incluye todos los gastos necesarios para operar el modelo de negocio. Estos costos pueden ser fijos, variables, directos o indirectos, y están directamente relacionados con los recursos, actividades y asociaciones clave. Una correcta gestión de estos costos permite maximizar la rentabilidad.
9. Fuentes de ingresos. Determinan cómo la empresa genera ingresos a partir de la propuesta de valor, ya sea a través de transacciones puntuales o ingresos recurrentes. La diversificación de las fuentes de ingresos es clave para la sostenibilidad económica.

1.4.4 Implementación

Con el plan de negocios definido, llega el momento de ponerlo en práctica. En esta fase, es necesario comenzar a desarrollar el producto o servicio, formar alianzas estratégicas, contratar personal y poner en marcha las estrategias de marketing y ventas. La implementación puede representar un desafío, pero también abre nuevas oportunidades. Es clave ejecutar el plan de manera efectiva, gestionar los recursos de forma eficiente y mantenerse flexible, aprendiendo de los obstáculos que puedan surgir durante el proceso (Marco 2024, párr. 8–9).

1.4.5 Crecimiento y consolidación

Después de la fase de lanzamiento y la inserción en el mercado, el siguiente desafío para un emprendimiento es consolidarse y expandirse. En este punto, es esencial identificar nuevas oportunidades de crecimiento, optimizar los procesos internos y fortalecer su presencia en el mercado. Alcanzar un crecimiento sostenible exige una planificación estratégica bien definida y la disposición para asumir riesgos medidos de manera responsable.

La innovación y la mejora constante deben ser prioridades, al igual que la calidad del servicio al cliente, ya que este factor es determinante tanto para la retención como para la captación de nuevos consumidores (Marco 2024, párr. 10–11)

1.4.6 Escalabilidad y diversificación

La última fase del emprendimiento se centra en la escalabilidad y diversificación. Una vez que el negocio ha logrado estabilidad y se han establecido las bases para su crecimiento, llega el momento de buscar oportunidades de expansión y diversificar la oferta de productos o servicios. En esta etapa, es necesario explorar nuevos mercados, ampliar la presencia geográfica y evaluar la posibilidad de introducir nuevas líneas de negocio. La escalabilidad y diversificación son clave para mantener la relevancia en un entorno de mercado en constante cambio, asegurando la sostenibilidad y el futuro del emprendimiento (Marco 2024, párr. 12–13)

1.5 Desafíos del emprendimiento y estrategias para un crecimiento sostenible

Emprender es clave para el desarrollo económico y la innovación, pero conlleva desafíos significativos. Los emprendedores enfrentan obstáculos como la identificación de oportunidades, la gestión de recursos y la adaptación a cambios constantes. Comprender estos retos es esencial para desarrollar estrategias que permitan a los emprendedores prosperar en un entorno competitivo. A continuación, se abordan los principales desafíos del emprendimiento.

1.5.1 Financiamiento limitado

La falta de una base financiera sólida representa uno de los mayores desafíos para quienes inician un negocio, ya que la disponibilidad limitada de capital puede restringir el crecimiento y afectar la sostenibilidad de la empresa. Para hacer frente a esta situación, es fundamental que los emprendedores diversifiquen sus fuentes de financiamiento de manera estratégica. Explorar alternativas como la atracción de inversionistas, el acceso a créditos y la participación en programas de apoyo financiero puede proporcionar los recursos necesarios. Además, optimizar la eficiencia operativa y priorizar un crecimiento escalonado permite reducir la dependencia de financiamiento externo, fortaleciendo la solidez económica del negocio (The Growth Coach PR 2023, 1).

1.5.2 Incertidumbre del mercado

El entorno empresarial es altamente variable y está expuesto a cambios inesperados. La incertidumbre económica y las variaciones en la demanda pueden tener un impacto notable en la viabilidad de un negocio. Para enfrentar este desafío, es esencial que los emprendedores se mantengan al tanto de las últimas tendencias del mercado.

Realizar estudios de mercado de manera periódica y mantener una capacidad de adaptación flexible frente a los cambios del entorno son estrategias esenciales para la sostenibilidad empresarial. Asimismo, diversificar la gama de productos o servicios contribuye a mitigar los riesgos derivados de la volatilidad del mercado, facilitando una respuesta más eficiente ante las variaciones económicas (The Growth Coach PR 2023, 1).

1.5.3 Gestión del tiempo

La capacidad de manejar el tiempo de manera eficaz es fundamental para los emprendedores, pero equilibrar múltiples responsabilidades puede ser un gran desafío. Para superar esta dificultad, es fundamental priorizar las tareas de manera adecuada. Delegar responsabilidades cuando sea factible y utilizar herramientas para la gestión del tiempo puede aumentar notablemente la productividad.

Establecer objetivos realistas y mantener un equilibrio entre la vida profesional y personal resulta esencial para garantizar el bienestar y la productividad a largo plazo. En un entorno empresarial dinámico, aceptar la incertidumbre como parte del proceso permite desarrollar una mayor resiliencia y capacidad de adaptación. Asimismo, priorizar la eficiencia en la gestión del equipo y optimizar el uso del tiempo no solo mejora el rendimiento organizacional, sino que también contribuye a un liderazgo más efectivo y sostenible (The Growth Coach PR 2023, 1).

1.5.4 Competencia y diferenciación

En un entorno altamente competitivo, lograr que un negocio se distinga no solo es un reto, sino una necesidad para su sostenibilidad. La diferenciación no depende únicamente de la oferta de productos o servicios, sino de la capacidad para generar un valor inigualable que conecte con las necesidades y expectativas del mercado. Para consolidar una identidad única, es imprescindible fomentar una cultura de innovación constante, ofrecer una experiencia de cliente excepcional y construir una marca con una propuesta auténtica y relevante.

Además, la agilidad para responder a las transformaciones del mercado es un factor determinante para sostener una ventaja competitiva a largo plazo. Adaptarse con rapidez y anticiparse a las tendencias emergentes permite no solo enfrentar a la competencia, sino convertir este desafío en una oportunidad estratégica para liderar el sector y fortalecer la posición en el mercado (The Growth Coach PR 2023, 1).

1.6 Características de los emprendimientos turísticos de naturaleza

Estos emprendimientos integran prácticas de sostenibilidad ambiental, social y económica, priorizando la conservación del entorno natural y la educación ambiental de los visitantes (Martínez 2017, 1–6).

1.7 Desafíos específicos para emprendimientos turísticos de naturaleza

Los emprendimientos turísticos de naturaleza enfrentan retos únicos relacionados con la sostenibilidad, la demanda estacional y la infraestructura. Identificar estos desafíos es clave para desarrollar estrategias que garanticen su crecimiento y viabilidad:

- Falta de apoyo institucional y marco normativo inadecuado: Uno de los mayores retos que enfrentan los emprendedores del turismo de naturaleza es la escasez de políticas públicas específicas y de apoyo institucional. Esto incluye la falta de incentivos fiscales, financiación adecuada y regulaciones claras para operar en áreas naturales protegidas. López Rodríguez y López Rodríguez (2019, 77) subrayan que la carencia de un marco normativo adecuado constituye un obstáculo significativo para el desarrollo del turismo de naturaleza.
- Dificultades en la conservación y manejo sostenible del medio ambiente: La necesidad de equilibrar la actividad turística con la conservación del entorno natural es un desafío constante. La sobreexplotación de recursos y la falta de prácticas sostenibles pueden dañar los ecosistemas y reducir la calidad del atractivo turístico. Herrera et al. (2020) discuten cómo el turismo en áreas naturales protegidas en Ecuador enfrenta problemas relacionados con el manejo sostenible y la conservación de los recursos naturales.
- Acceso limitado a financiamiento y capital para proyectos sostenibles: Obtener fondos para iniciar y mantener un emprendimiento sostenible puede ser complicado. Los costos iniciales para cumplir con estándares de sostenibilidad y certificaciones ambientales suelen ser altos, y el acceso a financiamiento especializado es limitado. Zalles (2018) menciona que, en Mindo, Ecuador, la

falta de acceso a financiamiento adecuado limita el desarrollo de emprendimientos turísticos que promuevan la conservación y el uso sostenible del suelo.

- **Capacitación y formación en prácticas sostenibles:** La falta de conocimientos y habilidades en prácticas sostenibles, gestión empresarial y marketing especializado en turismo de naturaleza limita la capacidad de los emprendedores para ofrecer servicios de calidad y sostenibles. Martínez (2017) enfatiza la necesidad de una formación continua y especializada en sostenibilidad para asegurar el éxito de los emprendimientos de turismo de naturaleza.
- **Conflictos con las comunidades locales:** La relación entre los emprendimientos turísticos y las comunidades locales puede ser conflictiva si los beneficios del turismo no son distribuidos equitativamente o si las comunidades no están involucradas en la toma de decisiones.

López Rodríguez y López Rodríguez (2019) destacan cómo la falta de cohesión social y la exclusión de las comunidades locales en la gestión del turismo pueden llevar a conflictos y falta de apoyo para los proyectos turísticos.

- **Desafíos de infraestructura y accesibilidad:** Las deficiencias en infraestructura, como carreteras, servicios básicos y señalización adecuada, pueden limitar el acceso a las áreas naturales, afectando negativamente la experiencia turística y la viabilidad de los emprendimientos. Lastra y Cabanilla (2020) discuten cómo las deficiencias en infraestructura y accesibilidad son un problema crítico para el desarrollo turístico en áreas rurales de Ecuador.

2 Microempresas: Pequeñas estructuras con gran impacto

Según Alvarado et al. (2021) una microempresa es un negocio pequeño, gestionado por una persona o una familia, que produce y vende bienes o servicios. Con menos de 10 empleados y dirigido por personas con ingresos limitados, ofrece gran autonomía al administrador en productos, mercados y costos. Además, desempeña un papel fundamental en el sustento económico familiar, contribuyendo a la mejora de la economía del hogar.

Para Edgar Montero (2005 citado en Morán 2015, 16) señala: “Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores,

obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación”

Con las conceptualizaciones mencionadas anteriormente se puede concluir que, las microempresas, dirigidas por personas o familias con recursos limitados, son esenciales para la economía local. A pesar de su tamaño reducido y su número limitado de empleados, desempeñan una función esencial al ofrecer autonomía en la gestión y al mejorar la economía familiar; su flexibilidad y eficiencia las convierten en un componente fundamental del desarrollo económico.

2.1 El rol de las microempresas en la generación de empleo y dinamización de mercados

Según Carvajal y Auerbach (2006, 10), “la importancia de la microempresa en Ecuador, así como en América Latina y el mundo, se sustenta tanto en el nivel de generación de empleo y de ingresos como en su interacción en la red social creando nuevas oportunidades de promoción para las familias más pobres”, es decir, estas pequeñas empresas crean oportunidades de promoción para las familias más vulnerables, facilitando su inclusión económica y social. Al contribuir a la economía local y fomentar la cohesión social, las microempresas se consolidan como agentes clave en el desarrollo y la estabilidad de las comunidades menos favorecidas.

Las microempresas son esenciales en el dinamismo económico local, aunque pequeñas en escala, su influencia es considerable: crean empleo, impulsan la innovación al responder ágilmente a las necesidades locales, y refuerzan el tejido social al mantener el capital dentro del entorno cercano; su capacidad para ofrecer soluciones personalizadas y adaptarse a los cambios les permite impulsar el crecimiento económico y revitalizar su entorno.

“Un gobierno que incentive con políticas nacionales el surgimiento de nuevas MiPyMEs y el fortalecimiento estructural de las que ya existen, garantiza no sólo su éxito, sino una notable mejora en la balanza comercial de su país” (Chávez, Campuzano, y Betancourt 2018).

2.2 Características clave de las microempresas en el entorno actual

De acuerdo con González et al. (2022) las características principales que definen a estas dinámicas unidades productivas y su impacto en el desarrollo local son:

- Impulso a la economía local: Las microempresas dinamizan la economía de sus comunidades, creando oportunidades y revitalizando el comercio local.
- Enfoque en el mercado interno: Ofrecen bienes y servicios principalmente al mercado interno, satisfaciendo necesidades locales y promoviendo la autosuficiencia económica.
- Equilibrio en la distribución del ingreso: Su producción de alto valor agregado contribuye a una distribución más justa del ingreso, mejorando el nivel de vida local.
- Adaptabilidad y resiliencia: Las microempresas se adaptan rápidamente a condiciones cambiantes, mostrando flexibilidad ante las exigencias internas y externas.
- Pequeñas pero significativas: Como las unidades productivas más pequeñas, tienen un impacto significativo en sus comunidades, operando con eficiencia y cercanía.
- Estructura laboral compacta: Con equipos de menos de diez empleados, facilitan la comunicación y la cohesión, aumentando su agilidad operativa.

2.3 Clasificación de las microempresas y su contribución al tejido empresarial

La clasificación de las organizaciones es fundamental para descifrar el funcionamiento de los mercados en una economía nacional. Aunque existen múltiples formas de catalogar a las empresas, desde su estructura jurídica hasta su naturaleza pública o privada, uno de los enfoques más reveladores es el análisis de su tamaño. Este enfoque multidimensional evalúa las empresas considerando varios factores distintivos: el número de empleados, que revela la escala operativa; la facturación, que ilustra la magnitud económica; el patrimonio, que examina el equilibrio entre activos y pasivos; y la innovación tecnológica, que refleja el nivel de avance en herramientas y procesos.

Cada uno de estos elementos ofrece una perspectiva única y esencial para comprender cómo las empresas se posicionan y contribuyen a la dinámica económica. Este enfoque integral no solo desentraña el tamaño de las organizaciones, sino que también permite una visión más clara de su impacto en el mercado y su rol dentro del ecosistema económico (Sumba, Pinargotty, y Pillasagua 2022).

De acuerdo con el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN (2024, 1) especifica que estas empresas emplean entre 1 y 9 personas y tienen ingresos anuales que no superan los cien mil dólares estadounidenses (US \$100.000). Además, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2009) señala que los activos de una microempresa deben alcanzar al menos diez mil dólares estadounidenses (US \$10.000) (Delgado y Yáñez 2023, 14).

Sin embargo, el Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción define que, para propósitos de fomento y desarrollo empresarial, una microempresa debe tener entre 1 y 9 empleados, y sus ingresos anuales no deben exceder los trescientos mil dólares estadounidenses (US \$300.000) desde una perspectiva tributaria (Delgado y Yáñez 2023, 14).

3 Ámbito legal y tributario para la creación de emprendimientos y/o microempresas

En el contexto nacional, los emprendimientos pueden establecerse bajo dos formas legales: como persona natural o como persona jurídica.

a. Emprendimientos

En nuestro país, los emprendimientos pueden llevarse a cabo mediante la aplicación de dos figuras legales, esto es, como persona natural o como persona jurídica.

- Persona natural: el emprendedor actúa en su propio nombre, asumiendo directamente los derechos, obligaciones y responsabilidades, incluyendo las deudas que genere la actividad empresarial.
- Persona jurídica: es la sociedad creada la que adquiere derechos y contrae obligaciones en el marco de sus operaciones, protegiendo así la responsabilidad personal de sus socios o accionistas.

En ambos casos, es imprescindible cumplir con las obligaciones formales establecidas por los entes de control desde el inicio de la actividad emprendedora.

Requisitos y procedimientos para la formalización empresarial

Iniciar un emprendimiento como persona natural es la forma más rápida y sencilla de hacerlo.

Para los extranjeros que pretendan ejercer actividades económicas en el país, haciendo uso de esta vía, es necesario que cuenten con una visa de residencia que les permita realizar actividades de lucro.

Los pasos para operar de esta manera son:

- Disponer de un establecimiento físico
- Obtener el RUC o RIMPE de la persona natural en el SRI
- Obtener la patente de la persona natural en el Municipio del cantón Tulcán.
- Imprimir facturas

Pasos para operar como persona jurídica

Las personas jurídicas que pretenden iniciar emprendimientos pueden hacerlo a través de dos tipos de compañías mercantiles:

- Compañía de responsabilidad limitada (Cía. Ltda.)

Aquella que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y requiere un capital mínimo de cuatrocientos (\$ 400.00) dólares.

- Compañía anónima (S.A.)

Sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones; exige un mínimo de capital de ochocientos (\$ 800.00) dólares.

Los extranjeros que tengan interés en constituir cualquiera de las dos opciones de compañías mercantiles, deberán tener pasaporte vigente y encontrarse en situación legal en el Ecuador.

Para establecer una empresa mediante una persona jurídica es necesario constituir previamente la compañía, cuyos pasos son los siguientes:

- a) Reserva de la denominación en el portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, www.supercias.gob.ec
- b) Elevar a escritura pública la constitución de la compañía, en cualquier notaría y con patrocinio de un abogado.
- c) Inscribir la escritura en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía.
- d) Inscribir los nombramientos del Representante Legal y Administrador de la empresa en el Registro Mercantil.
- e) Inscribir la dirección domiciliaria de la compañía en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, mediante formulario obtenido del portal web www.supercias.gob.ec

f) Obtención del RUC en el SRI

g) Inscribir la patente municipal de la compañía en el Municipio del cantón Tulcán.

b. Requisitos tributarios

El primer paso para ejercer una actividad económica en Ecuador es la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC) ante el Servicio de Rentas Internas (SRI). Este documento permite registrar e identificar a las personas naturales o jurídicas como contribuyentes ante la administración tributaria, y es indispensable para cumplir con las obligaciones fiscales derivadas de actividades económicas, ya sean permanentes o temporales.

Adicionalmente, ciertos contribuyentes pueden acogerse al Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RIMPE), una modalidad diseñada para simplificar el cumplimiento tributario en sectores específicos, facilitando el pago de impuestos a través de un sistema más accesible y menos complejo.

- Régimen impositivo simplificado para emprendedores y negocios populares.

Son parte de este régimen:

Emprendedores: Personas naturales y jurídicas con ingresos brutos de 0 a 300 000,00 al 31 de diciembre del año anterior y Negocios Populares: Personas naturales con ingresos brutos de hasta 20 000,00 en el ejercicio económico del año inmediato anterior.

Deberes formales

Sin perjuicio de los demás deberes formales previstos en el art. 96 del CT, los contribuyentes sujetos al RIMPE tendrán los siguientes deberes formales:

- Emitir comprobantes de venta.
- Los negocios populares emitirán notas de venta.
- Los pagos mayores a USD 1.000 deben realizarse a través del sistema financiero.
- Presentar las declaraciones y/o anexos tributarios, según corresponda

Los requisitos para obtener el RISE hoy RIMPE son:

a) Original y copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del contribuyente.

- b) Planilla de servicio básico de los últimos tres meses, del lugar en donde operará el establecimiento, a nombre del contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos.
- c) Contrato de arrendamiento o carta de uso gratuito de inmueble, en caso de que el local esté a nombre de terceros.
- d) Copia de cédula y certificado de votación del propietario del inmueble.

- Registro único de Contribuyentes, RUC

Para obtener el RUC, que es el número de identificación asignado a todas las personas naturales y jurídicas que realizan actividades económicas en Ecuador, es necesario presentar la siguiente documentación:

I. Persona natural

- a) Formulario 01-A debidamente lleno y suscrito por el contribuyente.
- b) Original y copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del contribuyente.
- c) Planilla de servicio básico de los últimos tres meses, del lugar en donde operará el establecimiento, a nombre del contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos.
- d) Contrato de arrendamiento inscrito, si es el caso, o carta de uso gratuito de inmueble, en caso de que el local esté a nombre de terceros.
- e) Copia de cédula y certificado de votación del propietario del inmueble.
- b) Si el proceso es realizado por tercera persona, debe presentarse además una carta de autorización, y la cédula original de la persona que realiza el trámite.

Si quien realiza la inscripción en el RUC es un artesano calificado, debe presentar adicionalmente el original y la copia de la calificación artesanal otorgada por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

II. Persona jurídica

- a) Formulario 01-A debidamente lleno y suscrito por el representante legal de la compañía contribuyente.
- b) Original y copia de la escritura de constitución de la compañía, inscrita en el Registro Mercantil.

- c) Original y copia del nombramiento del representante legal de la compañía, inscrito en el Registro Mercantil.
- d) Copia de cédula y certificado de votación del representante legal de la compañía.
- e) Planilla de servicio básico de los últimos tres meses, del lugar en donde operará el establecimiento, a nombre de la compañía.
- f) Contrato de arrendamiento inscrito, si es el caso, o carta de uso gratuito de inmueble, en caso de que el local esté a nombre de terceros.
- g) Copia de cédula y certificado de votación del propietario del inmueble.

Si el trámite es efectuado por un tercero, se deberá presentar, además, una carta de autorización emitida por el representante legal de la empresa, junto con la cédula original de quien realiza el trámite.

¿Por qué es importante conocer los requisitos municipales?

- Legalidad: Operar sin los permisos correspondientes puede acarrear sanciones legales.
- Organización: Te permite planificar mejor tu negocio y cumplir con todos los requisitos a tiempo.
- Seguridad: Algunos requisitos, como los certificados de bomberos, garantizan la seguridad de tu negocio y de los clientes.

Patente

El trámite tiene como objetivo emitir la Patente Municipal y su respectivo *stiker* a todas las personas que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias, artesanales, de transporte y profesionales u otras actividades económicas domiciliadas o con establecimiento dentro del cantón Tulcán (GAD Tulcán, s. f., 1).

Dirigido a: Persona Jurídica - Privada, Persona Jurídica - Pública, Persona Natural - ecuatoriana, Persona Natural - Extranjera.

Patente municipal no obligados a llevar contabilidad:

1. Presentación de cédula de identidad original
2. Copia de RUC o RISE
3. Copia Planilla de Servicios Básicos de donde funciona el negocio
4. Correo electrónico
5. Formulario REM1 (De venta en ventanillas del Municipio)

6. Fotografía Impresa en hoja de papel bond de la parte interna y externa del negocio
7. Inspección

Patente municipal obligados a llevar contabilidad:

1. Presentación de cédula de identidad original representante legal
2. Copia de Patente del año anterior (en caso de contribuyentes registrados)
3. Copia de RUC
4. Correo electrónico
5. Declaración de impuesto a la renta año anterior
6. Balances consolidados de situación inicial y estado de resultados
7. Balances sucursales y agencia.
8. Formulario REM2 (De venta en ventanillas del Municipio)
9. Formulario 1.5 por mil a los activos (De venta en ventanillas del Municipio)

Una vez que ha obtenido los permisos municipales y del SRI, debe tener en cuenta lo siguiente:

Registro de Turismo:

Según la Ley de Turismo en su art. 8 y 9 dice:

Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

[...]

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda (EC 2002).

Capítulo segundo

Turismo global: impacto y oportunidades para el desarrollo

El turismo ha evolucionado de ser una simple actividad recreativa a convertirse en un pilar esencial del desarrollo económico mundial. A medida que millones de personas viajan anualmente, este sector dinamiza la economía global al generar empleos, promover la inversión en infraestructura, y facilitar el intercambio cultural. Según datos recientes del Organismo Especializado de las Naciones Unidas se registró un nivel sin precedentes de recuperación turística, con un flujo internacional que alcanzó el 97 % de los niveles previos a la pandemia (ONU Turismo 2024). Esto subraya el papel fundamental del turismo no solo en la reactivación económica, sino también en la transformación de regiones menos exploradas en puntos estratégicos de desarrollo.

El turismo es uno de los sectores que más empleo genera a nivel mundial, tanto directo como indirecto, a través de servicios relacionados con la hospitalidad, el transporte y el ocio. Además, fomenta el crecimiento de economías locales mediante la inversión en infraestructura, como aeropuertos, carreteras y servicios turísticos, que no solo mejoran la accesibilidad de los destinos, sino que también contribuyen al bienestar de las comunidades receptoras.

No obstante, el rápido crecimiento del turismo global plantea desafíos que no pueden ser ignorados. Muchos destinos han experimentado una presión ambiental excesiva debido al mal manejo del flujo turístico, lo que ha resultado en la degradación de recursos naturales, la pérdida de identidad cultural, y la saturación de infraestructuras básicas. (Delgado del Castillo 2014). En ese sentido, se hace evidente que el turismo sostenible es una necesidad imperativa para que los destinos turísticos puedan seguir beneficiándose del sector sin comprometer el medio ambiente ni las culturas locales. El reto radica en equilibrar el atractivo turístico con la preservación de los recursos que lo hacen posible.

1. Turismo de conocimiento de la naturaleza en el Ecuador: Un enfoque sostenible para el desarrollo

Ecuador, con su gran biodiversidad, se ha posicionado como un destino destacado para el turismo de naturaleza, ofreciendo experiencias únicas desde la Amazonía hasta las

Islas Galápagos. Este tipo de turismo promueve una interacción educativa con la naturaleza, permitiendo a los turistas aprender sobre la flora, fauna y las culturas locales.

Este enfoque turístico busca armonizar el crecimiento económico con la conservación ambiental. Los viajeros que optan por este tipo de turismo no solo buscan esparcimiento, sino también enriquecer su conocimiento sobre la biodiversidad y participar en iniciativas de conservación. De acuerdo con un boletín del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (2023), el sector turístico contribuye con más del 10 % del PIB nacional y genera uno de cada diez empleos en el país.

El cantón Tulcán, en la provincia del Carchi, se posiciona como uno de los lugares con mayor potencial para el desarrollo del turismo de naturaleza. Con su rica biodiversidad, que incluye áreas como el Bosque de los Arrayanes y las Lagunas Verdes, este cantón tiene la oportunidad de atraer a turistas interesados en un turismo más responsable y respetuoso con el medio ambiente.

Según Cornejo y Macías (2019), el turismo de naturaleza está directamente relacionado con el desarrollo sostenible, ya que involucra a las comunidades locales en la gestión de sus recursos y promueve la conservación a largo plazo.

El turismo centrado en el conocimiento de la naturaleza no solo impulsa la economía local, sino que también desempeña un papel crucial en la conservación ambiental y el bienestar social. Áreas protegidas, como parques nacionales y reservas naturales, sirven como espacios educativos donde los visitantes pueden comprender la interdependencia de los ecosistemas y la importancia de su preservación. Este enfoque promueve prácticas sostenibles que garantizan la protección de los recursos naturales para las generaciones futuras.

1.1 Oportunidades para los emprendedores locales

El auge del turismo de naturaleza también representa una oportunidad única para los emprendedores locales, particularmente en el cantón Tulcán. Los negocios que se centren en actividades de ecoturismo, como guías de senderismo, alojamientos sostenibles o la organización de excursiones educativas, pueden aprovechar el creciente interés en experiencias que combinan aventura y aprendizaje. Además, González et al. (2022) señala que las microempresas en el sector turístico pueden tener un impacto considerable en la creación de empleo local, mejorando la calidad de vida de las comunidades.

Es fundamental que los emprendedores comprendan la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social en el desarrollo de sus negocios. El turismo de naturaleza debe ser gestionado de manera que no solo se minimicen los impactos ambientales, sino que también se integren las comunidades locales como actores clave en la protección del entorno. Según Bravo (2014), la rica biodiversidad de Ecuador y la participación activa de las comunidades locales son elementos esenciales para el éxito de los emprendimientos turísticos enfocados en la conservación.

1.2 Importancia del turismo de naturaleza

El turismo de naturaleza ha tomado un papel fundamental en la promoción de un desarrollo sostenible. A diferencia de otras formas de turismo, este tipo se centra en la interacción respetuosa con los entornos naturales, ofreciendo beneficios tanto económicos como ambientales.

Ecuador, por su increíble biodiversidad, es uno de los países mejor posicionados para aprovechar este crecimiento. Desde la Amazonía hasta los páramos andinos, el país ofrece paisajes únicos que atraen a turistas de todo el mundo. Bravo (2014) destaca que la biodiversidad ecuatoriana no solo es una ventaja natural, sino también un recurso económico que, bien gestionado, puede impulsar el desarrollo sin dañar los ecosistemas.

Además de su valor económico, el turismo de naturaleza tiene un fuerte componente educativo. Los turistas no solo visitan áreas naturales, sino que también aprenden sobre la importancia de conservar la biodiversidad y los desafíos ambientales que enfrentan estos ecosistemas. Casas Do Campo (2023) señala que este tipo de turismo es una herramienta clave para la concienciación ambiental, ya que conecta a las personas con la realidad de la naturaleza y la necesidad de protegerla.

En el cantón Tulcán, el turismo de naturaleza puede ser un motor para el desarrollo local. El Bosque de los Arrayanes y Las Lagunas Verdes, entre otros, no solo son atractivos naturales, sino que ofrecen oportunidades para que las comunidades locales participen activamente en el turismo. González et al. (2022) subraya que las microempresas basadas en el turismo de naturaleza son esenciales para crear empleos y generar ingresos sostenibles para las familias rurales.

Este modelo turístico no solo genera ingresos, sino que también fomenta una mayor conexión entre las comunidades locales y su entorno, promoviendo un desarrollo más equitativo y duradero. Al integrar a los residentes en la gestión de los recursos

naturales, el turismo de naturaleza puede garantizar la protección de los ecosistemas mientras impulsa el crecimiento económico local.

1.3 Ecosistemas y biodiversidad en Ecuador

Ecuador, situado en plena línea ecuatorial, destaca por ser uno de los países con mayor biodiversidad a nivel global, a pesar de su reducido tamaño. Con una extensión de tan solo 283 561 km², ocupa el puesto 13 entre las naciones más diversas del planeta (Barragán 2019, 1). Alberga una asombrosa variedad de ecosistemas, que incluyen la exuberante Amazonía, los altos páramos andinos, únicos bosques secos y la inigualable región de las Islas Galápagos. Esta diversidad de paisajes se traduce en una riqueza biológica sin igual, convirtiendo a Ecuador en un destino ideal para el turismo de naturaleza.

La importancia de la biodiversidad ecuatoriana trasciende su atractivo turístico. Juega un papel esencial en el equilibrio de los ecosistemas globales. Esta diversidad no solo se refleja en la cantidad de especies por unidad de superficie, sino también en la variedad de ecosistemas y ambientes naturales que alberga.

La extraordinaria diversidad de ecosistemas en Ecuador se debe a varios factores clave. En primer lugar, la cordillera de los Andes, que atraviesa el país de norte a sur, introduce una variedad de microclimas y tipos de suelos en diferentes altitudes, lo que crea condiciones únicas para la flora y fauna en las vertientes oriental y occidental (Bravo 2014, 24).

Además, el estrecho callejón interandino de Ecuador, con una anchura que varía entre 100 y 130 kilómetros, está atravesado por múltiples valles y cadenas montañosas, lo que genera microhábitats con características ecológicas propias. Estos ambientes están sujetos a procesos como la erosión y las variaciones climáticas, que influyen en la distribución de la biodiversidad. Finalmente, las corrientes marinas también juegan un papel fundamental. La corriente fría de Humboldt y la cálida corriente de El Niño interactúan a lo largo de la costa ecuatoriana, dando lugar a una diversidad única de condiciones climáticas y ecológicas, con la región norte siendo una de las más húmedas del mundo, mientras que la costa sur es considerablemente más árida (Bravo 2014, 24).

La interacción entre biodiversidad y turismo de naturaleza en Ecuador no solo genera beneficios económicos, sino que también impulsa la conservación ambiental. Los turistas atraídos por su riqueza biológica contribuyen directamente a la economía local, promoviendo la creación de empleos en comunidades rurales y áreas protegidas. Un

turismo gestionado de manera sostenible no solo valora, sino que también protege las áreas naturales, asegurando la conservación de los ecosistemas y la preservación de las especies que los habitan.

En términos económicos, el turismo de naturaleza es una fuente clave de ingresos en regiones, por ejemplo, las Islas Galápagos, donde el 85 % del territorio está designado como reserva natural. La gestión sostenible de estos ecosistemas garantiza la protección de las especies y asegura un flujo continuo de turistas que buscan experiencias únicas en un entorno natural prístino.

La Sierra ecuatoriana, caracterizada por su compleja geomorfología y variaciones en altitud, alberga una diversidad impresionante de ecosistemas. Desde los páramos que se extienden desde Carchi hasta Loja, hasta los bosques siempreverdes en las laderas de la cordillera de los Andes, estos ecosistemas son vitales no solo por su rica biodiversidad, sino también por los importantes servicios ambientales que brindan, como la regulación del ciclo del agua y la captura de carbono (Ministerio del Ambiente del Ecuador 2012, 65).

El turismo de naturaleza, sustentado en esta riqueza biológica y diversidad de ecosistemas, es un potente atractivo para los viajeros. La posibilidad de experimentar de primera mano la biodiversidad y variedad de entornos naturales es un imán para aquellos que buscan una conexión profunda con el entorno.

Aproximadamente la mitad de los viajes de ocio a nivel mundial están motivados por el deseo de explorar áreas naturales, lo que subraya la importancia de estos espacios en la industria turística (COP13, s. f., 1).

El turismo de naturaleza ofrece mucho más que paisajes impresionantes; es una puerta abierta hacia la inmersión en la vida silvestre, la interacción directa con ecosistemas únicos y la participación activa en la conservación del medio ambiente. A través de estas experiencias, los turistas desarrollan una conciencia más profunda sobre la necesidad de preservar los recursos naturales y adoptan un sentido de responsabilidad que trasciende su visita.

En un mundo cada vez más urbanizado y desconectado de la naturaleza, este tipo de turismo se convierte en un medio valioso para redescubrir nuestra conexión con la tierra y comprender la interdependencia esencial entre los seres humanos y su entorno. Al final, el turismo de naturaleza no solo ofrece una experiencia transformadora, sino que también inspira un compromiso duradero con la protección de nuestro planeta.

La tendencia hacia un turismo más consciente y sostenible abre una ventana de oportunidad para destinos menos explotados que cuentan con un patrimonio natural invaluable. En este contexto, Tulcán —ubicado al norte de Ecuador, en la provincia del Carchi— representa un territorio con condiciones privilegiadas para recibir a un nuevo perfil de viajero: aquel que busca una conexión profunda con la naturaleza, el entorno cultural y prácticas de bajo impacto ambiental.

1.4 Beneficios del turismo de naturaleza

Entorno a lo ya mencionado en los anteriores apartados podemos mencionar que los beneficios del turismo de naturaleza son:

- **Impulso a la conservación**

El turismo de naturaleza se convierte en un motor esencial para la protección de nuestros ecosistemas más preciados. Al atraer a quienes buscan la belleza natural, se genera un fuerte incentivo para la preservación de áreas ecológicamente sensibles y se fortalece la administración de reservas naturales. Este enfoque no solo protege la biodiversidad, sino que también desempeña una función clave en la mitigación del cambio climático al conservar zonas verdes que capturan carbono y reducen el impacto ambiental.

- **Desarrollo comunitario**

El turismo de naturaleza dinamiza la economía local al crear empleos y estimular el crecimiento de pequeños negocios orientados al turismo. Al involucrar a los residentes en la planificación y gestión turística, este modelo fortalece la relación entre la comunidad y su entorno, convirtiendo a los locales en defensores activos de su propio patrimonio cultural y natural. La participación comunitaria asegura que el desarrollo económico vaya de la mano con la conservación y el respeto por la identidad local.

- **Sensibilización y educación ambiental**

La experiencia directa con la naturaleza proporciona a los visitantes una comprensión más profunda del valor del medio ambiente, lo que a menudo se traduce en cambios positivos en sus conductas diarias. Este mayor nivel de conciencia fomenta prácticas más sostenibles y responsables, extendiendo el impacto positivo del turismo de naturaleza mucho más allá del viaje en sí y generando un efecto multiplicador en la preservación del planeta.

2 Desafíos del turismo de naturaleza

El turismo de naturaleza, a pesar de sus múltiples beneficios, enfrenta importantes desafíos que deben ser gestionados de manera integral para asegurar su sostenibilidad y el respeto por los ecosistemas frágiles donde se desarrolla.

2.1 Protección de ecosistemas vulnerables

Uno de los mayores retos del turismo de naturaleza es la preservación de los ecosistemas vulnerables. Áreas como los páramos, selvas tropicales y zonas costeras son destinos atractivos para los turistas, pero también son extremadamente sensibles a los impactos de la actividad humana. La falta de políticas adecuadas y de medidas logísticas efectivas puede llevar a la degradación de estos entornos naturales.

Un ejemplo de una gestión efectiva es el caso de las Islas Galápagos, donde se ha implementado un sistema de control riguroso sobre el número de visitantes permitidos, la creación de rutas establecidas y la constante educación ambiental a los turistas. Esto ha permitido mantener el equilibrio entre el turismo y la conservación (Velasquí 2020, 1).

Para enfrentar este desafío en Ecuador, es necesario fortalecer las regulaciones ambientales y crear conciencia sobre la capacidad de carga en cada área protegida. La capacidad de carga se entiende por el número máximo de visitantes que un entorno natural puede soportar sin que se produzcan daños irreversibles, es un aspecto crítico a tener en cuenta. Ejemplo positivo de ello es el Parque Nacional Cotopaxi, donde se ha implementado un sistema de gestión de capacidad de carga que regula el número de turistas en las áreas más sensibles (Medina 2018, 1).

2.2 Desigualdad en la distribución de los beneficios económicos

Otro desafío es la distribución desigual de los beneficios económicos que genera el turismo de naturaleza. A menudo, las comunidades locales, que son quienes están más cerca de los recursos naturales, no reciben una parte equitativa de los ingresos generados por esta actividad. Las grandes empresas turísticas, muchas veces con sede fuera de las áreas rurales, captan una porción significativa de los beneficios, mientras que las poblaciones locales se ven relegadas a puestos de bajo salario o quedan completamente excluidas del circuito económico.

Para abordar esta situación, es esencial promover políticas que apoyen el emprendimiento local y fomenten la creación de microempresas comunitarias que ofrezcan servicios turísticos, como guías, alojamiento y actividades recreativas. Un

ejemplo de éxito se puede observar en la comunidad de Intag, en la provincia de Imbabura, donde las cooperativas locales han logrado gestionar de manera sostenible el ecoturismo, beneficiando directamente a las familias locales (Cornejo y Macías 2019).

2.3 Educación y concienciación ambiental

El comportamiento de los turistas es un factor determinante en el éxito del turismo de naturaleza. Muchos visitantes desconocen los impactos negativos que pueden generar en los ecosistemas sensibles, lo que conduce a la sobreexplotación y degradación de los recursos. La falta de educación y concienciación ambiental es, por lo tanto, un obstáculo importante que debe ser superado.

En respuesta a este desafío, diversos destinos han implementado programas de educación ambiental que se dirigen a los turistas antes de su ingreso a las áreas protegidas. Un ejemplo es el Parque Nacional Yasuní, donde se brindan charlas de concienciación sobre la importancia de la biodiversidad y las prácticas sostenibles que los turistas deben seguir durante su visita. Este enfoque ha reducido significativamente los impactos negativos de los turistas en la zona (Gavilanes et al. 2021, 1).

2.4 Planificación y gestión integral

Finalmente, la falta de planificación integral representa un desafío estructural para el turismo de naturaleza en muchas áreas. En algunos casos, la infraestructura turística es limitada, lo que puede generar problemas de acceso y de gestión de los flujos de turistas. En otros casos, la ausencia de un enfoque de largo plazo puede llevar a la sobreexplotación de los recursos naturales.

Es fundamental que los gobiernos locales trabajen en colaboración con las comunidades y el sector privado para desarrollar planes de manejo turístico que garanticen un equilibrio entre el desarrollo económico y la conservación del medio ambiente. Un ejemplo de esta colaboración puede verse en el Parque Nacional Sangay, donde la implementación de rutas turísticas controladas ha ayudado a proteger la biodiversidad al tiempo que se fomenta un turismo responsable (Zalles 2018) .

3 Turismo de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi

El cantón Tulcán, situado en la provincia del Carchi, alberga una biodiversidad excepcional que, hasta ahora, ha sido subvalorada en cuanto a su potencial turístico. Espacios naturales como el Bosque de los Arrayanes y las Lagunas Verdes, entre otros, constituyen una riqueza ambiental que podría convertirse en un eje estratégico para el desarrollo económico local, a través de un modelo de turismo basado en el conocimiento de la naturaleza. Esta modalidad turística no solo brinda a los visitantes una experiencia educativa, sino que también fomenta la conservación de los ecosistemas y el reconocimiento de las culturas locales.

3.1 Atractivos naturales del cantón Tulcán

Después de analizar los retos y oportunidades del turismo de naturaleza en el cantón Tulcán, es fundamental poner en valor los recursos naturales que constituyen su mayor potencial turístico. A pesar de las limitaciones actuales en infraestructura y promoción, Tulcán cuenta con una riqueza natural extraordinaria que, bien gestionada, puede convertirse en un motor de desarrollo para la provincia.

La biodiversidad y los impresionantes paisajes del cantón ofrecen un entorno privilegiado para el ecoturismo y la conservación de los ecosistemas. Aunque estos atractivos han permanecido en gran medida desconocidos para el turismo masivo, con una estrategia adecuada, Tulcán tiene la capacidad de posicionarse como un destino clave dentro del turismo de naturaleza en Ecuador.

A continuación, se presentará un recorrido por los principales atractivos naturales del cantón Tulcán, destacando su importancia tanto desde el punto de vista turístico como en términos de conservación y desarrollo económico local.

Tomado del portal cultural TulcánOnline (Sánchez et al. 2023, 1) los atractivos naturales que se mencionan son:

- 1) Aguas Hediondas
- 2) Bosque de los Arrayanes de Santa Martha de Cuba
- 3) Bosque San Francisco de Pioter
- 4) Cascada de Guaypambí
- 5) Cascada de San Pedro o Los Tres Chorros
- 6) Cascada del Duende Vago
- 7) Cascada la Comadre

- 8) Cascada la Humeadora
- 9) Cascada la Ortiga
- 10) Lagunas Verdes
- 11) Río Chical
- 12) Río Pablo
- 13) Río San Juan
- 14) Volcán Chiles

El detalle de las fichas técnicas de cada uno de los atractivos naturales descritos se los mencionará en el Anexo 1.

A partir de los atractivos naturales mencionados anteriormente, se proponen diversas alternativas para que los empresarios puedan aprovechar al máximo el potencial.

1) Aguas Hediondas

Este atractivo natural ofrece un gran potencial para un negocio de turismo de bienestar. Un emprendedor puede establecer un spa natural, aprovechando las propiedades curativas de las aguas termales. La microempresa puede incluir tratamientos terapéuticos y relajantes, como baños de lodo y masajes, atrayendo a turistas que buscan experiencias de salud y relajación. Con un enfoque en la sostenibilidad, el uso de instalaciones ecológicas garantizaría un impacto mínimo en el medio ambiente.

2) Bosque de los Arrayanes de Santa Martha de Cuba

Este bosque tiene un gran atractivo para el desarrollo de un emprendimiento de ecoturismo. El emprendedor podría ofrecer rutas de senderismo guiadas, educando a los visitantes sobre la flora y fauna local, mientras promueve la conservación del ecosistema. El uso de guías locales y la incorporación de la cultura comunitaria en las visitas enriquecerían la experiencia turística, proporcionando una plataforma para que el emprendimiento crezca con responsabilidad ambiental.

3) Bosque San Francisco de Pioter

Este bosque biodiverso es ideal para un emprendimiento educativo. Las visitas guiadas podrían enfocarse en la enseñanza de la biodiversidad y la importancia de la conservación, atrayendo a escuelas y universidades. Un pequeño negocio que ofrezca

productos educativos y recuerdos ecológicos, elaborados por la comunidad local, podría complementar la experiencia turística, alineándose con los principios de sostenibilidad.

4) Cascada de Guaypambí

La Cascada de Guaypambí se presta para la creación de una microempresa de turismo de aventura. Las actividades como senderismo y rappel podrían estructurarse en paquetes de turismo que atraigan a los visitantes en busca de adrenalina. La instalación de miradores y áreas de descanso permitiría disfrutar de la cascada sin afectar su entorno natural. La microempresa podría operar de manera sostenible, manteniendo la belleza del lugar.

5) Cascada de San Pedro o Los Tres Chorros

Este atractivo natural ofrece oportunidades para emprendimientos de ecoturismo centrados en la organización de rutas de senderismo. Se podría desarrollar una experiencia enfocada en la conservación y el respeto por el entorno natural, con miradores ecológicos y puntos de descanso sostenibles. El emprendimiento puede además involucrar a las comunidades locales para ofrecer una experiencia cultural adicional.

6) Cascada del Duende Vago

La cascada puede ser aprovechada para la creación de una microempresa de turismo de aventura. Ofreciendo actividades como barranquismo, rapel y excursiones temáticas sobre mitos y leyendas locales, el negocio podría atraer a turistas interesados en la naturaleza y la cultura. La educación ambiental será una parte integral de la experiencia, garantizando el respeto por el entorno natural.

7) Cascada la Comadre

El turismo comunitario sería una excelente opción para un emprendimiento en torno a esta cascada. La comunidad local podría organizar visitas guiadas que narren las leyendas asociadas a la cascada, mientras se preserva el entorno natural. Además, la venta de productos artesanales realizados por la comunidad podría complementar el emprendimiento, fortaleciendo el desarrollo local.

8) Cascada la Humeadora

Una microempresa de turismo de aventura podría organizar actividades como rappel, caminatas y fotografía de la naturaleza en esta cascada. Se podrían establecer rutas guiadas, miradores y áreas de descanso sin alterar significativamente el paisaje, atrayendo a turistas interesados en la aventura. La oferta podría ampliarse con recorridos educativos sobre la biodiversidad de la zona.

9) Cascada la Ortiga

Este atractivo es ideal para un emprendimiento de ecoturismo sostenible. Se podría crear una experiencia educativa que combine senderismo guiado con charlas sobre la conservación de los recursos hídricos y la biodiversidad circundante. La cascada podría formar parte de una ruta más amplia de turismo ecológico, atrayendo a aquellos interesados en la sostenibilidad y la naturaleza.

10) Lagunas Verdes

Una microempresa de ecoturismo enfocada en paseos en bote y observación de aves podría aprovechar este atractivo natural. El negocio podría ofrecer recorridos guiados en botes sostenibles, explicando la biodiversidad local y la importancia de la conservación de los humedales. Un centro de visitantes podría complementar la oferta, educando a los turistas sobre los ecosistemas acuáticos.

11) Río Chical

El Río Chical es perfecto para desarrollar una microempresa de deportes acuáticos, ofreciendo rafting y kayak. El negocio podría crear paquetes que incluyan senderismo por las riberas del río y observación de la fauna local. Las actividades acuáticas atraerían a turistas en busca de aventura, mientras se garantiza la sostenibilidad y el respeto por el ecosistema fluvial.

12) Río Pablo

El río ofrece un gran potencial para un emprendimiento de pesca recreativa y turismo ecológico. Se podrían ofrecer paquetes turísticos que combinen pesca responsable con caminatas interpretativas sobre la flora y fauna de la zona. Además, se podrían crear eco-cabañas a orillas del río para proporcionar alojamiento sostenible a los visitantes.

13) Río San Juan

Este atractivo podría ser el foco de una microempresa de turismo rural. Se podrían desarrollar alojamientos en eco-cabañas para los turistas que buscan desconectar del estrés urbano. La microempresa podría ofrecer caminatas guiadas, observación de fauna y flora, y actividades culturales organizadas por las comunidades locales.

14) Volcán Chiles

El turismo de alta montaña ofrece una excelente oportunidad para una microempresa de guías especializadas. Los emprendedores locales podrían organizar ascensiones guiadas al volcán, combinadas con educación sobre los ecosistemas de alta montaña. La microempresa también podría ofrecer paquetes de turismo que combinen la escalada con otras actividades de naturaleza en la zona.

Capítulo tercero

Descripción de la problemática actual del turismo en la provincia del Carchi y el cantón Tulcán

El turismo en la provincia del Carchi enfrenta una serie de problemas que han impedido su desarrollo como destino turístico. Según Guerrero et al. (2023) , uno de los principales obstáculos es la desarticulación de los actores del sistema turístico, que incluye a las autoridades públicas, actores privados y comunidades locales. Estos actores no trabajan de manera coordinada, lo que ha llevado a una falta de inversión en infraestructuras y servicios turísticos adecuados.

Además, la señalización y la interpretación turística son insuficientes. Muchos de los lugares turísticos carecen de una señalización clara, lo que dificulta el acceso y la apreciación de los atractivos naturales. La falta de guías especializados y la escasa información disponible para los visitantes son factores que contribuyen a esta problemática. El informe también destaca la falta de un inventario turístico actualizado y la ausencia de un sistema de registros estadísticos confiables, lo que limita la planificación estratégica y la promoción de los destinos turísticos de la provincia.

Otro problema importante es la falta de promoción adecuada. Las páginas web de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) de la provincia suelen estar desactualizadas y no proporcionan suficiente información sobre los atractivos turísticos locales. Esto afecta directamente la visibilidad de Carchi como destino turístico, reduciendo su capacidad para atraer visitantes tanto nacionales como internacionales.

Uno de los principales desafíos que enfrenta el turismo en Tulcán es la falta de un enfoque estratégico y de políticas que fomenten este tipo de turismo. Esta carencia ha dejado a Tulcán fuera de los principales destinos turísticos, desperdiciando así su potencial para atraer visitantes y generar ingresos. Del estudio de Guerrero et al. (2023), muchos de los lugares turísticos en la provincia del Carchi “no cuentan con una adecuada señalización turística”, lo que afecta tanto a la accesibilidad como a la visibilidad de los atractivos naturales.

Además, la interpretación turística, una herramienta clave para comunicar el valor de los recursos, también es débil en la provincia. Este problema se refleja en la escasez de guías especializados y en la falta de información detallada sobre los sitios turísticos.

A pesar de que algunos sitios han hecho esfuerzos por mejorar la interpretación, como el Cementerio de Tulcán con sus recorridos nocturnos, aún queda mucho por hacer en otras áreas de la provincia.

La falta de promoción adecuada y estudios que resalten las ventajas del turismo de naturaleza han contribuido a mantener a Tulcán al margen del radar turístico. Los atractivos naturales del cantón, que podrían posicionarla como un destino de ecoturismo, permanecen en gran medida desconocidos. Esta invisibilidad no solo afecta la economía local, sino que también representa una oportunidad perdida para la conservación y el uso sostenible de los recursos naturales.

En este contexto de limitaciones estructurales, desarticulación institucional y escasa promoción del turismo de naturaleza en el cantón Tulcán, surge la necesidad de analizar a profundidad los factores que inciden en la creación y sostenibilidad de emprendimientos turísticos en esta zona. La presente investigación busca aportar al fortalecimiento del ecosistema emprendedor local a través del estudio de los desafíos, oportunidades y elementos clave que pueden impulsar este tipo de iniciativas. Para guiar este proceso de análisis, se plantearon una pregunta central, un objetivo general y tres objetivos específicos que orientan el desarrollo del estudio y permiten estructurar una propuesta basada en evidencia contextualizada.

1. Pregunta central y objetivos de la investigación

Tras analizar la problemática actual del turismo en el cantón Tulcán y la provincia del Carchi, especialmente en lo que respecta al turismo de conocimiento de la naturaleza, se evidencia la necesidad de profundizar en los factores que influyen en la creación y sostenibilidad de emprendimientos y/o microempresas turísticas. Esta investigación busca comprender esos factores para contribuir al fortalecimiento del sector y al desarrollo económico local. Por ello, la investigación se orienta a responder la siguiente pregunta central:

1.1 Pregunta central:

¿Cuáles son los factores determinantes que ayudan a mitigar los riesgos potenciales para la creación de emprendimientos y/o microempresas en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi?

Para guiar el estudio y estructurar el análisis, se plantean los siguientes objetivos:

1.2 Objetivo general:

Analizar los factores determinantes que inciden en la creación de emprendimientos y/o microempresas en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi, con el fin de proponer estrategias que mitiguen los riesgos y potencien el desarrollo local.

1.3 Objetivos específicos:

1. Identificar los principales desafíos que enfrentan los emprendedores al establecer negocios turísticos de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán, provincia del Carchi.
2. Caracterizar los factores determinantes que contribuyen al éxito de los emprendimientos y microempresas turísticas de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán.
3. Definir estrategias y acciones que contribuyan a superar los riesgos identificados y promover el desarrollo de emprendimientos turísticos de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán.

Este marco permitirá orientar el análisis posterior y apoyar la formulación de propuestas prácticas para fortalecer el ecosistema emprendedor turístico de la región. Para comprender con mayor profundidad los retos que enfrenta el turismo en la provincia del Carchi y el cantón Tulcán, es necesario analizar las competencias y responsabilidades de los distintos actores involucrados en la gestión turística.

A continuación, se aborda la problemática relacionada con las competencias entre estos actores, que impacta directamente en el desarrollo y coordinación del sector.

2 Problemática de competencias entre actores

Cuando hablamos de competencias, nos enfrentamos a un tema complejo. En el ámbito turístico, muchos actores, tanto públicos como privados, desempeñan un papel fundamental. Sin embargo, son pocos los que realmente asumen la responsabilidad de liderar el desarrollo turístico en el cantón Tulcán. Esta problemática involucra a todos, pero resulta primordial analizar las competencias que la normativa vigente otorga a cada uno de estos actores.

El problema pasa por la tímida visión planificadora de los gestores de gobiernos locales que se autoimponen límites para aprovechar la riqueza natural utilizable en sus

entornos, negándose la posibilidad de abrir oportunidades con base en la oferta de servicios turísticos, al tiempo de disponer de otra fuente generadora de recursos que tributariamente aporte significativamente al financiamiento del gasto institucional de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD). En este sentido, el turismo podría convertirse en una herramienta clave para enfrentar problemas como el desempleo y la pobreza, al tiempo que ofrece un potencial significativo para abordar otras problemáticas sociales, como la violencia, favoreciendo el desarrollo económico y social de las comunidades locales (Thomé et al. 2023, 12).

Es interesante notar que la pobreza no siempre es consecuencia de la falta de opciones, sino más bien de la resistencia al cambio y la escasa iniciativa para buscar alternativas dentro del propio entorno. En este sentido, considero acertado lo que plantean North (2007) y Valdiviezo et al. (2024), quienes señalan que el desarrollo implica la transformación de factores sociales, económicos, políticos y culturales, y que el turismo puede ser una vía clave para diversificar las actividades económicas y mitigar la pobreza.

Según el marco legal vigente, las responsabilidades de cada actor se definen conforme a su nivel de gobierno, determinando su rol en la organización, supervisión y desarrollo de las actividades turísticas dentro de su ámbito de competencia.

Según la Ley de Turismo:

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
 2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
 3. Planificar la actividad turística del país;
- [...]

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

(EC 2002, art. 15-16)

Del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal son funciones según el Código Orgánico de Organización Territorial (COOTAD), las siguientes:

Art. 54.-Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

[...]

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo (EC 2010, art. 54).

Teniendo claras las competencias establecidas en la normativa legal vigente, y sumado a ello la Resolución N°.001-CNC-2016 del Consejo Nacional de Competencias (2016), que detalla a profundidad estas atribuciones, se puede fortalecer la gestión turística. Esto permitirá una mejor coordinación entre los actores del sector, optimizando recursos y fomentando un desarrollo sostenible. Con una planificación estratégica e innovadora, el turismo podrá consolidarse como un pilar fundamental de crecimiento económico y bienestar social para las comunidades locales.

3 Factores determinantes para la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas

El cantón Tulcán, en la provincia del Carchi, posee un gran potencial para el turismo de conocimiento de la naturaleza, gracias a su riqueza natural y paisajística. Sin embargo, los emprendedores turísticos enfrentan diversos desafíos al establecer sus negocios, lo que plantea riesgos que podrían afectar la viabilidad de sus emprendimientos.

La pregunta central de esta investigación busca identificar los factores determinantes que ayudan a mitigar estos riesgos y fomentar el éxito de los emprendimientos turísticos en el cantón Tulcán. A través de los objetivos específicos, se pretende identificar los principales desafíos, caracterizar los factores que contribuyen al éxito y proponer estrategias para superar los riesgos, promoviendo así un entorno favorable para el desarrollo del sector.

Este estudio es clave para entender las dinámicas del emprendimiento turístico en el cantón y ofrecer soluciones prácticas que fortalezcan la sostenibilidad y el crecimiento de los negocios turísticos, contribuyendo al desarrollo económico local y al turismo responsable.

3.1 Tipo de investigación y metodología a utilizar

La investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para abordar de manera integral los factores determinantes que mitigan los riesgos en la creación de emprendimientos turísticos en el cantón Tulcán.

El estudio es de carácter exploratorio y descriptivo. En la fase exploratoria, se identificarán los principales desafíos que enfrentan los emprendedores mediante entrevistas semiestructuradas a actores clave y revisión documental. En la fase descriptiva, se caracterizarán los factores críticos de éxito a través de encuestas estructuradas aplicadas a una muestra representativa.

El tipo de muestra es probabilístico, ya que se aplica un muestreo aleatorio simple basado en la población de emprendedores del cantón Tulcán, lo que garantiza que cada individuo tenga la misma probabilidad de ser seleccionado. Esto permitirá obtener resultados generalizables y representativos del universo estudiado.

La metodología combina herramientas cualitativas, como análisis de contenido para las entrevistas, y herramientas cuantitativas, como estadísticas descriptivas e inferenciales, para analizar los datos recolectados. Este enfoque asegura una comprensión sólida del contexto y fundamentos para la toma de decisiones.

Para abordar la pregunta de cómo crear emprendimientos y/o microempresas de turismo de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi, se utilizó la herramienta de encuesta. El universo de estudio está compuesto por 45 emprendedores del cantón Tulcán dedicados al sector turístico. A partir de este universo, se calculó el tamaño de la muestra utilizando la fórmula para población finita, lo que resultó en una muestra de 40 emprendedores, quienes fueron encuestados mediante dicha herramienta.

Fórmula finita:

$$n = \frac{N z_{1-\alpha/2}^2 s^2}{(N-1) \varepsilon^2 + z_{1-\alpha/2}^2 s^2}$$

Este tamaño de muestra asegura que los resultados obtenidos sean representativos, con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %. En consecuencia, se realizaron 40 encuestas a los emprendedores del sector turístico de Tulcán, lo que proporciona datos confiables y precisos para el análisis (ver Anexos 2 y 3).

3.2 Resultados de la investigación

En esta sección se presentan los resultados obtenidos a partir del análisis de los datos recolectados, con el fin de responder la pregunta central y alcanzar los objetivos planteados en la investigación. Los hallazgos se organizan de manera que reflejan tanto los aspectos generales como los específicos relacionados con la creación de

emprendimientos y microempresas en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán.

3.2.1 Respuesta a la pregunta central

La pregunta central de la investigación, *¿Cuáles son los factores determinantes que ayudan a mitigar los riesgos potenciales para la creación de emprendimientos y/o microempresas en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi?*, guarda una relación directa con las preguntas seleccionadas de la encuesta, cuyos principales obstáculos para la creación de emprendimientos y/o microempresas en el sector turístico del cantón Tulcán están relacionados con el acceso al financiamiento, el apoyo gubernamental y los trámites administrativos. Estas dimensiones reflejan una percepción generalizada de dependencia hacia terceros, ya que los emprendedores identifican estas barreras externas como factores críticos que limitan su éxito. Sin embargo, al profundizar en la observación planteada, surge una conclusión complementaria: aunque las condiciones externas son importantes, el éxito del emprendimiento radica en gran medida en las capacidades, estrategias y resiliencia del emprendedor mismo.

En primer lugar, el acceso al financiamiento, percibido como “difícil” por el 65 % de los encuestados, representa un desafío significativo. La dependencia de las entidades financieras y la falta de incentivos adecuados aumentan la incertidumbre para los emprendedores. No obstante, esto no debería ser un factor limitante absoluto. Los emprendedores pueden buscar alternativas innovadoras, como financiamiento colectivo, asociaciones estratégicas o programas de inversión en etapas. Esta capacidad de adaptación demuestra que el emprendedor tiene un papel activo en la mitigación de los riesgos financieros.

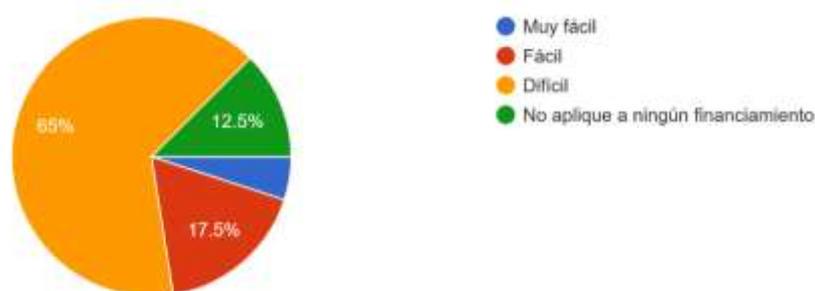


Figura 1. Grado de dificultad para acceder a financiamiento en emprendimientos del sector turístico del cantón Tulcán.

Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

En segundo lugar, el apoyo gubernamental, calificado como “regular” por el 47,5 % de los encuestados, sugiere una expectativa de mayor respaldo institucional. Aunque un apoyo gubernamental más robusto, que incluya incentivos fiscales y programas de capacitación, sería beneficioso, no puede convertirse en la base del éxito. Un emprendedor proactivo puede superar estas limitaciones estableciendo redes de colaboración con actores privados, aprovechando recursos locales y desarrollando iniciativas independientes que reduzcan su dependencia del Estado.

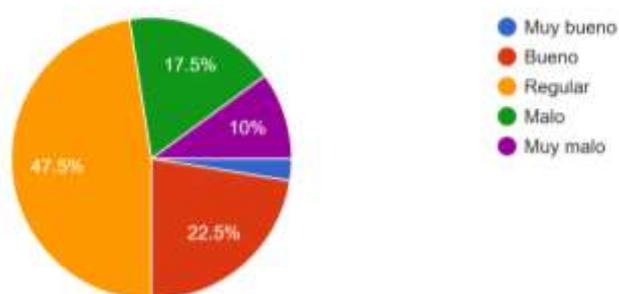


Figura 2. Porcentaje de apoyo en el que califican los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán al gobierno.

Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

Por último, la burocracia asociada a los trámites administrativos es señalada como una barrera importante para el 50 % de los encuestados. La complejidad y los costos asociados a la obtención de licencias y permisos ralentizan el proceso de creación de empresas. Sin embargo, este obstáculo administrativo puede ser enfrentado por emprendedores resilientes mediante la planificación anticipada, la búsqueda de asesoría adecuada y el uso de herramientas digitales que simplifican los trámites.

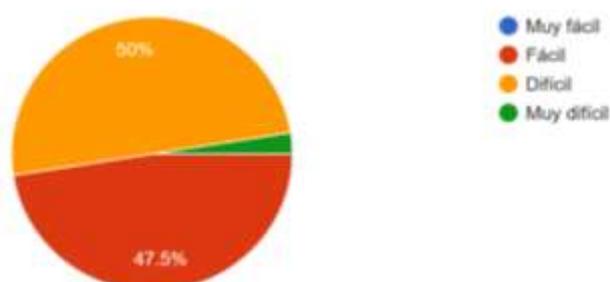


Figura 3. Nivel de dificultad para la obtención de requisitos en la apertura de emprendimientos del sector turístico del cantón Tulcán.

Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

Si bien los resultados de la investigación revelan una fuerte dependencia de factores externos, también reflejan un enfoque limitado por parte de algunos emprendedores, quienes podrían estar asumiendo una posición pasiva frente a estas barreras. Esto lleva a una conclusión crítica: el verdadero éxito del emprendimiento no depende únicamente de terceros, sino que está determinado principalmente por la actitud, las competencias y la capacidad de innovación del emprendedor. La ayuda externa debe ser vista como un complemento estratégico, no como un requisito indispensable.

3.2.2 Análisis de los resultados obtenidos con relación a los objetivos específicos

Primer objetivo: Identificar los principales desafíos que enfrentan los emprendedores al establecer negocios turísticos de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán, y dan contestación con las preguntas de la encuesta:

Pregunta 2.3: Obstáculos personales para iniciar un emprendimiento. Los emprendedores en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán enfrentan dos desafíos principales: la falta de capital 70 % y la alta competencia en el sector 52.5 %. Estos obstáculos son claramente identificados como limitantes para el desarrollo de los emprendimientos, especialmente en sus etapas iniciales. Sin embargo, resulta clave reflexionar sobre la tendencia a responsabilizar a terceros de estos desafíos, ya que el éxito de un emprendimiento depende en gran medida de la capacidad del emprendedor para tomar control de su propio destino y encontrar soluciones dentro de sus propios recursos y capacidades.

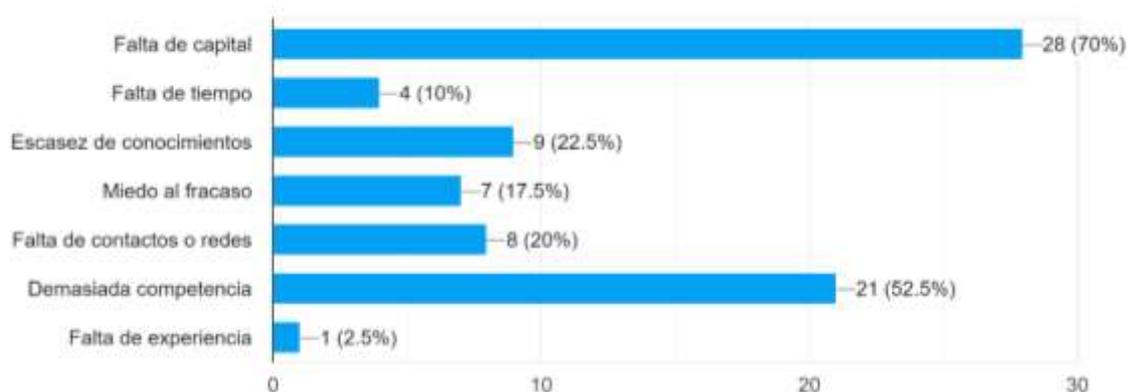


Figura 4. Obstáculos percibidos por los emprendedores del cantón Tulcán. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

La falta de capital es considerada una barrera estructural fundamental, ya que limita el acceso a recursos necesarios para el inicio y expansión de los negocios. Sin embargo, depender únicamente de terceros, como entidades financieras o programas gubernamentales, para resolver este problema puede generar un enfoque pasivo que no beneficia al emprendedor a largo plazo. El emprendedor debe asumir la responsabilidad de buscar alternativas, como la búsqueda de microcréditos, asociaciones estratégicas, plataformas de crowdfunding¹, o incluso la reinversión de ingresos propios. Además, una gestión eficiente de los recursos disponibles puede optimizar las inversiones y mejorar las posibilidades de éxito, lo que demuestra que el emprendedor tiene un rol activo en la superación de este obstáculo.

La alta competencia en el sector turístico no debe ser vista como un factor insuperable, sino como un reto que obliga a los emprendedores a desarrollar estrategias de diferenciación. En lugar de esperar a que las condiciones del mercado cambien a su favor, los emprendedores deben tomar la iniciativa para ofrecer servicios únicos y personalizados que atraigan a los turistas. Esto podría incluir la integración de tecnologías digitales, el diseño de experiencias turísticas diferenciadas o el uso de su conocimiento en el ámbito de la naturaleza para crear propuestas innovadoras que los hagan destacar frente a la competencia existente.

Pregunta 3.2: Accesibilidad al financiamiento. El acceso a financiamiento es percibido como difícil por el 65 % de los encuestados, mientras que solo un 17,5 % considera que es fácil. Este hallazgo pone en evidencia las limitaciones en los mecanismos financieros disponibles para los emprendedores. Procesos complejos, altas tasas de interés y falta de información sobre opciones de crédito pueden estar contribuyendo a esta percepción. Sin financiamiento adecuado, los emprendedores enfrentan dificultades para invertir en infraestructura, promoción y tecnología, lo que a su vez afecta su capacidad para competir y crecer en el mercado turístico (ver Figura 1)

Pregunta 5.2: Dificultades en la obtención de licencias y permisos. La obtención de licencias y permisos regulatorios es calificada como difícil por el 50 % de los encuestados, mientras que el 47,5 % la considera fácil. Esta polarización refleja que, aunque algunas empresas logran superar las barreras burocráticas, para otros

¹ “Se entiende como *crowdfunding* como una ‘nueva’ forma de financiación que se basa en aportaciones económicas de un grupo numeroso de personas para financiar proyectos. Esta actividad se realiza online a través de plataformas. De ahí aparece su nombre de *crowd* (multitud) y *funding* (financiación)” (Gracia 2014).

emprendedores estos trámites representan un obstáculo significativo. Las regulaciones complejas y la falta de claridad en los procesos pueden disuadir la creación de nuevos emprendimientos o retrasar el inicio de sus operaciones (ver Figura 3)

Segundo objetivo: Caracterizar los factores determinantes que contribuyen al éxito de los emprendimientos y/o microempresas turísticas de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi.

El análisis de los resultados revela que los factores determinantes del éxito en los emprendimientos turísticos de naturaleza en Tulcán están profundamente interconectados, y para garantizar un desarrollo sostenible del sector es necesario abordarlos de manera integral.

En primer lugar, las habilidades y conocimientos clave, tales como la gestión empresarial, el marketing digital y la atención al cliente, son fundamentales para el éxito de los emprendimientos turísticos. Los resultados muestran que la atención al cliente es la habilidad más valorada por los emprendedores, lo que refleja la importancia de una interacción directa y de calidad con los turistas. Sin embargo, la gestión empresarial, que solo un 32.5 % considera relevante, y el marketing digital, con solo un 37,5 %, son áreas en las que muchos emprendedores no priorizan su capacitación, a pesar de ser esenciales para la sostenibilidad y expansión de los negocios. La falta de enfoque en estas competencias clave puede limitar la capacidad de los emprendedores para organizar y gestionar de manera eficiente sus recursos, lo que subraya la necesidad de programas de formación en gestión empresarial y marketing digital para fortalecer estas áreas críticas.

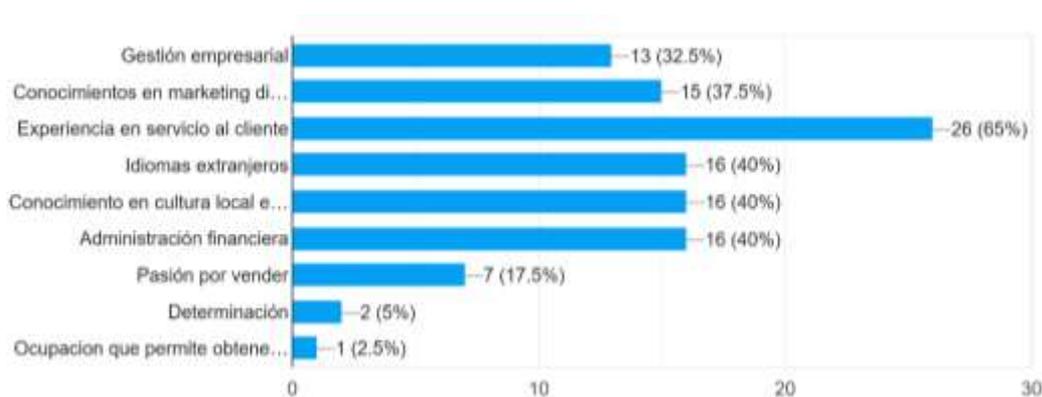


Figura 5. Porcentaje de habilidades claves de los emprendedores del sector turístico de Tulcán. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

Acerca de las fuentes de financiamiento, los resultados indican que un 72,5 % de los emprendedores dependen principalmente de préstamos bancarios, seguidos por ahorros personales 37,5 % y apoyo familiar 27,5 %. Sin embargo, un 65 % de los encuestados considera que obtener financiamiento es difícil, lo que señala una barrera significativa para el desarrollo de los emprendimientos. Aunque los préstamos bancarios son la principal fuente de financiamiento, el difícil acceso a estos recursos limita las posibilidades de expansión y sostenibilidad de los negocios turísticos. Esto resalta la necesidad de políticas públicas que faciliten el acceso a crédito para los emprendedores turísticos, especialmente aquellos en áreas rurales o de alto riesgo, como el turismo de naturaleza.

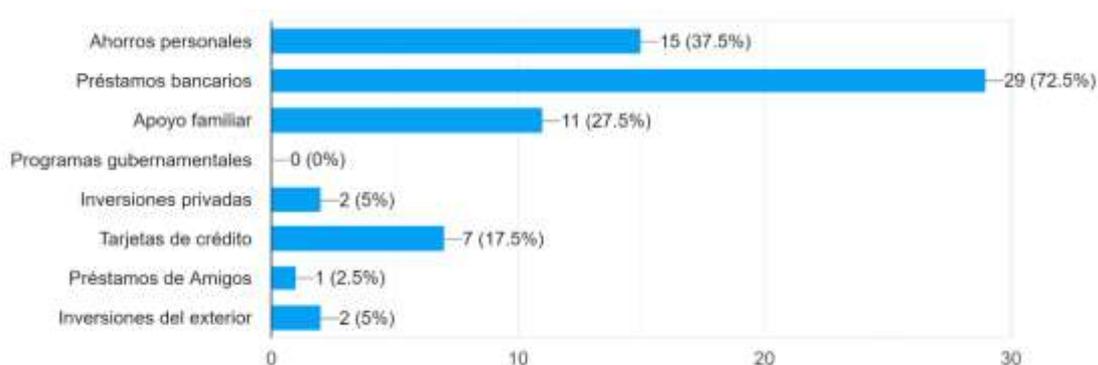


Figura 6. Formas de financiamiento de los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

Un factor clave para el éxito de los emprendimientos turísticos es el apoyo comunitario, y los resultados reflejan que un 50 % de los encuestados considera que la comunidad no apoya los emprendimientos turísticos locales. Este bajo nivel de apoyo subraya la necesidad de involucrar a la comunidad en el desarrollo del turismo, ya que su colaboración es esencial para asegurar la aceptación local y el éxito a largo plazo de los negocios turísticos. Las campañas de sensibilización y educación sobre los beneficios económicos y sociales del turismo pueden ser una herramienta efectiva para cambiar esta percepción y fomentar una mayor integración de la comunidad en el proceso turístico.

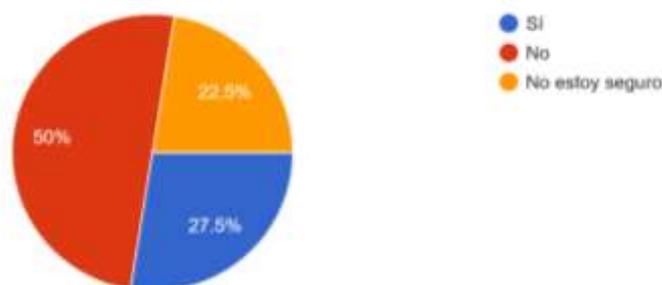


Figura 7. Apreciación que los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán tienen de la ciudadanía local

Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

La falta de capacitación específica en gestión empresarial es otro desafío importante. Un 67,5 % de los emprendedores no ha recibido formación en gestión empresarial, lo que limita su capacidad para gestionar exitosamente sus negocios. Sin embargo, un 90 % de los emprendedores implementa prácticas sostenibles en sus negocios, lo que refleja un fuerte compromiso con la conservación del entorno natural, un valor fundamental para el turismo de naturaleza. Aunque estas prácticas son positivas y deben seguir siendo un pilar de la oferta turística, la falta de formación en gestión estratégica puede dificultar la capacidad de los emprendedores para implementar y gestionar eficientemente estas prácticas de manera rentable y escalable.

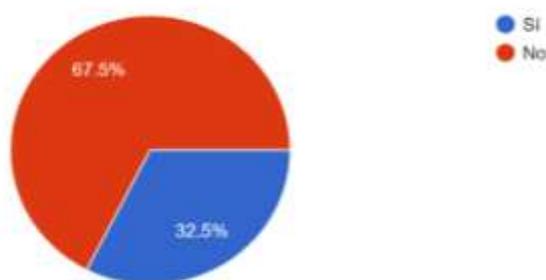


Figura 8. Nivel de Capacitación en gestión empresarial para emprendedores turísticos de los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán

Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

Respecto a la innovación en la oferta turística, los resultados indican que un 80 % de los emprendedores consideran que sus productos o servicios son innovadores. Esta alta percepción de innovación es talentosa, ya que la diferenciación es un factor clave para competir en el mercado turístico. No obstante, para que esta innovación se traduzca en

una ventaja competitiva tangible, es necesario que los emprendedores desarrollen estrategias que mejoren el valor percibido por los turistas y que diferencien aún más sus productos o servicios en el mercado.

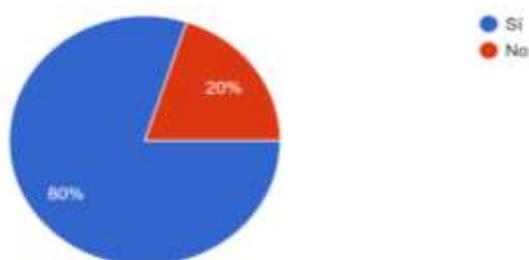


Figura 9. Percepción de Innovación en los productos y servicios turísticos de los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán

Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

La sostenibilidad se presenta como uno de los mayores puntos fuertes de los emprendimientos turísticos en Tulcán, con un 90 % de los emprendedores implementando prácticas sostenibles como reciclaje, gestión eficiente de recursos y conservación del patrimonio natural. La sostenibilidad no solo es fundamental para la preservación del entorno natural, sino que también mejora la percepción de los negocios entre los turistas, especialmente aquellos interesados en realizar un turismo responsable y consciente del medio ambiente. Esta práctica representa una ventaja competitiva y debe seguir siendo un componente central de la oferta turística en el cantón.

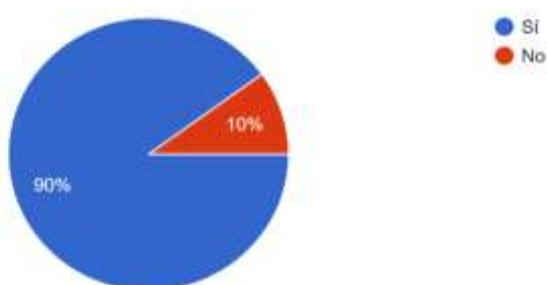


Figura 10. Implementación de prácticas sostenibles de los emprendimientos turísticos en el cantón Tulcán

Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

Por último, los resultados indican que un 50 % de los emprendedores consideran que obtener licencias y permisos es difícil, lo que resalta una barrera administrativa importante. Los trámites regulatorios complicados y costosos pueden desmotivar a los emprendedores y ralentizar el inicio de nuevos proyectos turísticos. Simplificar estos

procesos podría ser un factor determinante para reducir los costos y tiempos de establecimiento, facilitando el crecimiento de los emprendimientos y favoreciendo un entorno más competitivo y eficiente (ver Figura 3)

Pregunta 3.2: El 65 % de los emprendedores en el cantón Tulcán considera que obtener financiamiento es difícil, lo que representa una barrera significativa para el desarrollo de los negocios turísticos en el cantón. La falta de recursos financieros limita la capacidad de inversión en áreas clave como infraestructura, marketing y capacitación, lo que afecta la competitividad de los emprendedores. Sin embargo, algunos emprendedores logran iniciar sus negocios sin financiamiento externo, lo que plantea la pregunta de cómo es posible superar este obstáculo (ver Figura 1).

Existen alternativas viables para iniciar un negocio sin recurrir al financiamiento tradicional. Algunos emprendedores utilizan sus propios ahorros personales, mientras que otros recurren a redes familiares y de amigos, lo que les permite obtener el capital inicial de manera más flexible. Además, muchos optan por un enfoque gradual, invirtiendo solo lo que pueden generar a partir de las primeras ganancias de su negocio, lo que les permite avanzar sin endeudarse.

Este enfoque demuestra que el financiamiento no es el único camino para iniciar un emprendimiento. Los emprendedores pueden superar la barrera del financiamiento tradicional mediante creatividad, gestión eficiente de recursos y una planificación estratégica adecuada. Aunque el acceso al capital puede ser complicado, existen formas alternativas de iniciar y hacer crecer un negocio, lo que resalta la importancia de la resiliencia y la capacidad de adaptación en el camino emprendedor. Las políticas públicas, como los microcréditos y subsidios, deben reforzar estas estrategias para permitir a los emprendedores superar obstáculos sin depender únicamente del financiamiento externo.

Pregunta 5.3: El 72.5 % de los encuestados considera que el financiamiento es el principal apoyo gubernamental necesario para fomentar el turismo en Tulcán, destacando su importancia para la creación y sostenibilidad de emprendimientos turísticos. El 65 % resalta la necesidad de capacitación en áreas como gestión, sostenibilidad y marketing para mejorar la calidad de los servicios turísticos. Otros factores, como la promoción turística y la simplificación de trámites, también son importantes, ya que ayudan a posicionar el cantón como un destino atractivo y facilitan la formalización de los negocios.

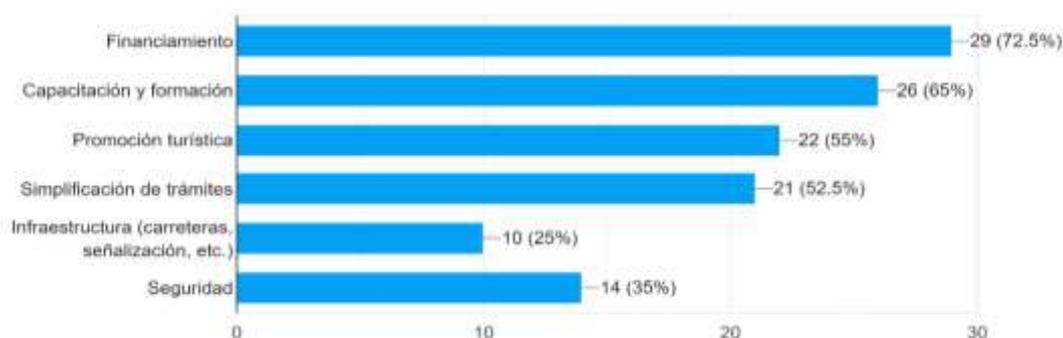


Figura 11. Requerimiento de apoyo gubernamental por parte de los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán.

Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

Tercer objetivo. Definir estrategias y acciones que contribuyan a superar los riesgos identificados y promover el desarrollo de emprendimientos turísticos de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán, ofrecen una visión integral sobre los desafíos y posibles soluciones.

Las preguntas analizadas ofrecen información clave para diseñar dichas estrategias:

Los resultados de la pregunta 2.3 (ver figura 4) revelan que el 70 % de los emprendedores identifica la falta de capital como el principal obstáculo personal, mientras que el 52,5 % menciona la alta competencia como otro desafío significativo. La falta de recursos financieros representa un riesgo interno que puede abordarse mediante planes financieros sólidos, acceso a microcréditos especializados y diversificación de fuentes de financiamiento. Por otro lado, la competencia, aunque es un factor externo, puede gestionarse a través de estrategias proactivas como la diferenciación de servicios, la implementación de tecnologías innovadoras y el desarrollo de planes de contingencia que permitan a los emprendedores adaptarse rápidamente a cambios en el mercado y responder eficazmente a las demandas emergentes.

En relación con la pregunta 3.4: el 55 % de los encuestados reporta expectativas moderadas de rentabilidad en los próximos años, mientras que el 37.5 % tiene expectativas altas. Las expectativas moderadas reflejan una prudencia que puede ser positiva si se traduce en un enfoque estratégico hacia la gestión de riesgos y oportunidades. Sin embargo, para fomentar una visión más optimista y fortalecer la confianza, es esencial implementar programas de formación en planificación estratégica y análisis de mercado. Por su parte, las expectativas altas sugieren optimismo y ambición,

características que deben complementarse con adaptabilidad al entorno para garantizar la sostenibilidad de los modelos de negocio frente a posibles fluctuaciones en el mercado.

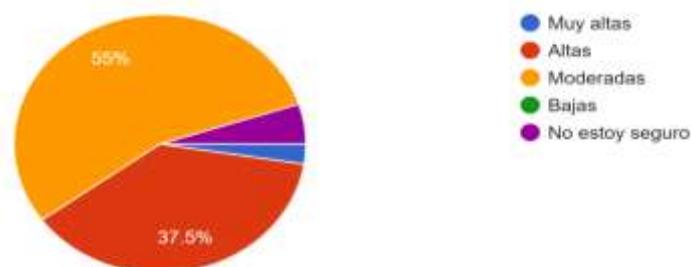


Figura 12. Ingresos esperados por parte de los emprendedores del sector turístico del cantón Tulcán para los próximos dos años.

Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

Respecto a la pregunta 2.1, el 72,5 % de los encuestados señala la independencia económica como su principal motivación para emprender en el sector turístico. Este motor intrínseco es una fortaleza que puede potenciarse aún más si se combina con principios de adaptabilidad y resiliencia. Los emprendedores deben estar preparados para enfrentar los desafíos del mercado y recuperarse rápidamente de los reveses, desarrollando habilidades en la toma de decisiones bajo incertidumbre y estrategias flexibles para gestionar riesgos. Así, los emprendedores deben ajustar continuamente sus modelos de negocio según las condiciones del mercado, analizando la competencia, identificando nuevas oportunidades e incorporando innovaciones que les permitan diferenciarse. Es vital que adopten una mentalidad resiliente para superar obstáculos como la falta de financiamiento o la competencia elevada, aprendiendo de los reveses y fortaleciendo sus negocios.

Además, se recomienda elaborar planes de contingencia para mitigar los efectos de eventos adversos, contemplando ajustes en precios, estrategias de marketing y rediseño de servicios según las demandas del mercado. Los programas de formación deben enfocarse en enseñar a los emprendedores a planificar, gestionar riesgos y aprovechar oportunidades estratégicamente, alineando sus expectativas de rentabilidad con las realidades del mercado. Finalmente, los emprendedores deben trabajar en la creación de

ofertas únicas, como experiencias turísticas personalizadas o servicios innovadores, aprovechando las fortalezas del entorno natural del cantón Tulcán.

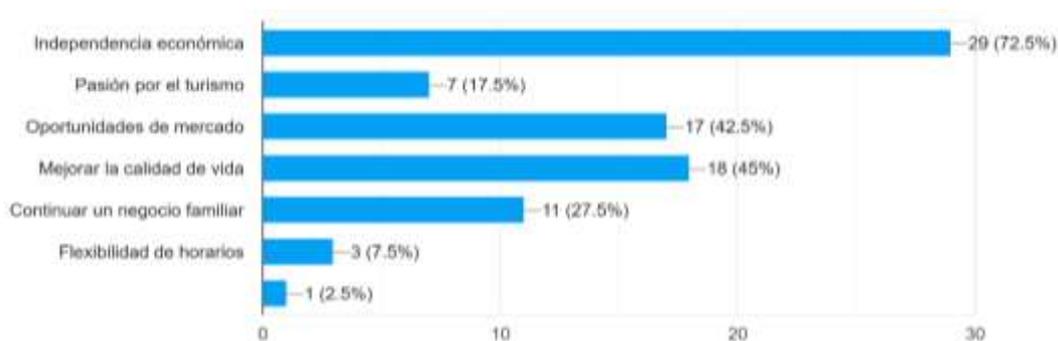


Figura 13. Motivaciones clave para emprender en el sector turístico del cantón Tulcán
Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 2).

3.2.3 Análisis global del objetivo general

Una vez analizados los resultados obtenidos frente a la pregunta central y los objetivos específicos, en esta sección se presenta un análisis global que da cuenta del cumplimiento del objetivo general de esta investigación.

- Analizar los factores determinantes que inciden en la creación de emprendimientos y/o microempresas en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi, con el fin de proponer estrategias que mitiguen los riesgos y potencien el desarrollo local

Para la identificación de los factores clave para la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas se realizó mediante un enfoque de trabajo de campo, que incluyó entrevistas a funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Tulcán, del Ministerio de Turismo (MINTUR), y a emprendedores de éxito del cantón Tulcán. Estas entrevistas revelaron coincidencias significativas entre los entrevistados, quienes destacaron como factores fundamentales:

- Financiamiento
- Innovación
- Cultura
- Intervención del Estado

Estos elementos fueron señalados como pilares esenciales para fomentar el desarrollo sostenible de los emprendimientos turísticos en el cantón.

Los resultados de estas entrevistas coinciden en gran medida con los hallazgos de la encuesta aplicada a los emprendedores turísticos del cantón Tulcán, la cual determinó la combinación de factores económicos, institucionales y estratégicos. De manera específica, el acceso a financiamiento adecuado fue reconocido tanto por las autoridades como por los emprendedores como el factor más crítico 70 %, evidenciando la necesidad de mecanismos financieros efectivos para la sostenibilidad y expansión empresarial.

Asimismo, la intervención del Estado en áreas turísticas 47,5 % y la innovación y diferenciación en la oferta turística 47,5 % fueron destacados en ambas perspectivas. Mientras las autoridades subrayan la importancia de las inversiones públicas y la infraestructura, los emprendedores valoran estas acciones como indispensables para garantizar la competitividad y atraer visitantes mediante experiencias únicas.

Factores adicionales, como la simplificación de trámites gubernamentales 45 % y la cultura de servicio y apertura al cambio 40 %, también muestran una alineación entre las opiniones de los actores institucionales y los emprendedores, destacando la relevancia de procesos administrativos eficientes y un entorno humano favorable para el emprendimiento.

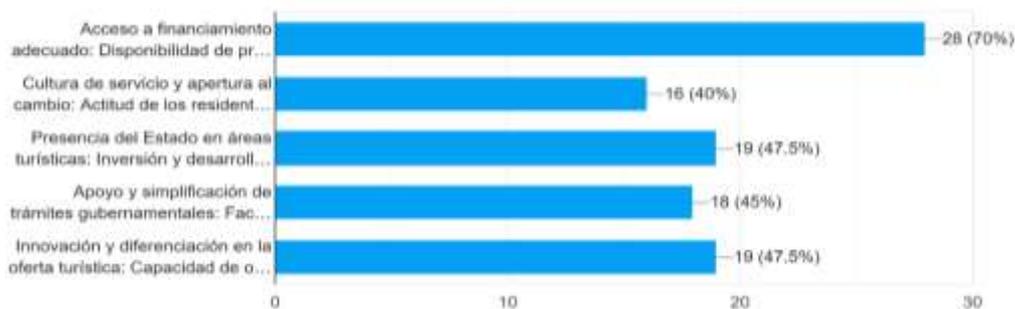


Figura 14. Porcentaje de los factores determinantes para la creación de los emprendimientos y/o microempresas turísticas en el cantón Tulcán

Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a los emprendedores del sector de turismo del cantón Tulcán (ver Anexo 3).

4 ¿Cómo crear emprendimientos y/o microempresas de turismo de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi?

La creación de emprendimientos y/o microempresas de turismo de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán requiere un enfoque estratégico que priorice tres elementos fundamentales: el acceso al financiamiento, la capacitación en habilidades clave y la implementación de prácticas innovadoras y sostenibles. Estos pilares son esenciales para sentar las bases de negocios que respondan a las demandas del turismo

moderno y aprovechen de manera eficiente las oportunidades que ofrece el entorno natural del cantón.

4.1 Acceso al financiamiento

Disponer de financiamiento adecuado es el primer paso para la creación de emprendimientos turísticos. Este recurso es indispensable para cubrir necesidades iniciales como la adquisición de infraestructura, equipamiento y promoción de productos turísticos. Según los datos obtenidos, el 70 % de los encuestados señala que el financiamiento es un factor clave (ver Figura 4), y es concordante con el 65 % que indica que acceder a este recurso es complicado. (ver Figura 3).

Según el Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (Lasio et al. 2024, 29), a la mayoría de emprendedores en etapas iniciales enfrenta una notable falta de opciones de financiamiento, lo que los lleva a depender principalmente del apoyo económico de familiares y amigos. No obstante, los expertos destacan que, en fases más avanzadas, se observa un entorno financiero más propicio para el desarrollo de los emprendimientos. Esta mejora se atribuye al impulso del capital de riesgo y del capital privado promovido por la Asociación Ecuatoriana de Capital Privado (ECUACAP), así como a la participación activa de entidades privadas como AEI, Endeavor y diversos fondos de inversión.

Adicionalmente, existen otras fuentes de financiamiento relevantes, como:

a. Inversionistas ángel

Los inversionistas ángel son personas o grupos que invierten capital en startups o pequeñas empresas a cambio de una participación accionaria o instrumentos convertibles en deuda. Este tipo de financiamiento es frecuente en etapas tempranas de proyectos con alto potencial de crecimiento (Merizalde 2017, 75).

b. Crowdfunding

El crowdfunding es una forma de financiamiento colectivo donde múltiples personas realizan pequeñas aportaciones económicas a través de plataformas digitales para apoyar proyectos o emprendimientos. Esta modalidad ha ganado popularidad como alternativa para financiar iniciativas innovadoras (Cedeño 2020, 1).

c. Incubadoras y aceleradoras de proyecto

Las incubadoras y aceleradoras son organizaciones que apoyan a emprendedores proporcionando financiamiento, mentoría y recursos para el desarrollo de sus proyectos.

Además del apoyo financiero, ofrecen asesoramiento estratégico y acceso a redes de contactos (Bóveda, Oviedo, y Yakusik 2015, 7).

A continuación, un breve ejemplo de emprendedores que crecieron sin apalancamiento financiero. La economía ecuatoriana ha experimentado diversos períodos de crecimiento a lo largo de su historia. Uno de los más destacados ocurrió durante la década de 1970, impulsado principalmente por el auge petrolero. En esos años, Ecuador inició la explotación a gran escala de sus reservas de petróleo, lo que generó un incremento significativo en los ingresos nacionales y propició un crecimiento acelerado del Producto Interno Bruto (PIB). Sin embargo, este crecimiento económico no siempre se tradujo en acceso directo al crédito para todos los sectores de la población, lo que invita a reflexionar sobre cómo lo hicieron aquellos emprendedores en un contexto de limitaciones financieras.

Los casos de Guillermo Wright Vallarino y su Grupo La Favorita, y Martha Vilaña con su negocio Cangrejal, son ejemplos paradigmáticos. La Favorita, fundada en 1945 por Guillermo Wright, comenzó con una bodega en la Plaza de San Francisco, en 1957 abrieron su primera tienda de autoservicio y en 1971 construyeron su primer Supermaxi en el C.C. Iñaquito, probablemente financiada con recursos propios y familiares. A pesar de no contar con acceso a grandes créditos en sus inicios, el éxito de La Favorita se debió a la innovación en su modelo de negocio, destacándose por su sistema de centralización de almacenes y control de calidad, lo que les dio una ventaja competitiva frente a otras empresas.

De manera similar, Martha Vilaña inició su negocio Cangrejal en 1980 con una inversión inicial de solo 20 sucres. Su estrategia se basó en la reinversión de las ganancias obtenidas, sin recurrir a créditos o inversionistas externos. La clave de su éxito fue la calidad del producto y el trabajo familiar, consolidando su marca en Ecuador sin grandes capitales iniciales.

Estos ejemplos históricos ilustran cómo el éxito de los emprendimientos no siempre depende del acceso inmediato a financiamiento externo, sino de otros factores como la estrategia empresarial, la innovación, el aprovechamiento de recursos propios, y una visión clara del mercado.

El análisis de los resultados también debe considerar la actitud y el hambre por emprender como factores fundamentales que influyen en la motivación de los emprendedores del cantón Tulcán. La búsqueda de independencia económica, con un 70 % de respuestas, refleja una profunda necesidad de autonomía, pero no es el único

motor. La actitud emprendedora, esa disposición constante para asumir retos y buscar oportunidades en un entorno cambiante, es lo que sostiene y da longevidad a estos emprendimientos. Esta mentalidad proactiva no solo se enfoca en la obtención de ingresos, sino también en la capacidad de adaptarse y aprender continuamente, lo cual se manifiesta en su énfasis en la experiencia al cliente. Esta habilidad no solo les permite diferenciarse, sino que también refleja una disposición constante para mejorar sus servicios, lo cual es clave para fortalecer el turismo local y regional.

La combinación de la independencia económica con una mentalidad orientada al aprendizaje continuo y la mejora constante es un aspecto esencial que sostiene el crecimiento y éxito de los emprendedores turísticos.

4.2 Capacitación en habilidades clave

El desarrollo de habilidades específicas es indispensable para que los emprendedores puedan operar sus negocios desde su creación con el conocimiento adecuado. Según la encuesta, el 65 % de los encuestados considera la experiencia en servicio al cliente como una habilidad esencial (ver Figura 5).

Para abordar esta necesidad, se recomienda implementar programas de formación especializados que capaciten a los emprendedores en atención al cliente, hospitalidad y gestión de experiencias turísticas. Estas capacitaciones deben incluir habilidades prácticas que permitan a los emprendedores atender eficazmente a turistas nacionales e internacionales, fortaleciendo la calidad de los servicios desde el inicio de sus operaciones.

De igual manera, es esencial integrar en estos programas temas como estrategia empresarial, innovación, habilidades directivas, ventas, liderazgo, manejo de riesgos, inteligencia emocional, educación financiera y marketing, las cuales son fundamentales para una gestión empresarial eficiente y el crecimiento sostenido del negocio.

- **La estrategia empresarial**

Es clave para que un emprendedor alcance la rentabilidad sostenible y se establezca de manera competitiva en el mercado. Según lo señalado en el blog Importancia de la estrategia empresarial de Entorno Empresarial (2018, 1), nos permite aprovechar las oportunidades, enfrentar las amenazas, fortalecer las ventajas y reducir las debilidades.

Para el emprendedor, contar con una estrategia bien definida proporciona una guía clara que evita la improvisación y orienta todos los esfuerzos hacia un objetivo común.

Facilita una asignación eficiente de los recursos, permite identificar oportunidades y riesgos, y fortalece la capacidad de adaptación frente a cambios del mercado o eventuales crisis.

El desarrollo de una estrategia requiere un análisis profundo del negocio y su entorno, y debe ser un proceso continuo que se implemente y comunique efectivamente a todos los involucrados para garantizar su éxito.

- **Innovación**

La innovación empresarial contribuye a que las organizaciones sean más competitivas, eficientes, mejore sus resultados y se adelanten a las necesidades del mercado. (UNIR 2023, 1). La innovación permite a las organizaciones anticiparse a las demandas cambiantes del mercado, brindándoles una ventaja competitiva al adaptarse rápidamente a nuevas tendencias y desafíos. Para el emprendedor, cultivar una cultura innovadora no solo lo ayuda a destacarse de sus competidores, sino que también le permite ofrecer soluciones únicas que agregan valor a sus clientes. Esta capacidad de innovar se convierte en un motor clave para mejorar la eficiencia y los resultados, consolidando el crecimiento y la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

- **Habilidades directivas y liderazgo**

El liderazgo efectivo, combinado con habilidades directivas sólidas, es esencial para formar equipos cohesionados y orientados al logro. La capacidad de liderar equipos, tomar decisiones estratégicas y gestionar recursos debe ser una prioridad en la capacitación. Un enfoque en el liderazgo transformacional fomenta un ambiente de mejora continua y motivación colectiva.

Entre las habilidades clave destacan: comunicación efectiva, toma de decisiones fundamentada, empatía, gestión del tiempo, capacidad para delegar, motivar, adaptarse, resolver conflictos, mantener una visión estratégica y ejercer una fuerte influencia (ISDI 2023, 1).

- **Vender**

Las habilidades de venta y creación de redes son competencias empresariales fundamentales que pueden aplicarse en cualquier sector. La venta implica la capacidad de convencer tanto a inversionistas para que respalden una idea como a clientes potenciales para que adquieran un producto o servicio. Un emprendedor, al ser el creador y primer trabajador de su empresa, debe dominar esta habilidad. En las primeras etapas del negocio, es probable que las ventas sean limitadas hasta que el equipo comercial se expanda. Por otro lado, establecer relaciones con otros empresarios y ejecutivos permite

acceder a nuevas oportunidades de colaboración y crecimiento, impulsando así el desarrollo del negocio (Fundación Wadhvani 2022, párr. 12).

- **Manejo de riesgo**

Superar el miedo al fracaso es fundamental para fomentar una mentalidad emprendedora resiliente y exitosa. Al ver el fracaso no como un obstáculo insuperable, sino como una oportunidad para aprender y mejorar, los emprendedores pueden tomar riesgos calculados con mayor confianza. Además, contar con un sistema de apoyo, como mentores o redes de colaboración, brinda la orientación necesaria para tomar decisiones fundamentadas. Esta combinación de mentalidad de crecimiento y gestión estratégica de riesgos permite a los líderes empresariales navegar la incertidumbre y alcanzar sus metas con mayor seguridad (FasterCapital 2024, 1).

- **Inteligencia emocional**

La inteligencia emocional (IE), según Gálvez (2020, 1), es clave para reconocer y manejar emociones propias y ajenas, fortaleciendo el equilibrio emocional. Como complemento, esta capacidad potencia habilidades críticas como el liderazgo y la toma de decisiones, esenciales para los emprendedores al construir relaciones sólidas y abordar desafíos de manera efectiva, lo que contribuye directamente al éxito profesional. Sus componentes principales incluyen la autoconciencia, el autocontrol, la motivación intrínseca, las habilidades sociales y la empatía.

- **Educación financiera**

La definición de educación financiera propuesta por Denegri (citado en Santamaría 2019, 23) destaca su relevancia como herramienta esencial para la toma de decisiones económicas conscientes y efectivas. Esta educación permite a las personas comprender el entorno económico, gestionar los recursos de manera eficaz y desarrollar hábitos financieros responsables, esenciales para lograr estabilidad económica y bienestar a largo plazo en un entorno complejo y cambiante.

- **Finanzas**

Las finanzas, según los expertos Zvi Bodie y Robert Merton (citado en Santamaría 2019, 26), se enfocan en la asignación de recursos escasos a lo largo del tiempo, lo que implica decisiones indispensables sobre consumo, ahorro, inversión y gestión del riesgo. En el contexto empresarial, entender estos principios financieros es esencial para los emprendedores, pues les permite gestionar de manera eficiente sus recursos, tomar decisiones estratégicas informadas y asegurar la viabilidad y crecimiento a largo plazo de sus negocios.

- **Marketing**

El marketing, al ser fundamental para las decisiones empresariales, debe ser un eje clave en las capacitaciones organizacionales. Según la American Marketing Association, es un proceso que crea, comunica y entrega valor a los consumidores, clientes y la sociedad en general. En este sentido, incorporar el concepto de “hacer que la venta sea superflua”, como lo menciona Peter Drucker, resalta la importancia de capacitar a los equipos para conocer al consumidor tan bien que el producto o servicio se venda por sí mismo, lo que maximiza la efectividad del marketing y asegura el éxito empresarial (Kotler y Keller 2016, 29).

4.3 Implementación de prácticas innovadoras y sostenibles

La integración de la innovación y la sostenibilidad en los emprendimientos es clave para que estos negocios se adapten a las tendencias del turismo moderno y sean atractivos para los visitantes. Según los resultados de la encuesta, el 80 % de los encuestados afirma que sus emprendimientos ofrecen productos o servicios innovadores, mientras que el 82,5 % ya implementa reciclaje y gestión de residuos como práctica sostenible.

Es necesario fomentar el uso de herramientas digitales avanzadas, como plataformas de reservas en línea y marketing digital, para aumentar la visibilidad de los negocios y atraer más turistas. Asimismo, promover la adopción de prácticas sostenibles, como la gestión eficiente de recursos y el turismo responsable, permitirá que los emprendimientos no solo contribuyan al cuidado del entorno natural, sino que también se diferencien en el mercado.

5 Factores esenciales para el éxito de un emprendimiento y/o microempresa de turismo de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán de la provincia Carchi

El éxito en el desarrollo de emprendimientos turísticos en el cantón Tulcán está determinado por una serie de factores interrelacionados que aseguran su viabilidad, sostenibilidad y competitividad. La literatura revisada señala aspectos fundamentales como la comprensión del mercado, la calidad del producto, la capacitación continua, el establecimiento de redes estratégicas y la innovación. Estos elementos constituyen un marco teórico que guía la planificación y gestión de negocios turísticos orientados a la naturaleza, permitiendo una adecuada adaptación y posicionamiento.

5.1 Identificación de los factores clave

El turismo de naturaleza en el cantón Tulcán, requiere estrategias clave para su crecimiento. Analizar el mercado, mejorar la calidad, fortalecer capacidades, crear alianzas e innovar son fundamentales para su desarrollo. A continuación, se analizan estos elementos:

5.1.1 Descripción del mercado

Según el estudio de Herrera Díaz et al. (2020), la mayoría de los visitantes de áreas naturales en Ecuador buscan actividades de bajo impacto ambiental, como la observación de aves y caminatas interpretativas. Esto subraya la necesidad de que los emprendimientos adapten su oferta turística a estas preferencias, ya que los turistas tienden a valorar la conservación del entorno natural (Herrera et al. 2020, 181).

En el contexto de la prov. del Carchi según Guerrero et al. (2023, 63) destaca que el perfil del turista está compuesto principalmente por ecuatorianos 60 % y colombianos 38 %. Además, el 67,7 % de los visitantes ya han estado en la provincia, lo que indica que es un destino recurrente para muchos turistas. Estos visitantes destinan la mayor parte de su gasto en hospedaje y alimentación, mientras que la oferta de actividades turísticas es limitada, lo que reduce la permanencia de los turistas en la provincia.

5.1.2 Calidad del producto turístico

López Rodríguez (2019, 31) destacan que para que un emprendimiento turístico sea exitoso, es fundamental que ofrezca productos que integren la conservación del entorno natural con la educación ambiental. En su estudio sobre Usme, Bogotá, observaron que los emprendimientos que implementaron estrategias que promueven la conservación tuvieron un mayor éxito y aceptación por parte de los visitantes.

El observatorio de turismo del Carchi en Guerrero et al. (2023, 6) refuerza esta visión al señalar que las preferencias de los turistas incluyen caminatas y observación de flora y fauna, lo que destaca la importancia de ofrecer experiencias auténticas y de calidad en la naturaleza.

5.1.3 Capacitación y formación continua

Martínez (2017, 2) resalta que la capacitación continua en temas de sostenibilidad y gestión empresarial es vital para asegurar la viabilidad a largo plazo de los emprendimientos de turismo de naturaleza. Esto incluye la formación en el manejo de

recursos naturales y en la atención al cliente especializado, que son esenciales para ofrecer un servicio de calidad.

El observatorio de turismo del Carchi en Guerrero et al. (2023, 7) subraya la importancia de desarrollar capacidades en los actores turísticos locales para mejorar la oferta turística y garantizar el crecimiento sostenible de los emprendimientos.

5.1.4 Redes y alianzas estratégicas

La colaboración entre emprendedores turísticos y entidades externas es clave para fortalecer la operación y mejorar el impacto de los emprendimientos de naturaleza. Según Lastra y Cabanilla (2020, 21), la cooperación entre emprendimientos turísticos y entidades académicas y ONG ha permitido a los emprendedores acceder a formación y recursos para mejorar sus operaciones y asegurar su sostenibilidad. En Ecuador, este tipo de alianzas ha sido esencial para que los emprendimientos locales puedan implementar prácticas responsables y sostenibles que generen un impacto positivo en la comunidad.

El observatorio de turismo del Carchi en Guerrero al. (2023, 8) también destaca la importancia de estas alianzas para la promoción de prácticas sostenibles, al facilitar el acceso a programas de capacitación y asistencia técnica. Las redes con instituciones internacionales y proyectos de cooperación son fundamentales para la implementación de mejores prácticas y para generar confianza en los mercados.

5.1.5 Innovación y adaptación al cambio

Zalles (2018, 30) señala que los emprendimientos turísticos en Ecuador deben estar preparados para adaptarse a los cambios en la demanda turística, que cada vez valora más la sostenibilidad y la personalización de las experiencias. La diversificación de la oferta, mediante la creación de rutas de senderismo temáticas y productos educativos, permite atraer a un mayor número de turistas y asegurar el éxito del emprendimiento a largo plazo.

El observatorio de turismo del Carchi en Guerrero et al. (2023, 9) señala que la falta de una oferta consolidada y la desarticulación entre actores en la provincia del Carchi son desafíos importantes. La implementación de actividades innovadoras, como el turismo educativo y de conservación, es clave para mejorar la competitividad de los emprendimientos y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado turístico.

Los resultados obtenidos de la encuesta refuerzan y complementan la literatura revisada, identificando los factores clave para el éxito de los emprendimientos turísticos

de conocimiento de la naturaleza en el cantón Tulcán. Se destaca la importancia de ofrecer productos turísticos diferenciados y de calidad, así como la capacitación continua de los emprendedores en áreas como gestión empresarial y sostenibilidad, para mejorar la competitividad.

6 Casos de éxito

Para ilustrar cómo es posible superar los desafíos en el sector del turismo de naturaleza en Ecuador, se presentan a continuación tres casos de éxito que destacan por su sostenibilidad, innovación, gestión eficiente y colaboración comunitaria.

6.1 Hostería El Encanto: Mindo, Pichincha

Es un eco-lodge ubicado en Mindo, conocido por su biodiversidad y su atractivo para el turismo de observación de aves. Este emprendimiento ha implementado un modelo de negocio sostenible que combina alojamiento ecológico, guía especializada y actividades de educación ambiental para los visitantes.

Superación de desafíos:

Conservación y manejo sostenible: El Encanto ha trabajado en la restauración de hábitats y en la implementación de prácticas agrícolas sostenibles en sus alrededores. Esto ha mejorado la calidad del entorno natural y aumentado la diversidad de aves en la zona, atrayendo a turistas de nicho (Zalles 2018, 28).

Innovación en la oferta: Se ha diversificado la oferta con actividades de aviturismo, talleres de fotografía de naturaleza y senderismo interpretativo, adaptándose a las preferencias de los turistas que buscan experiencias únicas y educativas.

Formación continua: El personal de la hostería tiene capacitación constante en ecoturismo y recibe atención al cliente especializado, lo que ha mejorado significativamente la calidad del servicio (Zalles 2018, 30).

Resultados: La hostería ha incrementado su número de visitantes anuales en un 25 % y ha sido reconocida con certificaciones de sostenibilidad, como el Distintivo de Turismo Sostenible del Ministerio de Turismo de Ecuador.

6.2 Reserva Ecológica Santa Lucía: Nanegal, Pichincha

Es una iniciativa comunitaria de ecoturismo ubicada en la zona del Chocó Andino. Este proyecto se basa en la conservación de 730 hectáreas de bosque nublado y ofrece

alojamiento en eco-cabañas, guía por senderos naturales y actividades de investigación ecológica.

Superación de desafíos:

Redes y Alianzas Estratégicas: La reserva ha establecido alianzas con universidades y ONGs para llevar a cabo proyectos de investigación y conservación. Estas colaboraciones han permitido obtener fondos y apoyo técnico para el manejo del área protegida (Lastra y Cabanilla 2020, 21).

Capacitación Comunitaria: Se ha capacitado a los miembros de la comunidad en gestión de turismo sostenible y en la operación de la reserva, lo que ha mejorado la cohesión social y ha generado empleo local.

Innovación en Actividades: Santa Lucía ha implementado actividades de turismo científico y programas educativos para escuelas, lo que ha diversificado su oferta turística y aumentado su atractivo para grupos específicos (Lastra y Cabanilla 2020, 23).

Resultados: La reserva ha logrado su sostenibilidad financiera y ha sido reconocida internacionalmente por su enfoque en la conservación comunitaria. Además, ha recibido el apoyo del Programa de Pequeñas Donaciones (PNUD) para la mejora de sus infraestructuras.

6.3 Yasuní Kichwa Ecolodge: Parque Nacional Yasuní

Es un emprendimiento turístico comunitario operado por la comunidad Kichwa Añangu dentro del Parque Nacional Yasuní. Ofrece una experiencia única de inmersión cultural y contacto directo con la biodiversidad de la Amazonía ecuatoriana.

Superación de desafíos:

Autogestión y conservación: La comunidad ha implementado un modelo de autogestión que combina el ecoturismo con actividades de conservación. El proyecto financia la protección de su territorio y ha logrado detener la expansión de actividades extractivas en la zona (Herrera et al. 2020, 34).

Integración cultural: El lodge ofrece actividades de intercambio cultural y educación ambiental, donde los turistas aprenden sobre las tradiciones kichwa y la importancia de conservar la Amazonía. Esto ha generado un turismo de alto valor añadido que respeta y apoya la cultura local.

Capacitación y desarrollo local: Los miembros de la comunidad reciben capacitación en guía, manejo de hospedaje y gestión empresarial, lo que ha fortalecido la capacidad operativa y administrativa del lodge (Herrera et al. 2020, 36).

Resultados: Yasuní Kichwa Ecolodge ha sido premiado por su enfoque de turismo responsable y ha conseguido un flujo constante de visitantes internacionales, generando ingresos que se reinvierten en la comunidad y en la conservación del área.

7 Desarrollo sostenible y responsabilidad social en emprendimientos y/o microempresas turísticas de conocimiento de la naturaleza del cantón Tulcán de la provincia del Carchi

El desarrollo sostenible se fundamenta en un modelo que busca atender las necesidades actuales sin comprometer las posibilidades de las futuras generaciones para satisfacer las suyas. Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU 2023), este enfoque garantiza la continuidad de las sociedades y la protección del planeta, promoviendo un equilibrio entre crecimiento económico, equidad social y conservación ambiental.

Desde una perspectiva global, este concepto integra tres pilares esenciales: el progreso económico, la equidad social y la sostenibilidad ambiental. Estos elementos son interdependientes y fundamentales para un desarrollo inclusivo y responsable con los límites ecológicos. La clave radica en asegurar que el crecimiento económico no se produzca en detrimento del bienestar social ni del equilibrio ambiental, sino en conjunto con ambos.

Lograr un desarrollo sostenible implica cambios significativos en la producción, en las políticas públicas y en los hábitos de consumo. Es necesario adoptar tecnologías menos contaminantes, fomentar la educación ambiental, fortalecer la economía circular y consolidar modelos de gobernanza participativa. Estas estrategias no solo enfrentan los desafíos actuales, sino que también favorecen la resiliencia y la adaptación a futuras problemáticas.

El desarrollo sostenible es una responsabilidad compartida que trasciende generaciones y fronteras. Su éxito depende de la cooperación entre gobiernos, empresas, comunidades y ciudadanos, quienes deben trabajar en conjunto para garantizar un futuro equitativo e inclusivo. En este modelo, el progreso no debe asociarse con la explotación desmedida de los recursos naturales, sino con su preservación y uso racional para el bienestar colectivo.

La implementación de la responsabilidad social en el ámbito turístico requiere que los residentes del destino perciban resultados concretos, tanto en su calidad de vida como en el desarrollo de su entorno. Aunque el desconocimiento sobre este enfoque puede ser

un obstáculo, no debería ser una razón para ignorar su aplicabilidad. Es esencial promover una conducta que priorice al ser humano y sus necesidades, integrando los intereses empresariales con los valores sociales y comunitarios.

Daniela Navas (2024, 6–8) define la responsabilidad social como la capacidad de individuos y organizaciones para responder por sus acciones, guiándose por principios éticos y promoviendo el bienestar colectivo. En el contexto de los emprendimientos turísticos en el cantón Tulcán, la responsabilidad social adquiere una relevancia particular, ya que estos proyectos interactúan directamente con comunidades locales y el entorno natural. Este tipo de iniciativas exige un compromiso que trascienda lo empresarial, integrando prácticas éticas que prioricen tanto la sostenibilidad ambiental como el bienestar de los habitantes de la localidad.

En la industria turística, la sostenibilidad debe ser genuina y no una simple estrategia de marketing. Es crucial evitar prácticas como el *greenwashing*, donde se exagera el compromiso ambiental de una empresa sin una verdadera implementación de medidas sostenibles, o el *greenhushing*, que consiste en presentar iniciativas ecológicas con fines puramente comerciales. Para garantizar una responsabilidad social empresarial real, las acciones deben alinearse con lo que se comunica y reflejar un impacto positivo verificable (Peña 2020).

La responsabilidad social en el sector turístico contribuye a generar relaciones basadas en el respeto y la cooperación, promoviendo un entorno en el que las empresas y las comunidades locales puedan convivir de manera armónica. Este enfoque impulsa a los emprendedores a desarrollar estrategias que fortalezcan el tejido social, fomentando conductas que valoren y protejan los recursos naturales y culturales del destino.

Asumir este compromiso implica adoptar una visión integral en la que la conservación ambiental y el respeto por las tradiciones locales sean pilares fundamentales. Este proceso inicia con la sensibilización sobre la importancia del entorno, seguido de una toma de conciencia que guíe la planificación de estrategias responsables. Finalmente, estas acciones deben convertirse en prácticas sostenibles permanentes que beneficien tanto a la comunidad como al medioambiente.

Las microempresas turísticas en el cantón Tulcán tienen la oportunidad de desempeñar un papel clave en la transición hacia un turismo más responsable. La sostenibilidad debe integrarse en cada aspecto de su gestión, promoviendo empleo digno, sensibilizando a los visitantes sobre la conservación, respetando los derechos de las comunidades locales y reduciendo la huella ambiental de sus operaciones. Estas medidas

no solo fortalecen el tejido social y económico del destino, sino que posicionan a estas microempresas como modelos de turismo ético y comprometido con el bienestar colectivo.

7.1 Análisis de prácticas sostenibles

En relación con las prácticas sostenibles implementadas por los emprendimientos turísticos del cantón Tulcán, el análisis de las respuestas obtenidas en la encuesta revela que un porcentaje significativo de los emprendedores está adoptando prácticas de sostenibilidad en sus operaciones. La práctica más comúnmente implementada es el reciclaje y la gestión de residuos, adoptada por la mayoría de los emprendedores, lo que indica un fuerte compromiso con la reducción de desechos y la promoción de una cultura ecológica. Esta práctica es esencial para la gestión ambiental, particularmente en el ámbito turístico, donde la gestión de residuos puede tener un gran impacto en la conservación del entorno natural.

El uso eficiente de recursos, como el agua y la energía, es también una prioridad para una parte considerable de los emprendedores. Esto es clave para reducir el impacto ambiental de las operaciones turísticas, especialmente en un contexto natural como el de Tulcán, donde los recursos son limitados y su conservación es clave para garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

La promoción del turismo responsable es otro enfoque importante adoptado por los emprendedores, aunque en menor medida que las dos prácticas anteriores. Este tipo de turismo busca educar a los turistas sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y respetar las culturas locales, contribuyendo al desarrollo de un turismo más ético y sostenible.

En ese sentido el apoyo a la conservación del patrimonio natural, aunque no tan común como las otras prácticas, sigue siendo un enfoque importante para algunos emprendedores, quienes reconocen la necesidad de proteger los recursos naturales y culturales del cantón Tulcán.

Capítulo cuarto

El Emprendedor en el sector turístico de conocimiento de la naturaleza

Si bien no existe una definición claramente establecida para el emprendedor de naturaleza, la literatura sobre turismo de naturaleza proporciona los elementos necesarios para describir su perfil. A partir de los estudios revisados, se puede inferir que este tipo de emprendedor no solo se encarga de gestionar actividades turísticas, sino que también juega un papel determinante en facilitar una interacción respetuosa entre los turistas y el medio ambiente. El turismo de naturaleza se centra en ofrecer experiencias recreativas que permiten a los turistas disfrutar del entorno natural, mientras se promueve la preservación de los ecosistemas.

Aunque el término “emprendedor de naturaleza” no está formalmente definido, los principios del turismo de naturaleza nos permiten identificar ciertas características clave de este perfil. En este sentido, el emprendedor debe ser un líder comprometido con la conservación de los recursos naturales y entender que la sostenibilidad ecológica y el desarrollo económico local deben ir de la mano. Además, debe ser capaz de fomentar la preservación del medio ambiente a través de la creación de experiencias turísticas que conecten a los visitantes con la naturaleza de manera ética y responsable, beneficiando también a las comunidades locales.

1 Perfil del emprendedor

El perfil del emprendedor ha sido objeto de numerosos estudios a lo largo del tiempo. Diversos autores han abordado las características y habilidades que definen a un emprendedor exitoso. Este análisis busca sintetizar y contrastar las ideas de diferentes investigadores sobre los principales rasgos del emprendedor, con el objetivo de contribuir a la comprensión del emprendimiento en diferentes contextos. A continuación, se presentan las principales similitudes y diferencias entre los autores analizados.

1.1 Orientación hacia el logro y la perseverancia

Uno de los rasgos más destacados en la literatura sobre el emprendimiento es la orientación hacia el logro, es decir, la capacidad del emprendedor para fijarse metas y trabajar persistentemente hasta alcanzarlas. Basándose en trabajos previos de autores

como (McClelland (1961); Veciana (1989) citado en De Pablo, Santos, y Bueno 1999, 816) se destaca que el logro y la perseverancia son factores esenciales para el éxito de un emprendedor.

En esta línea, Rodríguez et al. (2013, 20) coinciden en que la perseverancia es clave para superar los obstáculos y consolidar un negocio exitoso.

1.2 Creatividad e innovación

Otro rasgo clave para los emprendedores es la creatividad y la innovación. Según De Pablo et al., (1999, 816), estos elementos son fundamentales para diferenciarse en el mercado y afrontar la incertidumbre de los negocios, ya que la capacidad de innovar permite adaptar estrategias y encontrar soluciones novedosas ante los desafíos empresariales. De manera similar, Rodríguez et al. (2013, 47) destacan que la falta de innovación genera negocios monótonos y reduce su competitividad. Esta ausencia de innovación conduce al cierre prematuro de las empresas. Por otro lado, Cárdenas (2010, 9–11) enfatiza que la creatividad no solo se cultiva a través de la experiencia, sino que también puede depender de la personalidad del emprendedor, sugiriendo que algunas personas están naturalmente más predispuestas a innovar.

1.3 Tolerancia al riesgo

La capacidad de asumir riesgos es otro factor clave en el perfil del emprendedor. En el caso de los emprendedores Rodríguez et al. (2013, 3–17) sugieren que el miedo al fracaso y la falta de habilidades para gestionar riesgos son factores que limitan el éxito de los negocios. Cárdenas (2010, 8) por su parte, considera que la tolerancia al riesgo se desarrolla a través de la experiencia y la formación.

1.4 Liderazgo y gestión de equipos

El liderazgo es una habilidad indispensable para el emprendedor. De Pablo señala que el liderazgo efectivo permite al emprendedor reunir y gestionar un equipo talentoso, lo cual es determinante para el éxito empresarial De Pablo et al. (1999, 816).

Rodríguez et al. (2013, 29) enfatizan que el mal manejo del talento humano y la falta de liderazgo adecuado son factores determinantes en el fracaso empresarial. Según Cárdenas (2010, 17) aunque coincide en la importancia del liderazgo, subraya que esta habilidad puede ser desarrollada a través de la formación y la experiencia, y no es necesariamente innata.

Los autores coinciden en varios rasgos clave del emprendedor exitoso, tales como la orientación hacia el logro, la perseverancia, la creatividad, la capacidad para asumir riesgos y el liderazgo. Sin embargo, existen diferencias en cuanto a la importancia que cada autor otorga a la formación y la personalidad innata del emprendedor. Mientras que autores como De Pablo y Rodríguez destacan la formación y la experiencia como factores decisivos, Cárdenas resalta la importancia de los rasgos de personalidad como determinantes en el éxito emprendedor. En cualquier caso, el perfil del emprendedor es complejo y depende tanto de factores internos: personalidad, habilidades como externos: entorno, formación, experiencia.

2. Competencias del emprendedor

Según el autor Gómez et al. (2017) plantea un modelo integral de competencias esenciales que se organiza en tres ejes fundamentales: saber ser, saber hacer y saber conocer. El saber ser constituye el núcleo central, ya que moldea nuestra forma de entender el mundo e incluye el “saber convivir,” destacando la importancia de valores, ética y relaciones interpersonales para una convivencia armónica. El saber hacer representa la capacidad de actuar y generar cambios en el entorno, vinculando el conocimiento con acciones concretas.

Por último, el saber conocer abarca los procesos mentales y sociales orientados a la creación y transformación del entorno, subrayando el valor del pensamiento crítico y racional. Este enfoque permite un desarrollo integral que combina reflexión, acción y relaciones sociales, siendo aplicable tanto en la educación como en el ámbito profesional y comunitario.



Figura 15. Competencias emprendedoras
Fuente: Gómez et al (2017).

3. Creación de un esquema operativo de soporte para el inicio y normal funcionamiento del primer año de los emprendimientos y/o microempresas

El éxito de los emprendimientos y/o microempresas durante sus primeras etapas depende, en gran medida, de contar con una planificación estratégica bien definida que permita organizar los procesos y maximizar los recursos desde el inicio. En este sentido, el esquema operativo de soporte se convierte en una herramienta clave para que los emprendedores prioricen las acciones necesarias, asegurando una base sólida y un desempeño estable durante su primer año de funcionamiento.

Este esquema, diseñado específicamente para el sector turístico en Tulcán, responde a las características del entorno local, integrando elementos de sostenibilidad,

innovación y colaboración comunitaria. Al implementarlo, los emprendedores pueden enfrentar los retos propios de su actividad económica mientras aprovechan las oportunidades que ofrece el mercado de manera estratégica.

A continuación, se describe un esquema operativo que traza un plan integral para la creación, implementación y consolidación de emprendimientos turísticos centrados en el conocimiento de la naturaleza. Este modelo está adaptado a las particularidades del cantón Tulcán y la provincia del Carchi, con el propósito de garantizar no solo la sostenibilidad económica de las iniciativas, sino también un impacto positivo en las comunidades y el entorno natural.

3.1 Socios clave

El éxito de un emprendimiento turístico en Tulcán depende en gran medida de las alianzas estratégicas que se establezcan desde el principio. En la fase inicial, es imprescindible colaborar con empresas de transporte turístico, agencias de viajes y proveedores de equipos especializados, ya que estos actores facilitan la logística y el acceso a recursos esenciales. Asimismo, las instituciones financieras juegan un papel clave al proporcionar opciones de financiamiento para cubrir los costos de operación.

Con el avance hacia la fase de lanzamiento, resulta beneficioso ampliar la red de socios, incorporando hoteles, restaurantes y operadores turísticos locales. Estas alianzas permiten mejorar la experiencia del visitante, optimizando servicios como el hospedaje y la alimentación. Además, la integración con otras empresas del sector puede fomentar la creación de paquetes turísticos atractivos.

En la etapa de crecimiento, la expansión de la red de colaboradores se vuelve sumamente importante. Establecer relaciones con nuevos proveedores locales, productores artesanales y expertos en turismo de aventura permitirá diversificar las experiencias ofrecidas. De este modo, el emprendimiento se fortalecerá, garantizando un servicio más completo y adaptado a las necesidades del mercado.

3.2 Actividades clave

El desarrollo de un emprendimiento turístico en el ámbito natural requiere llevar a cabo una serie de actividades fundamentales. Al iniciar el proyecto, se deben gestionar los permisos y licencias necesarias, definir los servicios turísticos, capacitar al equipo en atención al cliente y seguridad, además de implementar medidas de sostenibilidad que aseguren la conservación del entorno.

En la fase de lanzamiento, se deben realizar pruebas piloto para evaluar la experiencia de los turistas y ajustar la oferta en función de sus comentarios. También es esencial invertir en estrategias de promoción y publicidad en redes sociales para atraer visitantes y consolidar la marca.

A medida que el negocio crece, se vuelve importante diversificar las actividades, incorporando opciones como senderismo nocturno, experiencias culturales y talleres interactivos. Además, se recomienda implementar herramientas para evaluar el desempeño del emprendimiento y mejorar la calidad del servicio de forma continua. La adopción de prácticas ecológicas también es clave para fortalecer la imagen del negocio y atraer a turistas comprometidos con la sostenibilidad.

3.3 Propuesta de valor

El emprendimiento turístico en Tulcán debe diferenciarse ofreciendo experiencias auténticas y memorables que permitan a los visitantes conectarse con la naturaleza y la cultura. En la fase inicial, es clave definir una propuesta basada en el turismo sostenible, la educación ambiental y la integración de las comunidades locales en la prestación de servicios.

Durante la fase de lanzamiento, es importante comunicar qué hace único al emprendimiento. Esto puede incluir recorridos guiados con expertos locales, interacción con comunidades indígenas o rurales, y la aplicación de principios de turismo responsable. Resaltar la riqueza natural del cantón, como sus páramos y cascadas, es esencial para captar la atención de los visitantes.

Cuando el emprendimiento alcanza la fase de crecimiento, la propuesta de valor debe evolucionar con la incorporación de nuevas experiencias. La personalización del servicio, permitiendo que los turistas elijan sus propias actividades, y la ampliación de la oferta con rutas temáticas o nocturnas, pueden hacer que el negocio se destaque y tenga una mayor demanda.

3.4 Relaciones con clientes

Establecer una relación sólida con los clientes es fundamental para garantizar el éxito y la continuidad del emprendimiento. En la fase inicial, es recomendable implementar protocolos de bienvenida que generen una buena impresión, además de capacitar al personal en atención al cliente. También es útil realizar encuestas para

conocer la opinión de los visitantes y mejorar la experiencia en función de sus comentarios.

Cuando se lanza el servicio al público, la fidelización del cliente se convierte en un objetivo clave. Brindar una experiencia positiva y memorable puede hacer que los turistas recomienden el lugar a otras personas, lo que favorece el marketing de boca a boca. Pequeños detalles, como obsequios simbólicos o fotografías personalizadas, pueden ayudar a fortalecer el vínculo con el visitante.

En la fase de expansión, se recomienda mantener un contacto continuo con los clientes a través de redes sociales y correo electrónico. Enviar mensajes de agradecimiento, ofrecer promociones exclusivas y compartir contenido de valor sobre el destino contribuirá a consolidar la relación y atraer nuevos visitantes.

3.5 Segmento de clientes

Definir con claridad el público objetivo es esencial para diseñar una oferta de servicios adecuada. En la fase inicial, los principales clientes son turistas nacionales e internacionales interesados en el turismo de naturaleza y sostenibilidad. También se debe considerar a la población local, ya que puede beneficiarse económicamente y participar en la prestación de servicios.

Cuando el emprendimiento entra en la etapa de lanzamiento, es importante ampliar el mercado y captar la atención de agencias de viajes y operadores turísticos que buscan incluir destinos de ecoturismo en sus paquetes. Estas alianzas pueden generar un flujo constante de visitantes y fortalecer la reputación del negocio.

En la fase de crecimiento, se pueden crear servicios especializados dirigidos a distintos tipos de clientes, como familias, empresas que organizan actividades de integración o viajeros con intereses específicos, como la observación de aves o la fotografía de naturaleza. Diversificar el público objetivo permite maximizar la rentabilidad y ampliar la oferta de experiencias.

3.6 Recursos clave

Para desarrollar un emprendimiento turístico en Tulcán, es indispensable contar con los recursos adecuados desde el inicio. En la fase inicial, se necesitan equipos básicos como botiquines de primeros auxilios, mapas, radios de comunicación y herramientas para la señalización de rutas. También es esencial disponer de personal capacitado en

turismo, atención al cliente y seguridad, así como gestionar los permisos legales y licencias para operar de manera formal.

Durante la fase de lanzamiento, es recomendable ampliar los recursos para mejorar la experiencia del turista. Esto puede implicar la contratación de guías con mayor conocimiento del entorno, la adquisición de materiales didácticos para la interpretación del paisaje y el establecimiento de alianzas estratégicas con expertos en turismo ecológico.

A medida que el negocio crece, la inversión en infraestructura y personal debe continuar. Incorporar baños ecológicos, señalización más detallada y mejorar la logística de los recorridos permite atender a un mayor número de visitantes. Además, implementar plataformas digitales para reservas y pagos en línea facilita la administración del emprendimiento y mejora la experiencia del cliente.

3.7 Canales

Para atraer turistas y consolidar la presencia del emprendimiento, es fundamental establecer canales de comunicación efectivos. En la fase inicial, se recomienda crear perfiles en redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok, donde se puede compartir contenido visual atractivo sobre las actividades y paisajes del destino. También es conveniente contar con una página web sencilla que incluya información sobre los servicios, tarifas y datos de contacto.

En la fase de lanzamiento, se deben fortalecer estos canales mediante material promocional impreso y digital, como folletos informativos y carteles en puntos estratégicos. Además, las alianzas con operadores turísticos y hoteles locales pueden ser clave para atraer visitantes a través de paquetes combinados.

Cuando el negocio alcanza la fase de crecimiento, es importante diversificar los canales de comunicación. Se pueden emplear estrategias de publicidad pagada en redes sociales, trabajar con *influencers* del sector turístico y participar en eventos o ferias especializadas. También se recomienda ofrecer descuentos o promociones exclusivas para grupos y familias, con el fin de aumentar la afluencia de turistas y fortalecer la marca del emprendimiento.

3.8 Estructura de costos

Para garantizar la viabilidad financiera del negocio, es fundamental definir y gestionar los costos de manera eficiente. En la fase inicial, los principales gastos incluyen

los trámites de registro y licencias, la inversión en infraestructura básica (como señalización y equipamiento de seguridad) y la capacitación del personal en atención al cliente y medidas de prevención. También se debe considerar el financiamiento si es necesario recurrir a un crédito o inversión externa.

Durante la fase de lanzamiento, los costos tienden a aumentar debido a la inversión en publicidad y promoción, como campañas en redes sociales y la impresión de material informativo. Asimismo, si se planea ofrecer servicios adicionales, como eventos o bodas en entornos naturales, es importante calcular los gastos logísticos asociados.

En la fase de crecimiento, los costos operativos continúan en ascenso debido a la contratación de más personal, el mantenimiento de la infraestructura y la implementación de estrategias de marketing avanzadas. Sin embargo, una correcta planificación y optimización de recursos permitirá que estos gastos sean sostenibles en el tiempo, asegurando el crecimiento y estabilidad del emprendimiento.

3.9 Fuentes de ingresos

Para que un emprendimiento turístico en el sector de naturaleza sea rentable, es clave diversificar sus fuentes de ingresos. En la fase inicial, los principales ingresos provienen de la venta de experiencias y recorridos, como senderismo, avistamiento de aves o caminatas guiadas. También se pueden generar ingresos a través de alianzas con hoteles y restaurantes, obteniendo comisiones por la recomendación de servicios complementarios.

A medida que el emprendimiento se expande y entra en la fase de lanzamiento, se pueden incorporar nuevas estrategias para incrementar los ingresos. La oferta de paquetes especiales para familias y grupos grandes puede atraer más clientes, al igual que la venta de productos locales, como artesanías o souvenirs ecológicos. Además, brindar servicios adicionales, como alquiler de equipos para excursiones o talleres culturales, puede representar una fuente de ingresos extra.

En la fase de crecimiento, la clave está en diversificar aún más la oferta. La introducción de nuevas experiencias, como recorridos nocturnos para observar fauna silvestre o eventos temáticos en la naturaleza, permite atraer a un público más amplio. También es recomendable implementar sistemas de reservas en línea y ofrecer membresías para clientes recurrentes, generando ingresos recurrentes y fortaleciendo la fidelización del turista.

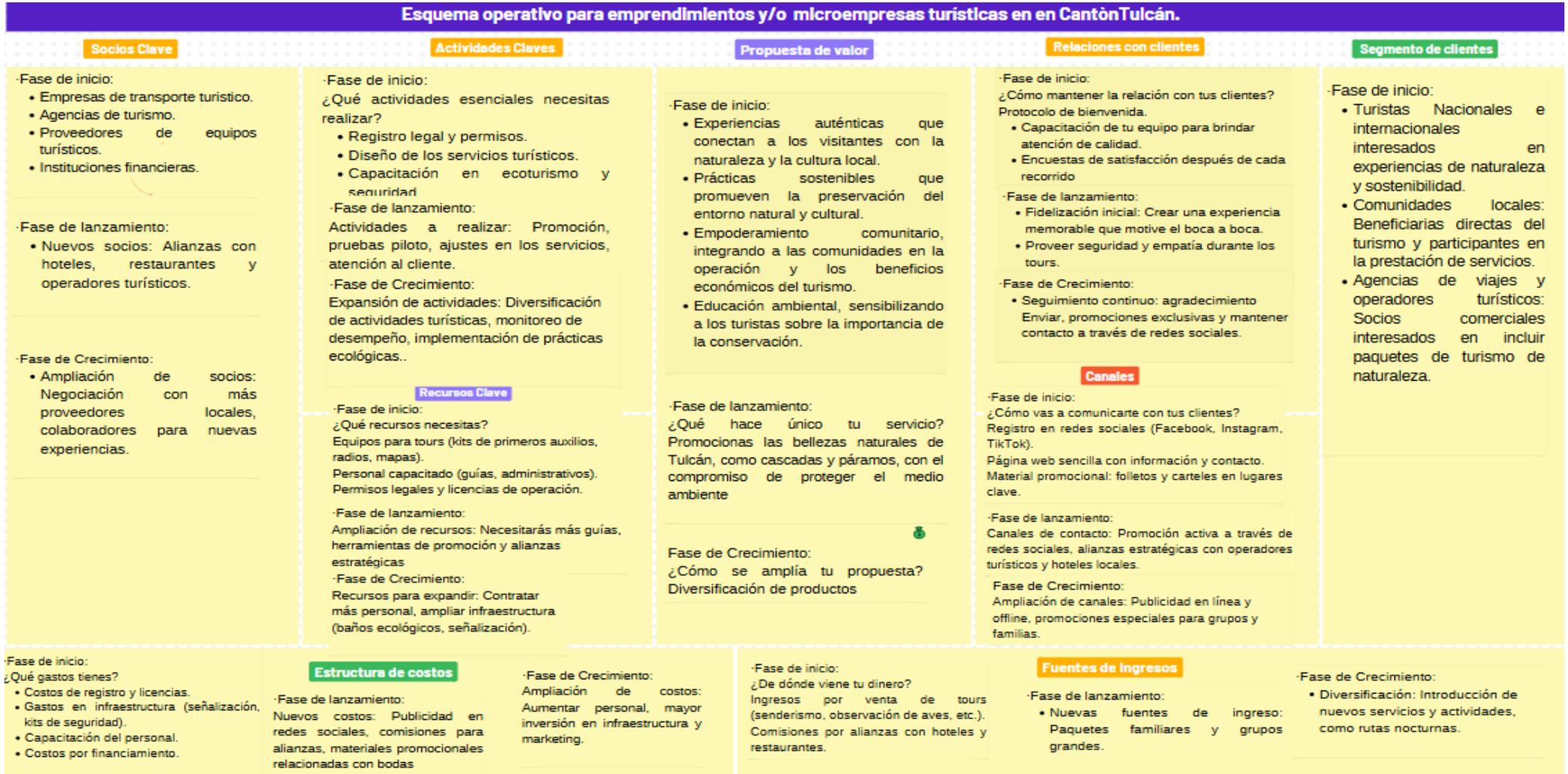


Figura 16. Esquema operativo para emprendimientos y/o microempresas turísticas en el cantón Tulcán
Elaboración propia.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

La presente investigación permitió comprender de forma integral los factores determinantes que inciden en la creación de emprendimientos y microempresas turísticas en el cantón Tulcán, dentro del contexto del turismo de naturaleza. El cumplimiento del objetivo general y de los objetivos específicos se logró mediante el análisis cruzado de datos cuantitativos y cualitativos, recogidos a través de encuestas aplicadas a emprendedores del sector y entrevistas a autoridades locales vinculadas al desarrollo turístico.

Uno de los principales aportes del estudio es la identificación de los factores que determinan la viabilidad de los emprendimientos turísticos desde su etapa de creación. En primera instancia, se evidenció que el acceso a financiamiento adecuado y oportuno representa un elemento central. La mayoría de emprendedores enfrenta limitaciones severas para obtener capital inicial, ya sea por la falta de líneas de crédito específicas para el turismo, por exigencias colaterales difíciles de cumplir o por el desconocimiento de mecanismos de financiamiento alternativos. Este factor fue señalado tanto por las autoridades como por los propios emprendedores como el más crítico y prioritario a resolver.

En un segundo momento, la innovación en la oferta turística surgió como otro factor clave. Los emprendimientos que apuestan por experiencias diferenciadas, vinculadas con el entorno natural, la cultura local o la sostenibilidad ambiental, logran mayor aceptación y posicionamiento en el mercado. Esta capacidad para crear propuestas únicas no solo mejora la competitividad del emprendimiento, sino que también refuerza la identidad turística del territorio.

La investigación también evidenció la importancia de la intervención del Estado como actor promotor de la actividad emprendedora. El rol de las instituciones públicas resulta fundamental en aspectos como la inversión en infraestructura turística, la oferta de programas de capacitación, el apoyo en promoción y marketing, y la simplificación de trámites para la formalización de negocios. En este sentido, la burocracia excesiva y la falta de articulación entre instituciones se identificaron como barreras frecuentes que

dificultan el proceso de creación de empresas, lo cual desalienta a potenciales emprendedores.

En paralelo, la cultura de servicio, la apertura al cambio y la disposición para el aprendizaje continuo se identificaron como factores de carácter humano y social que inciden directamente en el éxito de los nuevos emprendimientos. En comunidades donde existe una actitud proactiva frente al turismo, se observa una mayor predisposición a participar en procesos de formación, mejorar la calidad del servicio y adaptarse a las tendencias del mercado. Este entorno social favorable se convierte, por tanto, en un pilar invisible pero fundamental para que los emprendimientos logren consolidarse.

Ahora bien, en cuanto a los principales desafíos que enfrentan los emprendedores turísticos de Tulcán, se encontró que estos van más allá de las limitaciones financieras. Existen dificultades estructurales como la escasa oferta de formación empresarial, que limita la capacidad de los emprendedores para planificar, gestionar y proyectar sus negocios de manera estratégica. A esto se suma la falta de acompañamiento técnico durante las fases iniciales del emprendimiento, lo que incrementa el riesgo de errores en decisiones clave y reduce las posibilidades de sostenibilidad a mediano y largo plazo.

Otro desafío crítico es la débil articulación entre actores públicos, privados y comunitarios, que impide la creación de ecosistemas colaborativos que favorezcan el intercambio de experiencias, el acceso a redes de apoyo o la consolidación de rutas turísticas integradas. Esta fragmentación del entorno institucional repercute en una promoción ineficiente del destino Tulcán y limita las oportunidades de crecimiento conjunto.

Desde una perspectiva positiva, el estudio permitió identificar factores de éxito replicables en aquellos emprendimientos que han logrado consolidarse a pesar de los desafíos. Entre estos destacan la calidad del servicio al cliente, el respaldo de la comunidad local, la capacitación constante de los actores involucrados, y un enfoque transversal de sostenibilidad que integra el cuidado del entorno natural, el respeto por las tradiciones locales y la participación activa de los habitantes en el desarrollo turístico. Estos elementos, al ser replicados en nuevas iniciativas, pueden elevar significativamente las probabilidades de éxito de los emprendimientos emergentes.

Como resultado de estos hallazgos, se proponen estrategias orientadas a fortalecer la creación de emprendimientos turísticos en el cantón Tulcán. Entre las más destacadas se encuentran: el diseño de programas de formación técnica y empresarial adaptados a las necesidades del turismo rural; la creación de líneas de financiamiento específicas,

flexibles y accesibles para nuevos emprendedores; el impulso a procesos de formalización más ágiles y eficientes; el fortalecimiento de la promoción digital como herramienta de posicionamiento en el mercado; y la consolidación de redes colaborativas que integren a actores institucionales, comunitarios y privados.

Asimismo, se propone la aplicación del modelo CANVAS como una herramienta operativa para la estructuración de nuevos negocios turísticos. Este modelo permite a los emprendedores identificar con claridad sus segmentos de clientes, definir su propuesta de valor, establecer canales de distribución, reconocer sus socios estratégicos y planificar de forma realista sus recursos e ingresos. Su implementación, desde las primeras etapas del emprendimiento, facilita una gestión más eficiente, coherente y orientada al crecimiento sostenible.

En síntesis, el cantón Tulcán posee un alto potencial para el desarrollo del turismo de naturaleza, pero su aprovechamiento depende directamente de la capacidad de generar un entorno favorable para la creación y consolidación de emprendimientos turísticos. Esto implica la participación activa y articulada de las instituciones públicas, el compromiso de los emprendedores y el involucramiento de la comunidad. Solo mediante una estrategia integral, sostenida en el tiempo y adaptada a las particularidades del territorio, será posible construir un ecosistema emprendedor sólido, resiliente y generador de bienestar para la población local.

Recomendaciones

Las recomendaciones derivadas de esta investigación buscan fortalecer el ecosistema emprendedor turístico en el cantón Tulcán y facilitar la creación, consolidación y sostenibilidad de los emprendimientos y microempresas de turismo de naturaleza.

Como primer aspecto es fundamental potenciar programas de formación y capacitación técnica especializada para los emprendedores, enfocándose en gestión empresarial, innovación, marketing digital, atención al cliente y sostenibilidad ambiental. Estos programas deben adaptarse al contexto real y a las características socioculturales de los participantes, incorporando metodologías prácticas que promuevan el aprendizaje aplicado y la mejora continua. La colaboración con instituciones educativas y centros técnicos es clave para garantizar la calidad y pertinencia de estas iniciativas.

En cuanto al acceso al financiamiento, aspecto identificado como crítico en esta investigación, es necesario que las entidades financieras públicas y privadas diseñen productos crediticios específicos y flexibles, que respondan a las capacidades y necesidades particulares del sector turístico en Tulcán. Esto implica ofrecer condiciones favorables como tasas preferenciales, plazos adecuados, períodos de gracia y acompañamiento técnico, así como promover fondos concursables y apoyos no reembolsables que impulsen la innovación y la formalización de los emprendimientos.

Otro aspecto relevante es la simplificación y agilización de los trámites administrativos y procesos de formalización, que hoy representan barreras significativas para los emprendedores. Las autoridades municipales y organismos reguladores deben implementar mecanismos que reduzcan la burocracia, favoreciendo la digitalización, la creación de ventanillas únicas y el acompañamiento personalizado, lo cual contribuirá a disminuir los tiempos y costos para quienes desean iniciar un negocio turístico.

Asimismo, se recomienda fomentar la articulación interinstitucional y la colaboración multisectorial mediante la conformación de mesas de trabajo permanentes donde se puedan coordinar políticas, proyectos y recursos de manera conjunta. Esta cooperación facilitará la promoción del destino turístico, la mejora de infraestructura y el intercambio de buenas prácticas entre actores públicos, privados, comunitarios y emprendedores.

El impulso a la innovación y a la diferenciación en la oferta turística es igualmente fundamental. Se debe estimular el desarrollo de productos que integren los valores culturales, naturales y sociales propios de Tulcán, incorporando tecnologías digitales y experiencias sostenibles que añadan valor y contribuyan a la conservación del patrimonio local.

Por otra parte, la implementación y difusión del modelo CANVAS como herramienta estratégica permitirá a los emprendedores planificar y gestionar sus negocios de forma integral, facilitando la visualización clara de cada componente del emprendimiento y su interrelación. Para ello, se sugiere promover talleres y asesorías que capaciten en su uso.

Además, es importante fomentar una cultura emprendedora que involucre la participación activa de la comunidad local. La aceptación social, la cultura de servicio, el respeto por el entorno y el sentido de pertenencia son factores que fortalecen la sostenibilidad de los emprendimientos. Por ello, se recomienda desarrollar campañas de

sensibilización y espacios de diálogo que promuevan la colaboración entre habitantes y emprendedores.

Y para finalizar es importante garantizar la efectividad de las estrategias implementadas, estableciendo mecanismos de monitoreo y evaluación que permitan medir avances y resultados de manera periódica. Estos sistemas deben facilitar la retroalimentación continua y la toma de decisiones informadas, asegurando que las acciones emprendidas generen beneficios sostenibles para el sector turístico y la comunidad.

En ese sentido, estas recomendaciones buscan crear un entorno propicio que articule recursos, capacidades y voluntades, transformando los retos identificados en oportunidades concretas para el desarrollo económico, la conservación ambiental y la mejora de la calidad de vida en el cantón Tulcán.

Obras citadas

- Alvarado, Diana, Roxana Barreto, y Miguel Baque. 2021. “Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid- 19”. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional* 6 (3): 2145–64. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926942>.
- Araque, Wilson, Jairo Rivera, y Andrés Argüello. 2020. “El estímulo del emprendimiento desde las Políticas Públicas”. *Revista de Administración Pública del GLAP* 4 (7): 9–23.
- Barragán, Maria. 2019. “Análisis de la biodiversidad en Ecuador”. *Universidad de Las Américas* (blog). 20 de noviembre. <https://sitios.udla.edu.ec/2019/11/analisis-de-la-biodiversidad-en-ecuador/>.
- BBVA. 2024. “Cuáles son los principales tipos de emprendedores”. Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. 25 de julio. <https://www.bbva.com/es/innovacion/cuales-son-los-principales-tipos-de-emprendedores-que-hay/>.
- Bóveda, José, Adalberto Oviedo, y Ana Yakusik. 2015. *Manual de Implementación de incubadoras de empresas*. Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA). https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_02.pdf.
- Bravo, Elizabeth. 2014. *La biodiversidad en el Ecuador*. Cuenca: Universitaria Abya-Yala. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6788/1/La%20Biodiversidad.pdf>.
- Cárdenas, Miguel. 2010. “Emprendimiento y rasgos de personalidad”. Trabajo de investigación, Universidad de Cuenca. <https://rest-dspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/cbf5770b-9140-4b76-b496-387c07165cbd/content>.
- Carranza, Alexandra. 2022. “Los tipos de emprendimiento que te harán escalar a pasos agigantados”. Crehana. 22 de febrero. <https://www.crehana.com/blog/negocios/tipos-de-emprendimiento/>.
- Carvajal Cajas, Carlos José. 2018. “Implementación de la metodología CANVAS en el desarrollo de la pequeña industria de la ciudad de Quito – Provincia de Pichincha”. Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <http://hdl.handle.net/10644/6393>.
- Carvajal, Edgar, y Paula Auerbach. 2006. “*La microempresa en Ecuador: Perspectivas, desafíos y lineamientos de apoyo*”. Quito: Banco Interamericano de Desarrollo-BID-. <https://biblioteca.bce.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=121521>.
- Casas Do Campo. 2023. “Turismo de naturaleza: ¿Qué es y cuáles son sus tipos?” Casas do Campo. 30 de diciembre. <https://www.casasdocampo.com/post/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste>.
- Cedeño, Mario. 2020. “La regulación del crowdfunding en Ecuador: Una apuesta por la capitalización de ideas a través de plataformas web”. *USFQ Law Review* 7 (1): 31–51. <https://doi.org/10.18272/ulr.v7i1.1743>.
- Chávez, C. Gonzalo, John Campuzano, y Víctor Betancourt. 2018. “Las micro, pequeñas y medianas empresas, clasificación para su estudio en la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Machala”. *Revista*

- Conrado 14 (65): 247–55.
<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/842>.
- Consejo Nacional Competencias. 2016. “Resolución N°001-CNC-2016”.
<https://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/04/0001-CNC-2016.pdf>.
- COP13. s. f. “Integración de la biodiversidad en el sector turístico”. *COP13* (blog).
<https://www.cbd.int/cop/cop-13/hls/spanish-docs/tourism-hls-es.pdf>.
- Cornejo, Karla, y Sheryl Macías. 2019. “Potencialidad del turismo de naturaleza en el cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador”. *Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible* 12 (26): 23.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7761346>.
- De Pablo, Isidro, Begoña Santos, y Yolanda Bueno. 1999. “Las dimensiones del perfil del emprendedor: Contraste empírico con emprendedores de éxito”.
<https://www.uv.es/motiva/libromotiva/51PabloSantosBueno.pdf>.
- Delgado del Castillo, José. 2014. “Impactos del turismo desde la perspectiva de la sociología del turismo”. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). noviembre de 2014. <https://www.aecit.org>.
- Delgado, Ruth, y Mariana Yáñez. 2023. *La microempresa como alternativa de desarrollo en la provincia de El Oro*. Guayaquil: Exced.
<https://doi.org/10.58594/GGAL2152>.
- Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas. 2017. *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2017*. Naciones Unidas.
https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2017/thesustainabledevelopmentgoalsreport2017_spanish.pdf.
- Drucker, Peter F. 1985. *Innovation and Entre-Preneurship*. New York: HarperCollins Publishers Inc.
- EC. 2002. *Ley de Turismo*. Registro Oficial Suplemento 733.
https://esilecstorage.s3.amazonaws.com/biblioteca_silec/REGOFPDF/2002/B9B0B4A723F3006C669403B79E272614ED413CA7.pdf.
- . 2008. *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449.
https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf.
- . 2010. “Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización”. Registro Oficial Suplemento 303.
https://esilecstorage.s3.amazonaws.com/biblioteca_silec/REGOFPDF/2010/8AD2856A14E92ADA0E701F72A60103282F6D3508.pdf#page=2.
- . 2020. *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Suplemento del Registro Oficial 151. https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf.
- Entorno Empresarial. 2018. “Importancia de la estrategia empresarial”. Entorno Empresarial. 30 de julio. <https://www.entornoempresarial.com/importancia-de-la-estrategia-empresarial/>.
- FasterCapital. 2024. “Asunción de riesgos: Adoptar la asunción de riesgos en los ecosistemas empresariales: Clave para el éxito”. *FasterCapital* (blog). 7 de junio de 2024. <https://fastercapital.com/es/contenido/Asuncion-de-riesgos--Adoptar-la-asuncion-de-riesgos-en-los-ecosistemas-empresariales--clave-para-el-exito.html>.
- Fundación Wadhvani. 2022. “10 habilidades que todo empresario debe tener - Fundación Wadhvani”. 11 de abril. <https://wadhwanifoundation.org/es/10-habilidades-que-todo-empresario-debe-tener/>.

- GAD Tulcán. s. f. “Emisión de patente municipal Ecuador”. Gob.ec Portal Único de Trámites Ciudadanos. Accedido 13 de agosto. <https://www.gob.ec/gadmt/tramites/emision-patente-municipal>.
- Gálvez, José. 2020. “Inteligencia emocional, algo cada vez más importante para el emprendedor”. *CEEIM* (blog). 27 de octubre. <https://www.ceeim.es/es/inteligencia-emocional-algo-cada-vez-mas-importante-para-el-emprendedor/>.
- García, Elena. 2024. “Tipos de emprendimiento: Cómo elegir el que más se adapte a tus habilidades”. *Iebschool*, noviembre. <https://www.iebschool.com/blog/tipos-de-emprendimiento-creacion-empresas/>.
- Gavilanes, Alex, José Esparza, Carlos Chávez, Paúl Tito, Grace Parra, Carlos Mestanza, y Danny Castillo. 2021. “A Nature Tourism Route through Gis to Improve the Visibility of the Natural Resources of the Altar Volcano, Sangay National Park, Ecuador”. *Land* 10 (8): 884. <https://doi.org/10.3390/land10080884>.
- Gómez, Liyis, Marina Llanos, Tatiana Hernández, Dania Mejía, Josef Heilbron, Julio Martín, Julio Mendoza, y Diana Senior. 2017. “Competencias emprendedoras en básica primaria: Hacia una educación para el emprendimiento”. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, n° 43 (agosto), 150–80. <http://dx.doi.org/10.14482/page.43.10587>.
- González, Ernesto, Guido Ramírez, Kendra Serdán, Christian Morales, y Jahaira Scaffy. 2022. “Las microempresas como entes generadores de empleo en el Ecuador”. 593 *Digital Publisher CEIT* 7 (3): 86–95. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1073>.
- Guerrero, Pamela, Dennys Bolaños, y Jaime Iturralde. 2023. *Datos turísticos del mundo, del Ecuador y del Carchi: Un aporte del Observatorio de Turismo del Carchi*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi. <https://doi.org/10.32645/9789942625113>.
- Hall, Jeremy, Gregory Daneke, y Michael Lenox. 2010. “Sustainable Development and Entrepreneurship: Past Contributions and Future Directions”. *Journal of Business Venturing* 25 (5): 439–48. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.002>.
- Hernández, Freddy, y Jairo Rivera. 2016. “Gobernanza, ciudades y políticas públicas, una conversación a propósito de Hábitat III y la Nueva Agenda Urbana. Entrevista con Joan Subirats”. *Revista Latinoamericana de Políticas y Acción Pública* 3 (2): 101–13.
- Herrera, Sylvia, Elena Monge, Sergio Lasso, y Bladimir Zhunio. 2020. “El turista de naturaleza. Estudio sobre el perfil del turista y su comportamiento en áreas naturales protegidas del Ecuador. Caso: Parque Nacional Cotacachi Cayapas”. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, n° 14, 180–212. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7678378>.
- INEN. 2024. “Mipymes y organizaciones de economía popular y solidaria son una pieza clave para la economía del país”. 3 de agosto. <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>.
- ISDI. 2023. “10 habilidades directivas esenciales de un líder”. ISDI España. 17 de octubre. <https://www.isdi.education/es/blog/habilidades-directivas-esenciales-de-un-lider>.
- Jara, Marjorie, Diana Merizalde, Yaritza Ortega, Lugarda Recalde, Diana Cadena, y Sandra Muñoz. 2025. “Emprendimiento digital, oportunidades y desafíos en la era tecnológica”. *South Florida Journal of Development* 6 (1): e4920. <https://doi.org/10.46932/sfjdv6n1-020>.

- Kotler, Philip, y Kevin Keller. 2016. *Dirección de marketing*. México: Person Educación. https://evandianavirtual.uasb.edu.ec/pluginfile.php/1101327/mod_resource/content/0/Libro%20-%20Direccion%20de%20marketing%2015ed%20-%20Philip%20Kotler%20y%20Kevin%20Lane%20Keller.pdf.
- Lasio, Virginia, Adriana Amaya, María Espinosa, María Mahauad, y Paúl Sarango. 2024. “Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023/2024”, junio.
- Lastra, Xavier, y V. Enrique Cabanilla. 2020. “Impacto del turismo en el desarrollo del Ecuador reflexiones desde la academia - IV Congretur”. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 29 (4): 1272–89. <https://www.redalyc.org/journal/1807/180766099014/html/>.
- López, Galo, y Jairo Rivera. 2020. “De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de COVID 19.” *Investigación y Desarrollo* 12 (1): 75–84. <https://doi.org/10.31243/id.v12.2020.982>.
- Marco. 2024. “Conoce las 6 etapas del emprendimiento”. *Negocio y Emprendimiento*. 8 de marzo. <https://negocioyemprendimiento.com/las-6-etapas-del-emprendimiento/>.
- Martínez, Violante. 2017. “El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible”. *Arbor* 193 (785): a396–a396. <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>.
- Medina, Andrea. 2018. “Impactos socioeconómicos del turismo de naturaleza: Opiniones del sector privado y desigualdad en la distribución de las rentas, Baños-Ecuador”. *Territorios en formación*, n° 14 (diciembre), 58. <https://doi.org/10.20868/tf.2019.14.3892>.
- Merizalde, Diana. 2017. “Capítulo IV. Financiamiento de los emprendimientos ecuatorianos”. En *El emprendimiento en Ecuador: Visión y perspectivas*, 109. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/emprendimiento-ecuador.pdf>.
- Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. 2023. “Gobierno nacional potencia la economía local y el turismo sostenible en áreas protegidas”. 13 de abril de 2023. <https://www.ambiente.gob.ec/gobierno-nacional-potencia-la-economia-local-y-el-turismo-sostenible-en-areas-protegidas/>.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. 2012. “Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador continental”. https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEYENDA-ECOSISTEMAS_ECUADOR_2.pdf.
- Morán, Sally. 2015. “Impacto económico de las microempresas en la parroquia La Unión del cantón Babahoyo”. Tesis, Babahoyo: Universidad Regional Autónoma de los Andes. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/1928>.
- Navas, Daniela. 2024. “La Responsabilidad Social”. CARE. Accedido 24 de noviembre. https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/biblioteca_virtual/responsabilidad%20social/Boletin-Version-Final.pdf.
- North, Liisa. 2007. “El desarrollo rural: sine qua non del desarrollo nacional”. *Revista del Centro Andino de Estudios Internacionales*, n° 8. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/1833>.
- ONU. 2023. “¿En qué consiste el desarrollo sostenible?” Naciones Unidas. 8 de agosto. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable-development/>.

- ONU Turismo. 2024. “El turismo internacional alcanzó el 97% de los niveles anteriores a la pandemia en el primer trimestre de 2024”. 21 de mayo. <http://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-alcanzo-el-97-de-los-niveles-antiores-a-la-pandemia-en-el-primer-trimestre-de-2024>.
- Organización Internacional de Trabajo. 2019. “Lo pequeño importa: Datos mundiales sobre las contribuciones al empleo de los trabajadores independientes, las microempresas y las pymes”. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40dgreports/%40dcomm/%40publ/documents/publication/wcms_723318.pdf.
- Peña, David. 2020. *Responsabilidad social empresarial en el sector turístico*. Primera edición. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Rivera, Jairo, y Rita Mesías. 2024. “El estímulo del emprendimiento desde las políticas públicas a nivel local en Ecuador: Caso municipal y provincial”. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática* 13 (38): 14. <https://doi.org/10.36677/recai.v13i38.23199>.
- Rodríguez, Alba, y Sergio Rodríguez. 2019. “Turismo de naturaleza como alternativa sostenible de desarrollo territorial: Caso localidad de Usme en Bogotá – Colombia”. Text.Chapter. Sello Editorial UNAD. Colombia. 2019. <https://doi.org/10.22490/9789586517331>.
- Rodríguez, Juliana, Samantha Rojas, y Ely Borja. 2013. “Estudio de los perfiles de emprendimiento en la creación de negocios en el cantón Naranjito”. Tesis, Universidad Estatal de Milagro. <https://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/886>.
- Sánchez, Edwin, Diego Fung, Rosa Fung, Rosa Ramírez, y Luis Rosero. 2023. “Turismo Carchense”. TulcánOnline. 5 de junio. <https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan.html>.
- Sandoya, Elsy, Manuel Flores, George Anastacio, y Nelson Moreira. 2023. “Tipos de emprendimiento y su contribución a la sociedad en Ecuador”. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios* 10 (2). <https://doi.org/10.48204/j.colonciencias.v10n2.a4155>.
- Santamaría, Eliana. 2019. “La educación financiera en Ecuador: Su inserción en el sistema de educación regular”. Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <http://hdl.handle.net/10644/6980>.
- SENA. 2025. “Mentalidad emprendedora”. Servicio Nacional de Aprendizaje. Accedido 26 de enero. https://www.unab.edu.co/sites/default/files/archivos/publicacion_noticias/1-Mentalidad-Emprendedora.pdf.
- Sumba, Ruth, Joel Pinargotty, y Diego Pillasagua. 2022. “Mipymes en el mercado de Ecuador y su rol en la actividad económica”. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento* 6 (4): 439–55. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(4\).octubre.2022.439-455](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.439-455).
- The Growth Coach PR. 2023. “Desafíos comunes de los emprendedores y estrategias para superarlos”. The Growth Coach. 30 de diciembre de 2023. <https://www.linkedin.com/pulse/desaf%C3%ADos-comunes-de-los-emprendedores-y-estrategias-para-ujgze/>.
- Thomé, Humberto, Katherine Bello, Raul Mendivil, Mariano Villani, Andreia Roque, y Sandro Cobello. 2023. “Turismo rural y COVID-19: Una revisión de literatura (2020-2021) y su contrastación con la evidencia empírica latinoamericana”. *Siembra* 10 (1): e4396–e4396. <https://doi.org/10.29166/siembra.v10i1.4396>.

- UNIR. 2023. “Innovación en la empresa: concepto, importancia y tipologías”. La Universidad en Internet. 3 de marzo.
<https://mexico.unir.net/noticias/economia/innovacion-en-una-empresa/>.
- Valdiviezo, Manuel, Pablo Granda, Bismark Ruilova, y Ingrid Córdova. 2024. “Turismo de naturaleza: Un tesoro para la identidad y la economía en la ruralidad del cantón Las Lajas de la provincia de El Oro, Ecuador”. *Estudios y Perspectivas Revista Científica y Académica* 4 (1): 53–73.
<https://doi.org/10.61384/r.c.a.v4i1.78>.
- Vargas, María, y Romina Uttermann. 2020. “Emprendimiento: factores esenciales para su constitución”. *Revista Venezolana de Gerencia* 25 (90): 709–20.
<https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/html/>.
- Velasteguí, Efraín. 2020. “El turismo en la naturaleza retos y oportunidades”. *ConcienciaDigital* 3 (1): 63–74.
<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.1019>.
- Zalles, Jorje. 2018. “Turismo basado en naturaleza y conservación biológica: decisiones de uso de suelo en Mindo”. *Letras Verdes: Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, n° 23, 178–98.
<http://dx.doi.org/10.17141/letrasverdes.23.2018.2861>.

Anexos

Anexo 1: Ficha técnica de atractivos turísticos y trípticos del Ministerio de Turismo del cantón Tulcán

Atractivos Naturales.	Dirección Electrónica (Ficha Técnica)
Aguas Hediondas	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/aguas-hediondas
Bosque de los Arrayanes de Santa Martha de Cuba	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/bosque-de-los-arrayanes-santa-martha-de-cuba
Bosque San Francisco de Pioter	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/bosque-de-san-francisco-de-pioter
Cascada de Guaypambí	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/cascada-de-guaypambi
Cascada de San Pedro o Los Tres Chorros	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/cascada-de-san-pedro-o-los-tres-chorros
Cascada del Duende Vago	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/cascada-del-duende-vago
Cascada la Comadre	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/cascada-la-comadre
Cascada la Humeadora	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/cascada-la-humeadora
Cascada la Ortiga	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/cascada-la-ortiga
Lagunas Verdes	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/lagunas-verdes
Río Chical	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/rio-chical
Río Pablo	
Río San Juan	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/rio-san-juan
Volcán Chiles	https://tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/volcan-chiles

Anexo 2: Encuesta: Factores determinantes para la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas en el cantón Tulcán

Instrucciones: Esta encuesta está dirigida a emprendedores y empresarios del cantón Tulcán sector turismo. Su objetivo es identificar los factores que influyen en la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas en las serán utilizadas de manera confidencial y exclusivamente para fines de investigación.

Formato de encuesta, subraye: Presencial /En línea

1. Datos generales

1.1 Nombre (opcional): _____

1.2 Edad:

- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- 46-55 años
- 56-65 años
- Mayor a 65 años

1.3 Género:

- Masculino
- Femenino
- No especifica

1.4 Nivel de educación alcanzado:

- Primaria
- Secundaria
- Tercer nivel
- Cuarto nivel (maestría y/o doctorado)

1.5 ¿Tiene experiencia previa en emprendimientos turísticos?

- Si
- No

1.6 Su emprendimiento, ¿hace cuánto lo inició?

- Menos de 1 año
- 1-3 años
- Más de 3 años

1.7 ¿Cuál es el tipo de emprendimiento y/o microempresa que tiene?

- Alojamiento;
- Alimentos y Bebidas
- Operación e Intermediación
- Centros Turísticos Comunitarios
- Transporte Turístico
- Parques de Atracciones Estables
- Bolera
- Pista de patinaje
- Terma
- Balneario
- Centro de Recreación Turística
- Otro (especificar): _____

1.8 ¿Está usted familiarizado(a) con las actividades relacionadas con el turismo de naturaleza?

(Turismo de Naturaleza se refiere a las actividades turísticas que se desarrollan en espacios naturales, con el fin de apreciar y disfrutar la biodiversidad, paisajes, ecosistemas y recursos naturales, promoviendo la conservación y el respeto por el medio ambiente.)

- Si
- No
- Parcialmente (explícito): _____

2. Factores personales

2.1 ¿Cuáles son sus principales motivaciones para emprender en el sector turístico? (Seleccione las 3 más importantes)

- Independencia económica
- Pasión por el turismo

- Oportunidades de mercado
- Mejorar la calidad de vida
- Continuar un negocio familiar
- Flexibilidad de horarios
- Otros (especificar): _____

2.2 ¿Qué habilidades o conocimientos considera que son clave para tener éxito en el turismo?
(Seleccione las 3 más importantes)

- Gestión empresarial
- Conocimientos en marketing digital
- Experiencia en servicio al cliente
- Idiomas extranjeros
- Conocimiento en cultura local e historia
- Administración financiera
- Pasión por vender
- Otros (especificar): _____

2.3 ¿Cuál es el principal obstáculo personal que ha enfrentado para iniciar su emprendimiento y/o microempresa?

- Falta de capital
- Falta de tiempo
- Escasez de conocimientos
- Miedo al fracaso
- Falta de contactos o redes
- Demasiada competencia
- Otros (especificar): _____

2.4 En su opinión, ¿cuáles considera que son los factores más determinantes para la creación de los emprendimientos y/o microempresas turísticas en el cantón Tulcán? (Seleccione tres opciones)

- Acceso a financiamiento adecuado: Disponibilidad de préstamos, subsidios y otros recursos financieros para iniciar o expandir el negocio turístico.
- Cultura de servicio y apertura al cambio: Actitud de los residentes hacia los turistas y disposición para adoptar prácticas de buen servicio al cliente.
- Presencia del Estado en áreas turísticas: Inversión y desarrollo de infraestructura y servicios básicos en zonas con potencial turístico.
- Apoyo y simplificación de trámites gubernamentales: Facilidad en los procesos de permisos, licencias y otros trámites necesarios para operar legalmente.
- Innovación y diferenciación en la oferta turística: Capacidad de ofrecer experiencias únicas que atraigan a turistas y se distingan de la competencia.
- Otro (especifique): _____

3. Factores económicos

3.1 ¿Cómo financió su emprendimiento y/o microempresa turística?

- Ahorros personales
- Préstamos bancarios
- Apoyo familiar
- Programas gubernamentales
- Inversiones privadas
- Tarjetas de crédito
- Préstamos de Amigos
- Inversiones del exterior
- Otros (especificar): _____

3.2 ¿Qué tan accesible le resultó obtener financiamiento para su emprendimiento y/o microempresa?

- Muy fácil
- Fácil
- Difícil
- No aplique a ningún financiamiento

3.3 ¿Cuáles son los principales costos asociados a la creación de su emprendimiento y/o micro empresa? (Seleccione los 3 más importantes)

- Infraestructura
- Personal
- Marketing y promoción
- Insumos y productos
- Licencias y permisos
- Otros (especificar): _____

3.4 ¿Cuáles son sus expectativas de rentabilidad en los próximos 2 años?

- Muy altas
- Altas
- Moderadas
- Bajas
- No estoy seguro

4. Factores Sociales y Culturales

4.1 ¿Considera que la ciudadanía del cantón apoya la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas?

- Si
- No
- No estoy seguro

4.2 ¿Qué aspectos culturales de Tulcán creen que pueden ser aprovechados para el desarrollo turístico? (Seleccione los 3 más importantes)

- Paisajes naturales
- Gastronomía local
- Artesanías y productos locales
- Patrimonio histórico
- Festividades y eventos tradicionales
- Otros, por favor especifique: _____

4.3 ¿Ha enfrentado alguna resistencia o dificultades sociales por parte de la comunidad local para iniciar su emprendimiento y/o microempresa?

- Sí
 - No
 - No estoy seguro
 - Si respondí sí, ¿cuáles fueron las principales dificultades? _____
-

4.4 ¿Ha recibido capacitación específica para la gestión de su emprendimiento turístico?

- Sí
- No

Si respondió sí, ¿qué tipo de capacitación? _____

5. Factores Legales y Gubernamentales

5.1 ¿Cómo califica el apoyo gubernamental del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Tulcán para la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas?

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy malo

5.2 ¿Qué tan fácil fue obtener las licencias y permisos necesarios de las entidades gubernamentales y regulatorias en el cantón Tulcán (GAD, Ministerio de Turismo, Ambiente, SRI, Cuerpo de Bomberos) para operar su negocio turístico?

- Muy fácil
- Fácil
- Difícil
- Muy difícil

5.3 ¿Qué tipo de apoyo gubernamental cree que es más necesario para fomentar el turismo en el cantón Tulcán? (Seleccione los 3 más importantes)

- Financiamiento
- Capacitación y formación

- Promoción turística
- Simplificación de trámites
- Infraestructura (carreteras, señalización, etc.)
- Seguridad
- Otros, por favor especifique: _____

6. Factores tecnológicos

6.1 ¿Utiliza alguna tecnología o plataforma digital para su emprendimiento y/o microempresa turística?

- Sí
- No

6.2 En caso afirmativo, ¿cuáles de las siguientes tecnologías utilizan? (Seleccione todas las que apliquen)

- Redes sociales
- Páginas web
- Plataformas de reservas online
- Marketing digital (SEO, SEM)
- Sistemas de gestión empresarial
- Otros, por favor especifique: _____

6.3 ¿Ha utilizado redes de contactos o apoyo social para desarrollar su emprendimiento y/o microempresa?

- Sí
- No

Si respondió sí, ¿qué tipo de apoyo recibió? _____

6.4 ¿Considera que la infraestructura tecnológica del cantón Tulcán es adecuada para apoyar emprendimientos y/o microempresas turísticas?

- Sí
- No
- No estoy seguro

6.5 ¿Considera que su emprendimiento ofrece productos o servicios innovadores?

- Sí
- No
- Parcialmente (explique): _____

6.6 ¿Qué tipo de estrategias de marketing utiliza? (Seleccione todas las que apliquen)

- Redes sociales
- Publicidad digital (Google Ads, Facebook Ads)
- Marketing de boca a boca
- Publicidad tradicional (radio, prensa)
- Ninguna

7. Sostenibilidad y Medio Ambiente

7.1 ¿Qué importancia le da a la sostenibilidad en su emprendimiento y/o microempresas turísticas?

- Muy
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

7.2 ¿Implementa prácticas sostenibles en su negocio?

- Si
- No

7.3 En caso afirmativo, ¿cuáles de las siguientes prácticas sostenibles se realizan? (Seleccione todas las que apliquen)

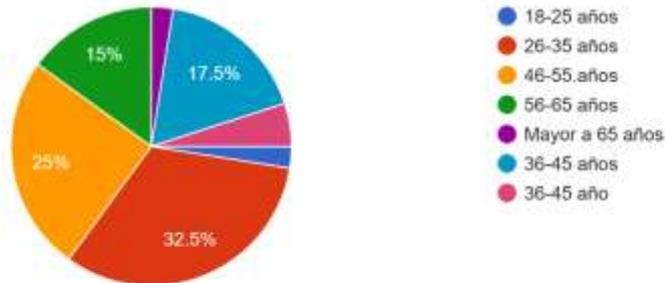
- Uso eficiente de recursos (agua, energía)
- Reciclaje y gestión de residuos
- Promoción del turismo responsable
- Apoyo a la conservación del patrimonio natural
- Otros, por favor especifique: _____

¡¡Gracias por su participación!!

Anexo 3: Resultados de la encuesta: factores determinantes para la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas en el cantón Tulcán

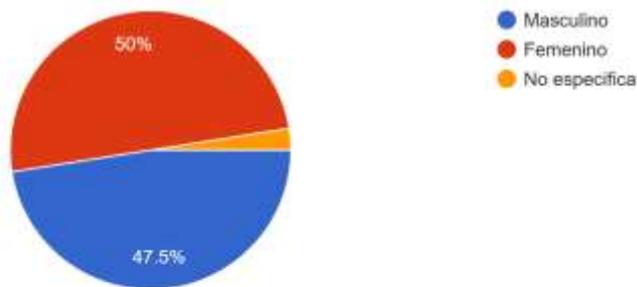
1.2 Edad:

40 respuestas:



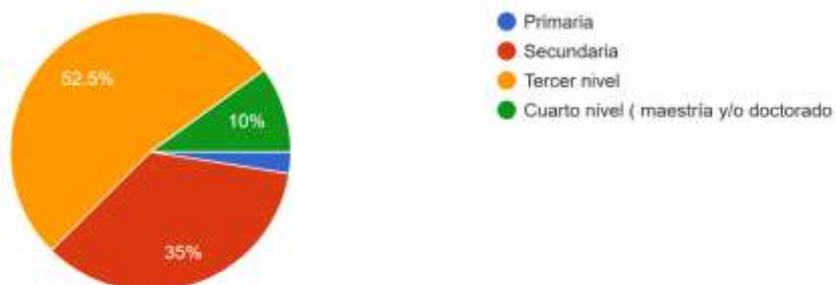
1.3 Género:

40 respuestas:



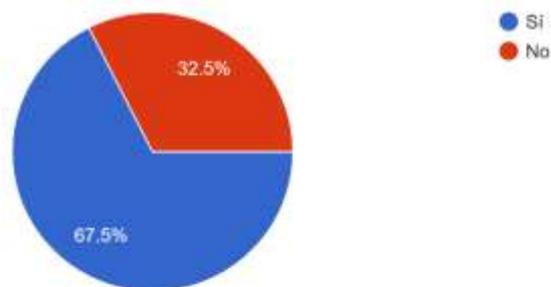
1.4 Nivel de educación alcanzado:

40 respuestas:



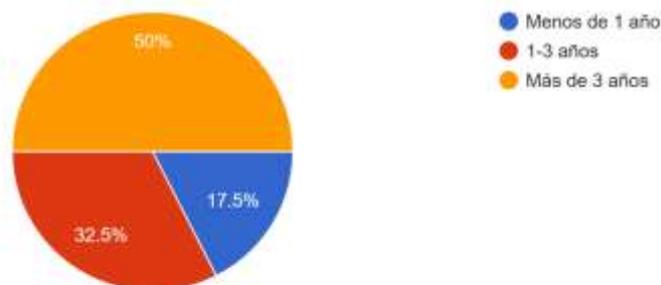
1.5 ¿Tiene experiencia previa en emprendimientos turísticos?

40 respuestas:



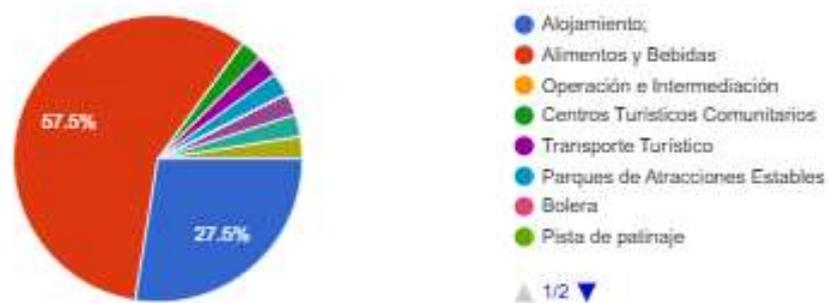
1.6 Su emprendimiento, ¿hace cuánto lo inició?

40 respuestas:

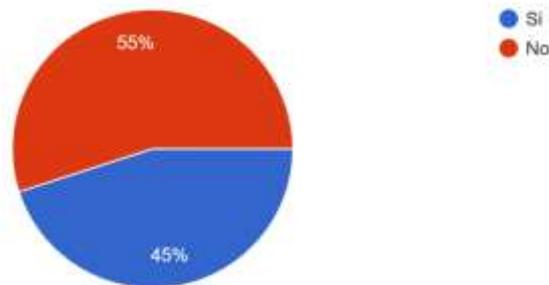


1.7 ¿Cuál es el tipo de emprendimiento y/o microempresa que tiene?

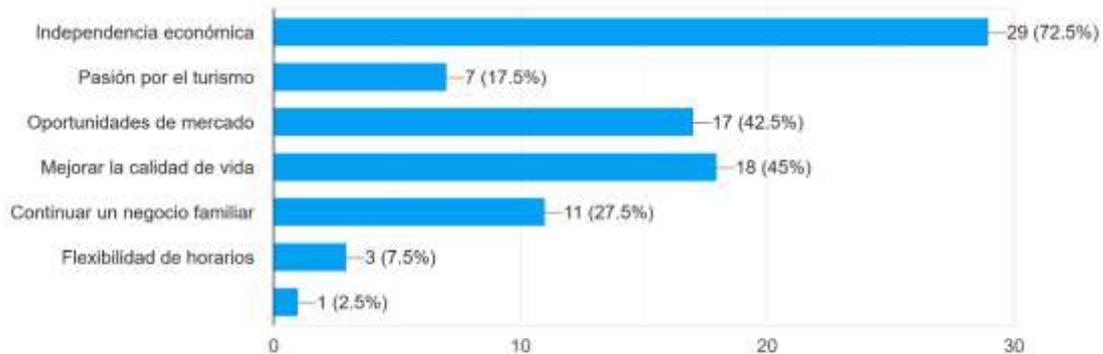
40 respuestas:



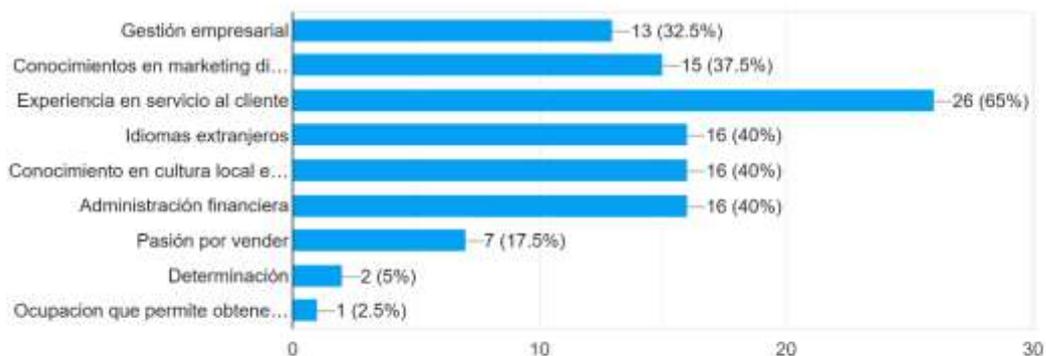
1.8 ¿Está usted familiarizado(a) con las actividades relacionadas con el turismo de naturaleza? (Turismo de Naturaleza se refiere a la... conservación y el respeto por el medio ambiente.)
40 respuestas



2. Factores personales 2.1 ¿Cuáles son sus principales motivaciones para emprender en el sector turístico? (Seleccione las 3 más importantes)
40 respuestas

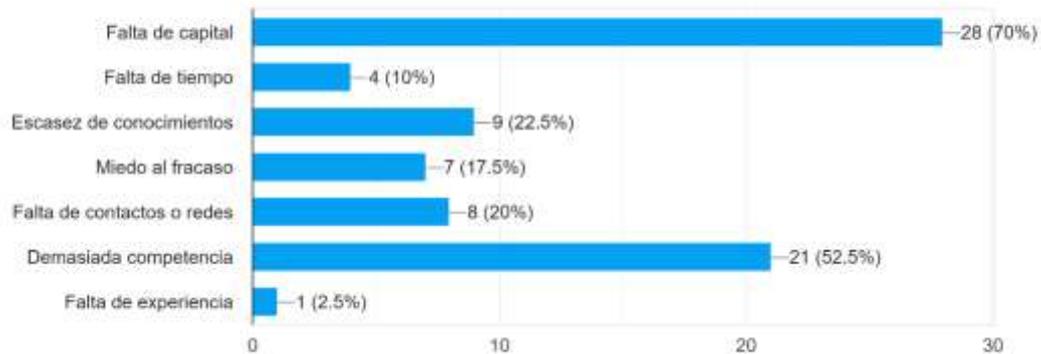


2.2 ¿Qué habilidades o conocimientos considera que son clave para tener éxito en el turismo? (Seleccione las 3 más importantes)
40 respuestas



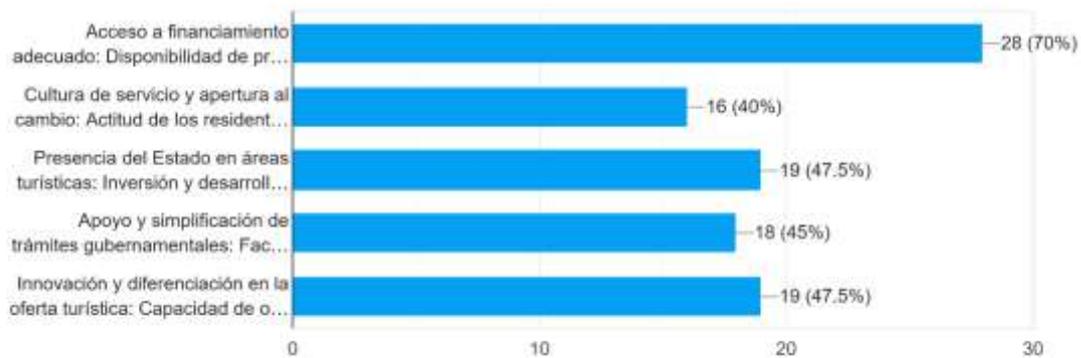
2.3 ¿Cuál es el principal obstáculo personal que ha enfrentado para iniciar su emprendimiento y/o microempresa?

40 respuestas



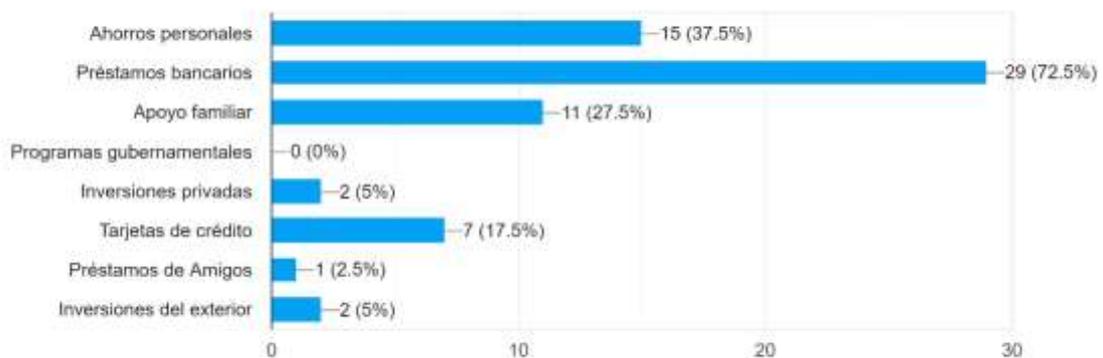
2.4 En su opinión, ¿Cuáles considera que son los factores determinantes para la creación de los emprendimientos y/o microempresas turísticas en el Cantón Tulcán? (Seleccione tres opciones)

40 respuestas



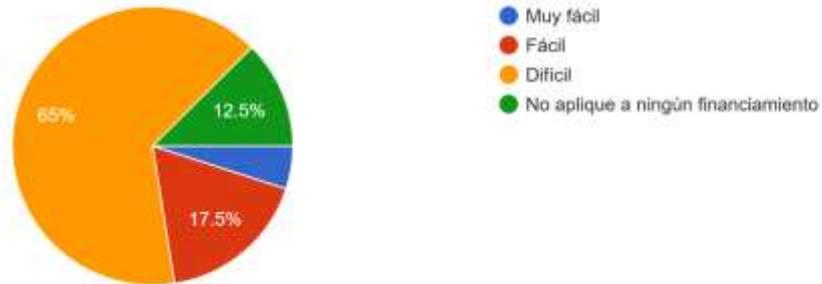
3. Factores económicos 3.1 ¿Cómo financió su emprendimiento y/o microempresa turística?

40 respuestas:



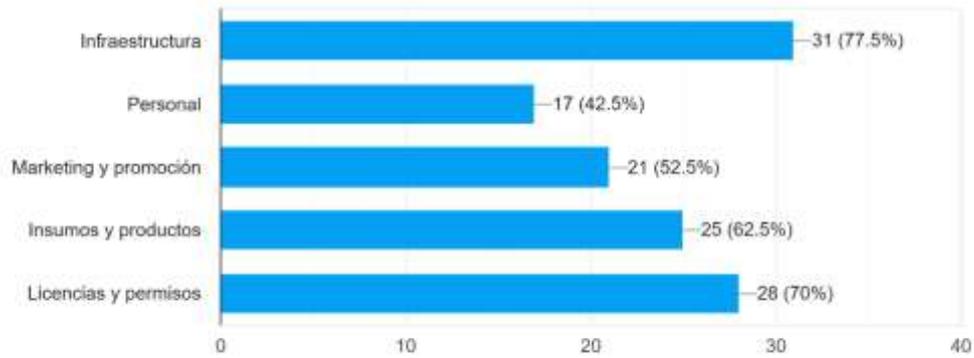
3.2 ¿Qué tan accesible le resultó obtener financiamiento para su emprendimiento y/o microempresa?

40 respuestas



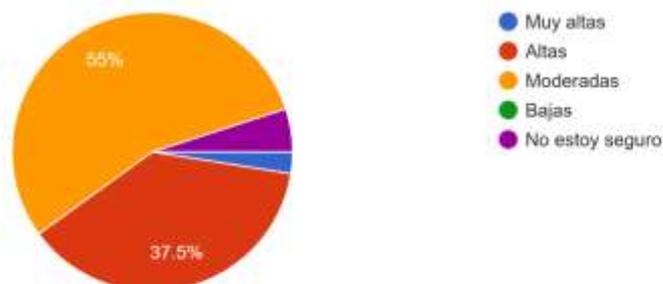
3.3 ¿Cuáles son los principales costos asociados a la creación de su emprendimiento y/o microempresa? (Seleccione los 3 más importantes)

40 respuestas



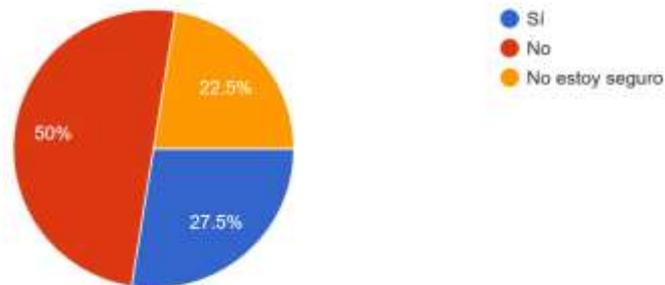
3.4 ¿Cuáles son sus expectativas de rentabilidad en los próximos 2 años?

40 respuestas:



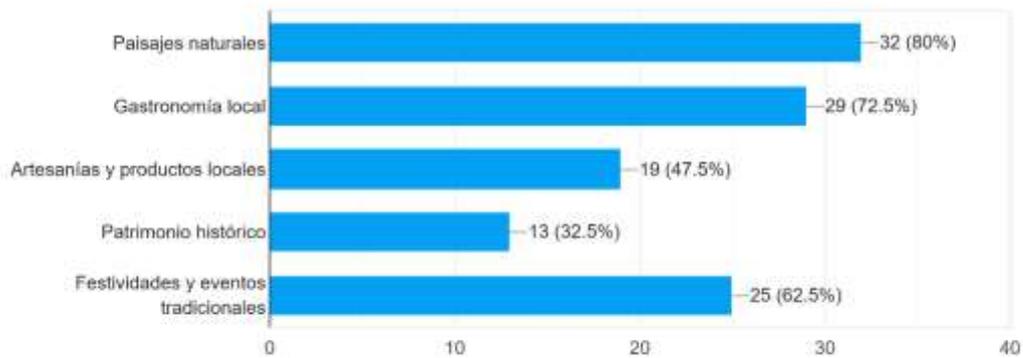
4. Factores Sociales y Culturales 4.1 ¿Considera que la ciudadanía del cantón apoya la creación de emprendimientos y/o microempresas turísticas?

40 respuestas



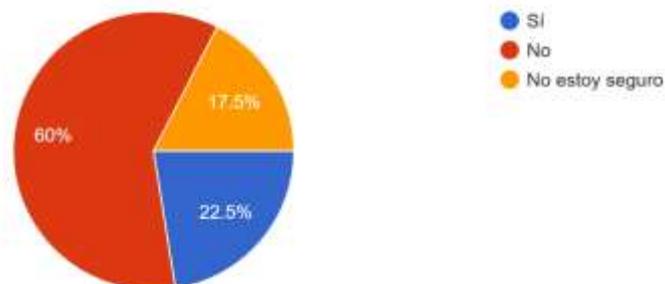
4.2 ¿Qué aspectos culturales de Tulcán creen que pueden ser aprovechados para el desarrollo turístico? (Seleccione los 3 más importantes)

40 respuestas



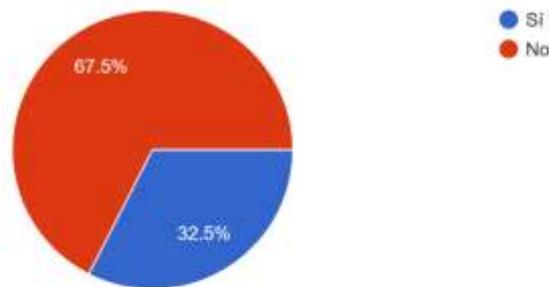
4.3 ¿Ha enfrentado alguna resistencia o dificultades sociales por parte de la comunidad local para iniciar su emprendimiento y/o microempresa?

40 respuestas



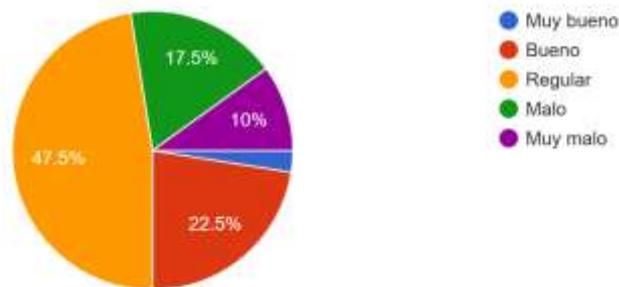
4.4 ¿Ha recibido capacitación específica para la gestión de su emprendimiento turístico?

40 respuestas:



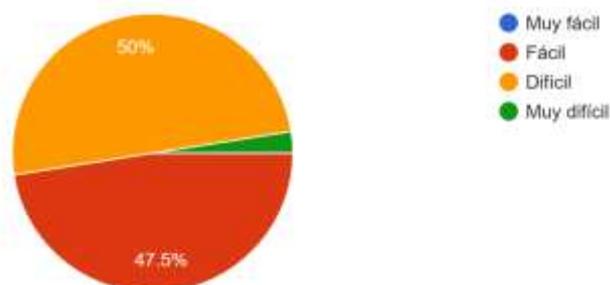
5. Factores Legales y Gubernamentales 5.1 ¿Cómo califica el apoyo gubernamental del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Tulcán para...e emprendimientos y/o microempresas turísticas?

40 respuestas



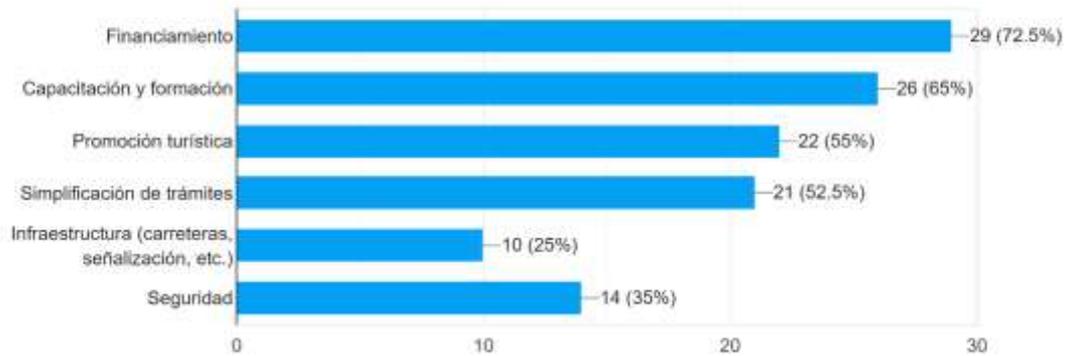
5.2 ¿Qué tan fácil fue obtener las licencias y permisos necesarios de las entidades gubernamentales y regulatorias en el Cantón Tulcá...po de Bomberos) para operar su negocio turístico?

40 respuestas



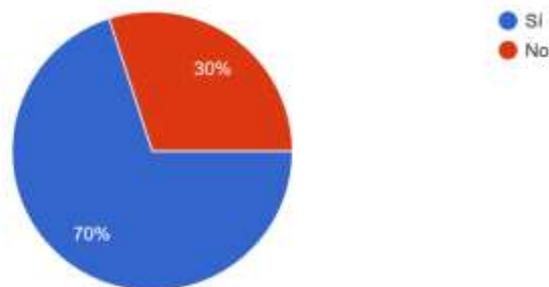
5.3 ¿Qué tipo de apoyo gubernamental cree que es más necesario para fomentar el turismo en el cantón Tulcán? (Seleccione los 3 más importantes)

40 respuestas



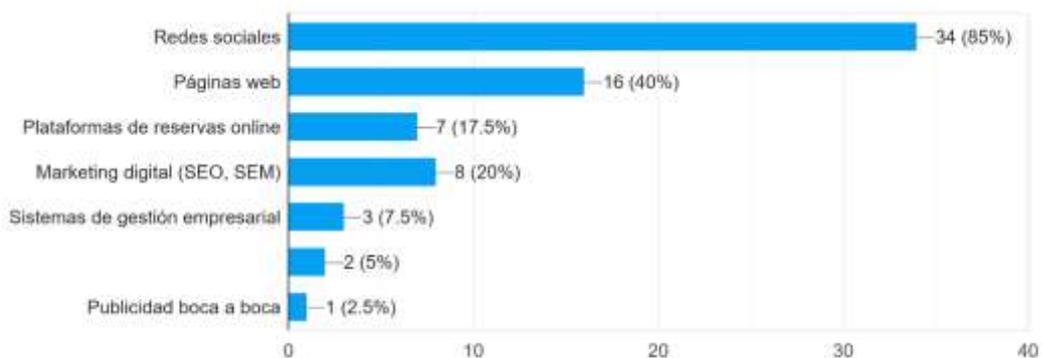
6. Factores tecnológicos 6.1 ¿Utiliza alguna tecnología o plataforma digital para su emprendimiento y/o microempresa turística?

40 respuestas



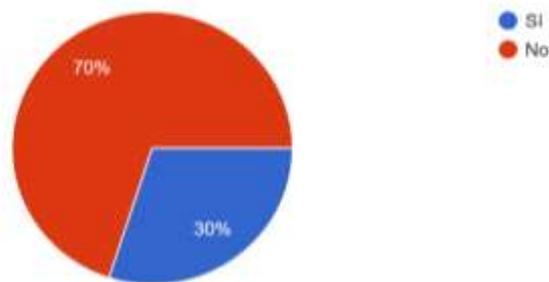
6.2 En caso afirmativo, ¿Cuáles de las siguientes tecnologías utilizan? (Seleccione todas las que apliquen)

40 respuestas



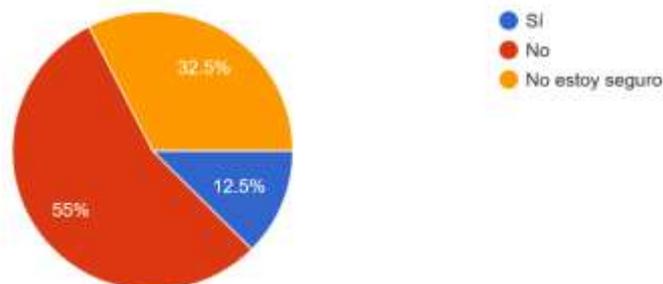
6.3 ¿Ha utilizado redes de contactos o apoyo social para desarrollar su emprendimiento y/o microempresa?

40 respuestas



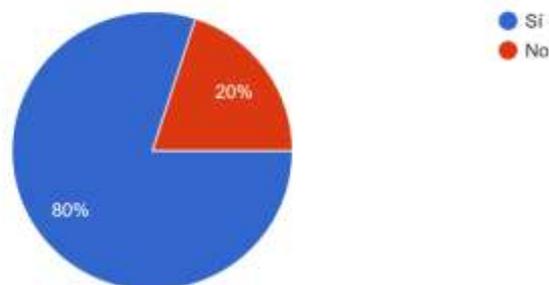
6.4 ¿Considera que la infraestructura tecnológica del Cantón Tulcán es adecuada para apoyar emprendimientos y/o microempresas turísticas?

40 respuestas



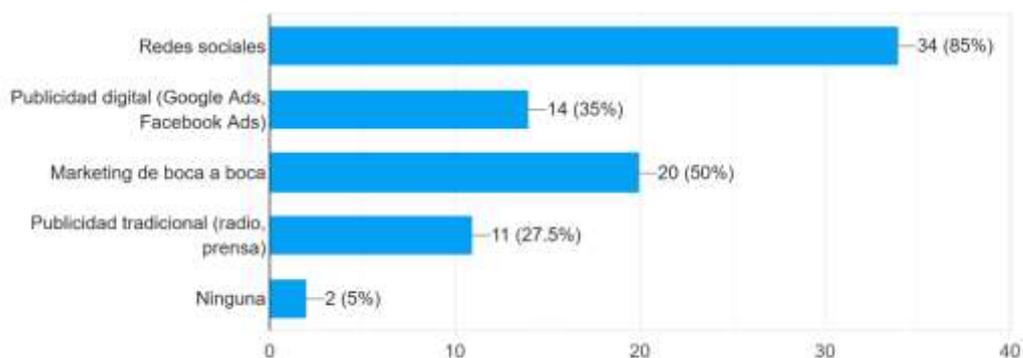
6.5 ¿Considera que su emprendimiento ofrece productos o servicios innovadores?

40 respuestas:



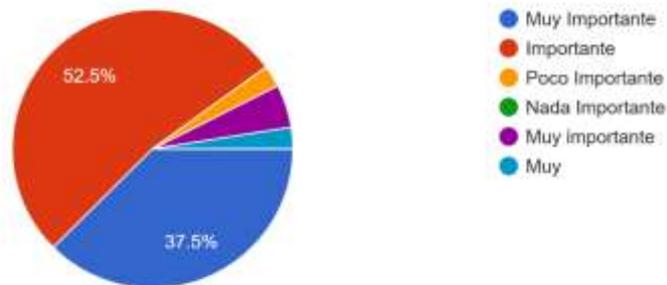
6.6 ¿Qué tipo de estrategias de marketing utiliza? (Seleccione todas las que apliquen)

40 respuestas:



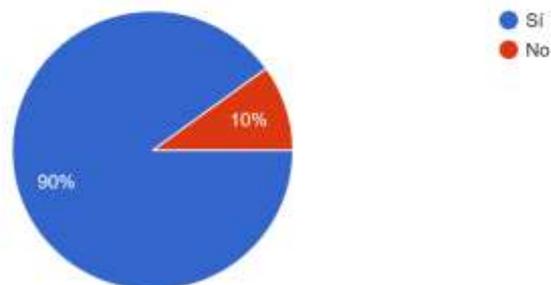
7. Sostenibilidad y Medio Ambiente 7.1 ¿Qué importancia le da a la sostenibilidad en su emprendimiento y/o microempresas turísticas?

40 respuestas



7.2 ¿Implementa prácticas sostenibles en su negocio?

40 respuestas



7.3 En caso afirmativo, ¿Cuáles de las siguientes prácticas sostenibles se realizan? (Seleccione todas las que apliquen)

40 respuestas

