

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

<http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1298>

Innovación y Emprendimiento en el sector agroturístico
Innovation and Entrepreneurship in the agro-tourism sector

Diana Judith Delgado-Orellana
diana.delgado@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-1978-889X>

Moisés Marcelo Matovelle-Romo
mmmatoveller@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-6260-6644>

Recepción: 15 de marzo 2021
Revisado: 15 de mayo 2021
Aprobación: 15 de junio 2021
Publicación: 01 de julio 2021

RESUMEN

Esta investigación pretende difundir y proyectar la innovación y el emprendimiento de una finca agroturística, enfocándose en el turismo que ofrece el cantón El Pan-Provincia del Azuay, conservando el patrimonio natural, gastronómico y cultural. Para los resultados se realizó una estadística descriptiva con diseño no experimental y en ellos se muestran que la frecuencia de visitas mensuales es preferida por un 40% de los encuestados, 75% prefieren un tiempo de 1 a 2 días, 42% realiza en vacaciones escolares o laborales, 64% prefiere visitas acompañados de su familia, 34% alojamiento en una Finca de hospedaje, 25% rutas a caballo, finalmente 58% conoce o ha escuchado sobre el turismo en el Cantón El Pan. La innovación y el emprendimiento son claves en el desarrollo de proyectos turísticos, brindan herramientas para el progreso económico de un sector productivo, dan a conocer la riqueza de un Cantón, generando desarrollo y fuentes de trabajo.

Descriptor: Comercio interno; sistema económico; economía de mercado. (Palabras tomadas del Tesoro UNESCO).

ABSTRACT

This research aims to disseminate and project the innovation and entrepreneurship of an agrotourism farm, focusing on the tourism offered by the El Pan-Provincia del Azuay canton, preserving the natural, gastronomic and cultural heritage. For the results, a descriptive statistics with a non-experimental design was carried out and they show that the frequency of monthly visits is preferred by 40% of the respondents, 75% prefer a time of 1 to 2 days, 42% do it on school holidays or work, 64% prefer visits accompanied by their family, 34% accommodation in a lodging farm, 25% horseback riding, finally 58% know or have heard about tourism in the Canton of El Pan. Innovation and entrepreneurship are key In the development of tourism projects, they provide tools for the economic progress of a productive sector, they make known the wealth of a Canton, generating development and sources of work.

Descriptors: Domestic trade; economic systems; market economy. (Words taken from the UNESCO Thesaurus).

INTRODUCCION

Según el ministerio de turismo se define como turismo a toda acción que involucre el traslado de las personas hacia diferentes lugares fuera de su residencia habitual sin el interés de radicarse establemente en ellos. Por lo tanto, el turismo es la actividad que de manera directa o de forma indirecta permanecen generando bienes y/o servicios que aguantan ocupaciones de negocios, ocios, placer, motivos expertos y otras en relación con personas fuera de su residencia usual dando a conocer sitios exóticos en diferentes regiones en donde los individuos se divierten de forma sana. Dichas personas se llaman viajeros que tienen la posibilidad de ser, turistas o excursionistas; residentes o no residentes.

Emprendimiento se lo puede definir en la actualidad como un término muy utilizado internacionalmente siendo que aun el emprendimiento está presente durante el desarrollo de la humanidad, este criterio se ha vuelto de suma trascendencia frente a la necesidad de superar los constantes y crecientes inconvenientes económicos. En este sentido, la idea de la implementación de un negocio turístico va creciendo a partir de las experiencias vividas y el conocimiento de ciertas necesidades que se van creando en una población, teniendo en consideración cada una de las aptitudes de cada persona cumpliendo satisfactoriamente las etapas vividas, encontrando determinados recursos para el emprendimiento de nuevos proyectos dando como resultado a la innovación.

La innovación se refiere a la búsqueda de nuevas ideas y métodos que permiten realizar el mejoramiento de algo ya establecido y por consiguiente dar solución a los problemas que se van presentando y hacer más fácil el desarrollo de actividades futuras; por consiguiente, el cantón El Pan de la provincia del Azuay está situado a 90 Km. de la ciudad de Cuenca, sus límites geográficos son; al Norte con los cantones Guachapala y Sevilla de Oro, al Sur con el cantón Gualaceo, por el Este con Sevilla de Oro y la provincia de Morona Santiago, y Oeste con los cantones Guachapala y Gualaceo y además cuenta actualmente con 3036 habitantes (GAD El Pan, 2014).

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

El cantón El Pan es un valle interandino lleno de bellos paisajes con riquezas naturales únicas que enamoran al turista a primera vista, posee ríos y lagunas que son factibles para la pesca deportiva, también existen peñas y cerros aptos para miradores turísticos por su posición y altitud, mantiene su tierra de cultura y religiosidad, pero no han sido explotado de la manera adecuada.

Las principales actividades económicas desarrolladas anteriormente en la zona de El Pan se determinaron dos sectores económicos, primario: dedicado a la ganadería, agricultura y minería. El sector Secundario dedicado a la artesanía (GAD El Pan, 2014). Actualmente el sector económico secundario ha tomado en cuenta una de las actividades con más potencial en la zona, el turismo.

En el cantón El Pan existe un gran potencial en el tema agroturismo, en el sector gastronómico, único en la zona, varias especies de animales tanto doméstico como silvestres, animales a los cuales dentro del agroturismo se pueden alimentar, cuidar y elaborar el procesamiento de productos provenientes de los animales de granja.

Sin embargo, uno de los grandes problemas actualmente es la escasa demanda turística en estas zonas debido a la poca información y formación turística, considerando el número de emprendimientos entre la Población Económicamente Activa y que luchan por un mismo sector de mercado al vender o demandar un bien o servicio semejante.

El presente artículo “innovación y emprendimiento de una finca agroturística en el cantón El Pan - Azuay.” Pretende realizar un proyecto en el cual se unifique la oferta de turismo rural gastronómico y agroturismo en el cantón el Pan, esta propuesta turística está dirigida a la conservación y a la difusión del patrimonio natural, gastronómico y del entorno medioambiental en el Cantón el Pan provincia del Azuay.

Referencial Teórico

La palabra emprendimiento proviene del francés 'entrepreneur', que significa «pionero», y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo extra con el afán de alcanzar un objetivo propuesto, tomando en cuenta que en la actualidad existen limitaciones de uso para la apertura de una nueva empresa o proyecto entre una o varias personas (Querejazu-Vidovic, 2020).

Las principales actividades económicas en el Cantón El Pan de mayor importancia son la agricultura y ganadería, construcción, administración pública y otras actividades como el comercio. Entre las principales actividades que se encuentra dirigidas a generar economía están los locales comerciales quienes se dedican a la venta de insumos de primera necesidad para el sustento diario, de la misma manera encontramos la actividad manufacturera que se dedican específicamente a la producción de artesanías que son aportadores del desarrollo económico (GAD El Pan, 2014).

Tabla 1.
Actividades Económicas en el Cantón El Pan.

Sector Económico	PEA (habitantes)	%
Primario (Ganadería, agricultura, caza, silvicultura y pesca)	650	63,32%
Secundario (minería, manufactura)	161	22,24%
Terciario (compra-venta al por mayor y menor, albañilería y negocios de alimentos)	232	15,43%

Fuente: GAD El Pan (2014).

Una de la actividad más novedosa últimamente, pero no tan nuevas es el emprendimiento como uno de los términos más utilizados a lo largo de los tiempos, esto ha ido tomando un protagonismo cada vez con más fuerza debido que es una de la mejor alternativa para superación profesional de manera constante y genera más economía a nivel local y global. El emprendimiento es la mejor alternativa para progresar personalmente y también como una organización, país, por tanto; los gobiernos locales han desarrollado programas para incentivar a la población a tomar estas alternativas de negocios (Oyarvide-Ramírez, 2016, p. 2).

Por otro lado, las actividades económicas involucradas en el turismo vienen tomando en consideración el entorno medioambiental, los sectores urbanizados, sus habitantes los lugares visitados y sus turistas. Las diversidades de los factores productivos son de mayor relevancia para generar los servicios necesarios para cada uno de los visitantes cumpliendo con sus expectativas. Este objetivo es recomendado para la implementación de políticas de turismo regionales, nacionales e internacionales u otros procesos respecto al turismo. El turismo influye directa e indirectamente para la incrementación de actividades productivas de las zonas turísticas (Huertas, et al., 2019, p. 15).

Se puede considera al agroturismo como una actividad de turismo que toma en consideración las áreas rurales, la ecología turística y el turismo extremo. Según Organización Mundial del Turismo define el agroturismo a las actividades que realizan las personas naturales y jurídicas en la creación de empresas agrícolas para mejorar e incrementar sus ingresos de cualquiera de las formas generando el turismo, alojamiento, comida, dando a conocer las diferentes obras agrícolas (Rodríguez-Alonso, 2019).

Así como en el Ecuador y demás países que se dedican a desarrollo del turismo se ha podido identificar que tiene un aumento en cuanto a la competitividad quienes luchan progresivamente para acaparar a los grupos de turistas, por lo tanto, siempre es importante el mejoramiento oportuno y constante de las competencias laborales dando a entender el aumento de habilidades, destrezas, conocimiento y actitud (Nasimba, et al. 2015).

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

Las competencias no se dan porque si, al contrario, son para el desarrollo progresivo de las empresas turísticas, eso señala que para lograr un nivel de madurez necesita generar capacidad y practica basada de la experiencia y las destrezas con la finalidad de atender cada uno de los estándares planteados y reconocidos dentro de los diferentes sectores con los mejores estándares de producción y comercialización de bienes y/o servicios (Botía-Sanabria & Orozco-Pulido, 2012). Se considera como actividades turísticas iniciales los próximos:

1. La creación privada de proyectos como principal del sector; contando con su aportación necesaria de la inversión de manera directa, incrementado la posibilidad de empleo y el desarrollo nacional e internacional;
2. Al apoyo de los GAD provinciales y cantonales impulsando el fortalecimiento turístico, dentro del ámbito de la descentralización;
3. Mejoramiento de las zonas pobladas, el desarrollo progresivo y mejorado de los servicios públicos para lograr la mayor de la satisfacción de los turistas;
4. Cuidar y proteger cada uno de las riquezas, recursos naturales y culturales de las diferentes zonas; y,
5. Respetar la ideología, identidad, cultura tradiciones de las diferentes comunidades ya que podemos encontrar algunas, entre ellas tenemos las indígenas, campesina, montubia o afro ecuatoriana, y de la misma forma salvaguardando su ecosistema (Ley de turismo, 2008).

Por lo tanto, la competencia en costos, utilizada como una táctica clásica de la organización turística en los diferentes países, no únicamente se ha conseguido sus fines de crecimiento en cuanto a sus beneficios, sino también se ha mostrado como una opción inalcanzable e insostenible en un ámbito como el presente, de forma que ha posesionado por su alta competitividad y rendimiento a nivel nacional e internacional, la aparición repentina de nuevos destinos turísticos, y la globalización del sector y la fundamental

predominación de componentes, políticos, económicos, sociales, medioambientales y tecnológicos (Vargas-Fernández & Cuesta-Santos, 2018).

Dentro del turismo rural también se encuentra el agroturismo que puede estar ubicado dentro de los ranchos agrícolas o su vez relacionando con la vida productiva de una granja agropecuaria, a diferencia de la vida productiva del turismo rural que se mantiene en lo tradicional con una interacción directa e indirecta de un turista al contrario de las tradiciones agrícolas (Carreño-Godoy, et al. 2020).

También se conoce al agroturismo como “una actividad que oferta la pasividad de conocer cada uno de los procesos productivos agroindustriales y ofreciendo hospedaje, pesca, degustación y compra de productos caseros semi industrializados con productos cosechados en el mismo rancho degustación de los productos elaborados, para que el turista pueda conocer y/o aprender los productos y su elaboración”. Se identifica también que el agroturismo es una oportunidad que los turistas prefieren para experimentar la vida campestre, las distintas culturas, la forma de alimentación, etc., a su vez, vivir la relajación mental y probar el esparcimiento de la naturaleza, al agro turismo se puede incluir varias actividades como distracción y diversión para quienes los visiten. Al combinar estas dos actividades se presentan con una oportunidad para los turistas así también para las personas que quieran dedicarse a generar proyectos agrícolas (Morales-Zamorano, et al. 2015).

En la actualidad los desarrollos de las empresas turísticas se miden los grados de innovación que han sido de gran importancia para el sector turístico, debido que cada día se cuenta con consumidores diferentes y diferentes índoles, contando con una mejor accesibilidad a nuevas tecnologías, contando con servicios de calidad y anécdotas distintas en cuanto a los servicios que son adquiridos y en la mayoría de casos estos son publicados en los diferentes medio de comunicación, siendo de vital importancia para la obtención de un servicio turístico.

Para la innovación el turismo tiene diferentes proceso en la gran mayoría de los casos son determinados y deberían producir un impacto favorable permitiendo ser medido por

el crecimiento frente a la competencia en los mercados considerando también el grado de satisfacción de las necesidades de los consumidores, es necesario para las organizaciones de la administración de las empresas, en las distintas zonas, así también la importancia por parte de autoridades competentes y dar soluciones proactivas que beneficien a las poblaciones locales que generan servicios turísticos de forma sostenible (Pardo, 2019, p. 1).

Al momento de crear un negocio turístico es casi como realizar un viaje, debido que al momento que decidimos a donde nos dirigimos nos pretendemos tener una llegada como llegar y en qué momento se llegaría. Siempre los negocios de turismo involucran estar alerta a todos y cada uno de los cambios que se pueden presentar en el transcurso del tiempo, momento y etapa, estando a la disposición de adaptarse a las nuevas ideas y modificando hábitos. Para mantener una iniciativa adecuada y oportuna se debería analizar lo que las personas y la competencia turística podría querer o necesitar siendo significativa dicha información, esto quiere decir que deberíamos encontrar las necesidades que todavía no esté satisfecha en el mercado y tener como objetivo cumplir con lo que el turista necesita.

Siendo en ese caso, promover la innovación en el turismo es de mucha importancia debido a que el turista por lo general prefiere algo nuevo como son servicios, detalles, decoración ya sea de hotel o restaurante o lugares de los cuales sean de elección, son pequeñas cosas que tienen la posibilidad de tener un gran sentido para el turista (Cando-Morales, et al. 2021).

De una manera general al realizar un proyecto turístico el objetivo no solo debe ser local, más bien proyectarse para alcanzar el posicionamiento internacional, puesto que estamos en un mundo globalizado y estamos dependiendo y vivimos de las actualizaciones constantes, las competencias se encuentran en un nivel alto con diferentes países, similar al nuestro pretendemos captar a gran escala los turistas internacionales.

En este sentido, se mantendrá un interés de estar constantemente innovando para mantener el mejoramiento en la prestación de servicios y ser constantes para ser una fuerte competencia entre los países desarrollados, teniendo la finalidad de que el turista tenga el conocimiento necesario de la existencia de países en vías de desarrollo y poder competir con grandes destinos y su industria.

En esta sociedad actualizada todos tenemos la posibilidad de crear, simplemente es decisión de modificar un poco los hábitos y no sencillamente basarnos de realizar las cosas por simple costumbre, para esto es de mucha utilidad disponer de información que permita tener nuevos emprendedores creativos en nuestros propios negocios turísticos (Rauda. W, 2020).

La necesidad de superar las dificultades económicas de la mayoría de los países del mundo promueve las actividades emprendedoras para contribuir al desarrollo sostenible y sostenible (Oyarvide-Ramírez, et al. 2016), por lo tanto, se brinde importancia en promover el entorno del emprendimiento, se obtendrá mayores ventajas en cuanto a la política social económica y lograr el incremento al producto interno bruto nacional y el fortalecimiento de los mercados internos; El costo agregado incrementa con las cadenas productivas que se fortalecen de proyectos para el desarrollo de proveedores y se facilita la cadena productiva. En dicho procedimiento se crearán grandes y mediana empresas las mismas que fortalecerán su economía siendo parte del proceso de entes públicos y privados dentro de sus estrategias para el mejoramiento de la economía del país (Oyarvide-Ramírez, et al. 2016).

Obteniendo el análisis de este estudio se encuentran diferentes que limitan el crecimiento del turismo rural, encontrando el limitado apoyo político los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) sean estos Municipales y Parroquiales contando con una, escases de calidad de los servicios (Oyarvide-Ramírez, et al. 2016).

Cuando se propone iniciar un negocio o una actividad comercial es necesario identificar muy bien si este emprendimiento será por necesidad falta de recursos económicos o por desempleo, ya sea de manera intempestiva, motivos de fuerza mayor como pandemias

y otros desastres naturales, siendo los despidos una las causas que conllevan principalmente al emprendimiento y la innovación (Solorzano-Arévalo, et al. 2020).

METODOLOGÍA

Para esta investigación se realizó un estudio de campo bajo una metodología de manera descriptiva no experimental, se levantó la información utilizando encuestas de forma virtual en la plataforma de google forms la misma que contiene un banco de ocho preguntas de respuesta de opción múltiple, la muestra se realizó de manera aleatoria a una población de 83 personas, buscando conocer su valoración sobre la innovación del Centro Turístico en el Cantón El Pan. La información y datos recopilados fueron analizados mediante estadística descriptiva (Carreño, et al. 2020).

RESULTADOS

Los resultados conseguidos proporcionan importantes datos que nos ayudan a conocer el estado actual del conocimiento que tiene la población sobre el turismo en el Cantón El Pan, y tener una idea más clara del proceso que se deberá realizar para mejorar la calidad del turismo en este Cantón, más específicamente en la Finca Agroturística, que pretende ser el modelo para generar visitas turísticas en el Cantón. Para ello, las preguntas las hemos dividido en 3 dimensiones para su análisis.

Esta investigación toma como base los resultados de la encuesta que está dirigida un número de población no específica, teniendo valores de un 58% de la población encuestada que conoce el turismo en el Cantón, y un 42% de esta misma población que o conoce o no ha recibido información sobre el turismo en este sector.

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

Dimensión 1. Frecuencia.

Aquí encontramos tres preguntas que se relacionan a la variable Frecuencia y que tienen al tiempo como factor de medida.

Tabla 2.
Variable Frecuencia.

Variable: Frecuencia	Opciones de respuesta	Total	%
¿Con que frecuencia realizas viajes de turismo?	Semanal	20	24%
	Mensual	33	40%
	Anual	30	36%
¿En qué temporada desea realizar su viaje ?	Vacaciones escolares o laborales	35	42%
	Feridos	25	30%
	Fines de semana	23	28%
¿Cuál es el tiempo promedio de su estadía a los lugares que visita?	De 1 a 2 días	62	75%
	De 2 a 3 días	21	25%

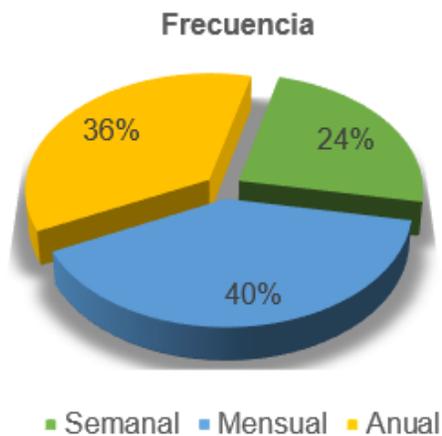


Figura 1. ¿Con que frecuencia realizas viajes de turismo?

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

Dado los resultados de la encuesta realizada podemos identificar que un 40% de los encuestados prefieren realizar sus viajes mensualmente, 36% lo hacen anualmente y un 24% los realizan de manera semanal.

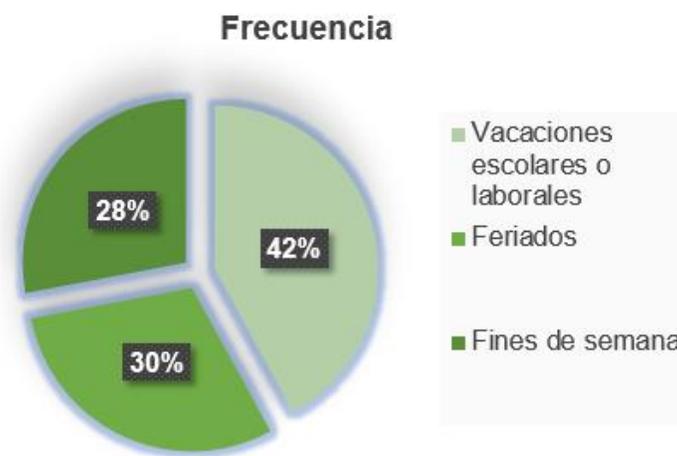


Figura 2. ¿En qué temporada desea realizar su viaje?

De los resultados de la encuesta muestran que el 42% de encuestados prefieren realizar sus viajes en vacaciones escolares o laborales, 30% en feriados y el 28% decide viajar los fines de semana.

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

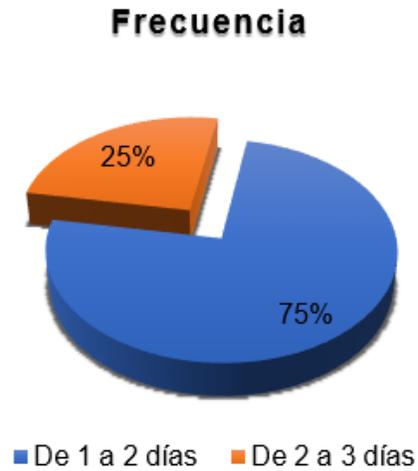


Figura 3. ¿Cuál es el tiempo promedio de su estadía a los lugares que visita?

El tiempo promedio de los visitantes es de uno a dos días en su mayoría, 75%, mientras que el 25% es de dos a tres días.

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

Dimensión 2. Preferencia.

En la dimensión dos encontramos cuatro preguntas las cuales hacen referencia a la preferencia de los viajeros.

Tabla 3.
Variable Preferencia.

Variable: Preferencia	Opciones de respuesta	Total	%
¿Como prefieres realizar tu viaje?	Solo	10	12%
	Con amigos	20	24%
	La compañía de tu familia	53	64%
¿Cuál es tipo de lugar que preferirías para visitar al salir de vacaciones?	Balnearios	10	12%
	Fincas turísticas	18	22%
	Cultural	11	13%
	Religioso	7	8%
	Históricos	12	14%
	Gastronómicos	13	16%
	De aventuras	12	14%
¿En qué lugares prefieres hospedarte?	Cabañas	23	28%
	Acampar en tiendas al aire libre	22	27%
	Hotel	10	12%
	Fincas de hospedaje	28	34%
¿Qué tipo de actividades desea realizar?	Bicicleta de montaña	16	19%
	Rutas a caballo	21	25%
	Visitas guiadas	15	18%
	Avistamiento de vida silvestre	18	22%
	Senderismo	13	16%



Figura 4. ¿Cómo prefieres realizar tu viaje?

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada el 64% prefiere realizar el viaje en la compañía de su familia, 24% con sus amigos y el 12% solo.

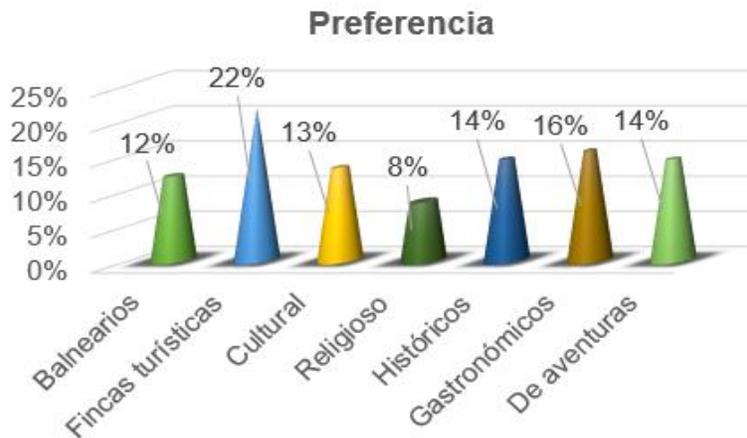


Figura 5. ¿Cuál es tipo de lugar que preferirías para visitar al salir de vacaciones?

Los lugares preferidos para visitar por los clientes al salir de vacaciones son las fincas agroturísticas con el 22% de preferencia, 16% lugares gastronómicos, 14% lugares históricos como de aventura, 13% culturales, 12% balnearios y un 8% los religiosos.



Figura 6. ¿En qué lugares prefieres hospedarte?

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

De los lugares a los cuales los clientes eligen ir el 34% mencionan que prefieren fincas de hospedajes, 28% cabañas, 27% acampar y un 12% los hoteles.

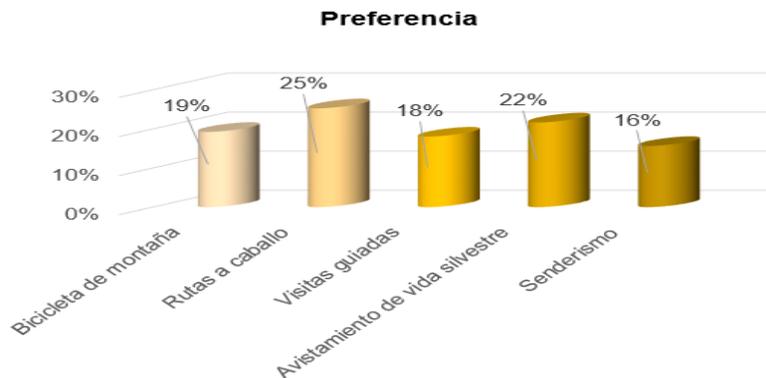


Figura 7. ¿Qué tipo de actividades desea realizar?

Las actividades que desean realizar el 25% de los visitantes son las rutas a caballo, 22% avistamiento de vida silvestre, 19% bicicleta de montaña, 18% visitas guiadas y el 16% senderismo.

Dimensión 3. Conocimiento.

La dimensión del conocimiento nos hace referencia a cuanta cantidad de la población encuestadas tiene conocimiento o ha escuchado acerca del turismo en el Cantón El Pan y se pudo obtener que un 58% de población conoce o ha escuchado y un 42% desconoce el tema.

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

Tabla 4.
Variable Conocimiento.

Variable: Conocimiento	Opciones de respuesta	Total	%
¿Conoce o ha escuchado Ud. sobre el turismo en el Cantón El Pan?	SI	48	58%
	NO	35	42%



Figura 8. ¿Conoce o ha escuchado Ud. sobre el turismo en el Cantón El Pan?

Dados los resultados de la encuesta realizada el 58% han escuchado o conocen sobre el turismo en el cantón El Pan y un 42% de los encuetados desconocen del turismo en el cantón El Pan.

Análisis de entes responsables

Mediante una matriz de entes responsables se puede determinar quiénes pueden controlar las ventajas y desventajas dentro y fuera de la empresa de manera que se puedan dar solución y brindar un servicio de calidad y proyectarse ascendentemente en el mercado nacional e internacional.

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

Tabla 5.
Matriz de entes responsables.

	Precio	Nuevas tecnologías	Marketing publicidad	Inversiones	Leyes y Normativas
Interna (acción manejada dentro de la empresa)	La aplicación de los precios van acorde a la edad de las personas y el tipo de servicio brindado.	Implementación de tecnología como Wifi, pagos electrónicos, conexión USB.	Utilización de marketing digital para abarcar una mayor cantidad de clientes potenciales.	Realizar inversiones en Marketing, publicidad, infraestructura logrando posicionamiento en el mercado meta.	Mantener presente las leyes y normativas planteadas por la ley de turismo.
Externo (acción manejada por entes encargados)	Los precios y el servicio son fiscalizados por el Ministerio de Turismo y la tenencia política del Canton.	Medidas tomadas por la empresa.	Medida tomada por la misma empresa.	Medida que depende de la empresa, Ministerio de Turismo y los GAD Municipales y Parroquiales.	Control por parte de Ministerio de Turismo.

CONCLUSIONES

El emprendimiento y la innovación son uno de los principales elementos que ayudan al ser humano a progresar tanto personal y profesionalmente elevando su capital económico, impulsando el desarrollo local y nacional, los emprendimientos son creadores de mejoras que favorecen no solo a una persona en específico si no a la sociedad dando importancia al estudio del mismo de forma que ha ido incrementado en las últimas fechas debido a las diferentes crisis que atravesamos día a día.

Dado los resultados de un análisis en el Cantón se puede identificar que es poco conocido según las encuestas aplicadas, esta investigación se realizó con el fin de impulsar y dar a conocer el potencial que tiene el cantón El Pan fomentado el turismo para mejorar la economía y el progreso de sus habitantes.

Por cuanto a la innovación tiene una conexión con el beneficio de las oportunidades que presentan en el medio que nos rodea ya que es el resultado de una transformación en las formas de generar el turismo, si bien es cierto son métodos que aún se siguen aplicando y con más fuerza dando cambios que impresionen o llamen la atención al

Diana Judith Delgado-Orellana; Moisés Marcelo Matovelle-Romo

consumidor, así una alineación tanto social, política, económica y cultural y uno del requisito importante la renovación constante para que este emprendimiento logre desarrollarse frente a los nuevos mercados.

Finalmente, este emprendimiento pretende potencializar el turismo, la generación de empleo y el desarrollo local de una manera innovadora, con servicios, utilizando los recursos que posee, mostrando al público la riqueza natural que conserva el Cantón el Pan.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A la Jefatura de Posgrados de la Universidad Católica de Cuenca por su apoyo a la investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Botía-Sanabria, M, & Orozco-Pulido, L. (2012). Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas. Sus características en el sector turismo [Competencies in customer service and effectiveness in problem solving. Its characteristics in the tourism sector]. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(3),646-662.

Cando-Morales, A., Erazo-Álvarez, J., Álvarez-Gavilanes, J., & Rivera-Costales, J. (2021). La pandemia COVID- 19 en la micro empresa: Emprendimiento e Innovación [The COVID-19 pandemic in micro-enterprises: Entrepreneurship and Innovation]. *CIENCIAMATRIA*, 7(12), 671-695.
<https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.445>

Carreño, M. J., Erazo, J. C., Narváez, C. I., & Moreno, V. P. (2020). La responsabilidad social en las empresas camaroneras [Social responsibility in shrimp companies]. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 455-482.
<http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.702>

- Carreño-Godoy, M., Erazo-Álvarez, J., Narváez-Zurita, C., & Moreno, V. (2020). La responsabilidad social en las empresas camaroneras [Social responsibility in shrimp companies]. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 455-482. doi:<http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.702>
- GAD El Pan. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de el Canton El Pan [Development Plan and Territorial Ordering of the Canton El Pan]. <https://n9.cl/l7zri>
- Huertas, T. et al. (2019). El aprovechamiento sostenible del turismo rural de Ecuador. Caso de estudio: Cantón Mocha, Provincia de Tungurahua de Ecuador [The sustainable use of rural tourism in Ecuador. Case study: Mocha Canton, Tungurahua Province of Ecuador]. *Revista Espacios*, 41(7). <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410706.html>
- Ley de turismo. Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002 Última modificación: 06-may-2008. <https://n9.cl/yq7dd>
- Morales-Zamorano, L., & Cabral Martell, A, Aguilar Valdes, A, & Velasco Aucly, L., & Holguín Moreno, O. (2015). Agroturismo y competitividad, como oferta diferenciadora: el caso de la ruta agrícola de San Quintín, Baja California [Agrotourism and competitiveness, as a differentiating offer: the case of the agricultural route of San Quintín, Baja California]. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 37,185-196.
- Nasimba, C., Gonzáles, A., & Manzano, P. (2015). Evaluación de las competencias laborales turísticas para el fortalecimiento del turismo comunitario en el circuito Zumbahua-Chugchilán [Evaluation of tourist labor competencies for the strengthening of community tourism in the Zumbahua-Chugchilán circuit]. <https://n9.cl/whd25>
- Oyarvide-Ramírez, H, Nazareno Véliz, I, Roldán Ruenes, A, & Ferrales Arias, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible [Entrepreneurship as a Factor for Sustainable Rural Development]. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93.
- Pardo, C. (2019). La innovación es un tema fundamental para la industria turística [Innovation is a fundamental issue for the tourism industry]. <https://n9.cl/yaokt>
- Querejazu-Vidovic, C. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento [Theoretical Approach to the Causes of Entrepreneurship]. *Economía: teoría y práctica*, (52), 69-97. <https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/522020/querejazu>

- Rauda. W. (2020). Importancia de la innovación en el sector turístico [Importance of innovation in the tourism sector]. <https://n9.cl/sy9py>
- Rodríguez-Alonso, G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible [The Agrotourism, a vision from sustainable development]. *Centro Agrícola*, 46(1), 62-65.
- Solórzano-Arévalo, R., Erazo-Álvarez, J., Narváez-Zurita, C., & Torres-Palacios, M. (2020). Emprendimiento e Innovación: Relación con el desarrollo local [Entrepreneurship and Innovation: Relationship with local development]. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(3), 373-400. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i3.903>
- Vargas-Fernández, T, & Cuesta-Santos, A. (2018). Las competencias para el turismo sostenible. Su determinación empírica [Competences for a sustainable tourism. Its empirical determination]. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 226-236.