



ISSN: 1390-5775

ISSN-e: 2661-6696

**Evaluación de las necesidades tecnológicas en los  
emprendimientos turísticos de las parroquias Quiroga y  
Membrillo, cantón Bolívar, Ecuador**

**Evaluation of the technological needs of tourism enterprises in  
Quiroga and Membrillo parishes, Bolivar canton, Ecuador<sup>1</sup>**

María Valeria Fernández Loor

<https://orcid.org/0000-0003-2031-2055>

[maria.fernandez@espam.edu.ec](mailto:maria.fernandez@espam.edu.ec)<sup>2</sup>

Carmen Auxiliadora Buste Vera

<https://orcid.org/0009-0009-0372-8973>

[carmen.buste@espam.edu.ec](mailto:carmen.buste@espam.edu.ec)<sup>3</sup>

**Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López,  
Ecuador**

---

<sup>1</sup> Manuscrito recibido el 25 de marzo de 2025 y aceptado tras revisión editorial y de pares doble ciego el 9 de junio de 2025. Kalpana-Revista de Investigación. no. 28. Publicación Semestral (julio-2025) ISSN-e: 2661-6696 ISSN: 1390-5775.

<sup>2</sup> Docente a tiempo completo de la carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Magíster en turismo mención en gestión sostenible en destinos turísticos

<sup>3</sup> Egresada de la carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar la oferta y demanda turística de las parroquias rurales Quiroga y Membrillo, así como también evaluar las necesidades tecnológicas en los emprendimientos turísticos locales y proponer un plan de acción estratégico para el ámbito tecnológico de los emprendimientos en Quiroga y Membrillo. Se desarrolló una investigación bibliográfica de nivel exploratorio basada en el método analítico descriptivo, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, utilizando herramientas como la observación directa, visitas de campo, encuestas, el catastro de establecimientos turísticos elaborado por el Ministerio de Turismo (MINTUR), ArcGIS Survey123, Software SPSS y la matriz del plan de acción. Los resultados de la investigación evidenciaron una oferta turística escasa y deficiente, con baja afluencia de visitantes. Además, se identificó que los emprendimientos locales existentes no emplean herramientas tecnológicas, siendo la escasa conectividad y falta de capacitación las principales barreras para su implementación. Como respuesta, se diseñó un plan estratégico orientado a potenciar el desarrollo tecnológico de estos negocios, con énfasis en formación digital y estrategias de marketing online, buscando modernizar los servicios turísticos ofrecidos en ambas parroquias rurales y, consecuentemente, incrementar su atractivo y competitividad en el mercado turístico.

**Palabras clave:** emprendimiento turístico, TIC, evaluación tecnológica, plan de acción, competitividad digital.

## Abstract

The present research aims to analyze the tourism supply and demand in the rural parishes of Quiroga and Membrillo, as well as evaluate the technological needs of local tourism enterprises and propose a strategic action plan for the technological development of businesses in Quiroga and Membrillo. Bibliographic research of exploratory level was developed based on the descriptive analytical method, with a qualitative and quantitative approach, using tools such as direct observation, field visits, surveys, the registry of tourism establishments prepared by the Ministry of Tourism (MINTUR), ArcGIS Survey123, SPSS Software, and the action plan matrix. The research results showed scarce and deficient tourism offerings, with low visitor numbers. Additionally, it was identified that existing local enterprises do not use technological tools, with poor connectivity and lack of training being the main barriers to implementation. In response, a strategic plan was designed to enhance the technological development of these businesses, with emphasis on digital training and online marketing strategies, seeking to modernize tourism services offered in both rural parishes and, consequently, increase their attractiveness and competitiveness in the tourism market.

**Key words:** tourism entrepreneurship, ICT, technological evaluation, action plan, digital competitiveness.

## Introducción

En el sector turístico, el emprendimiento se destaca como un elemento fundamental, siendo reconocido por su capacidad de impulsar la innovación en productos y servicios (Márquez et al., 2022). La habilidad de los emprendedores turísticos al aprovechar los recursos existentes y convertirlos en una oferta única y atractiva

contribuye al desarrollo económico local de las comunidades y a mostrar la riqueza cultural con la que se cuenta.

Benavides et al. (2023) resaltan que la naturaleza de la acción emprendedora ha experimentado transformaciones y cambios actualmente, puesto que antes cualquier persona podía emprender; hoy en día el proceso se ha vuelto más complejo, demandando conocimientos profesionalizados, equipos de trabajo altamente calificados, incluyendo el uso de equipos tecnológicos, y capital de riesgo para lanzar proyectos que tengan un mayor impacto social. Esta complejidad creciente plantea nuevos desafíos para los emprendedores, quienes deben adaptarse a un entorno cada vez más tecnológico y competitivo.

En este sentido, Argüello et al. (2021) manifiestan que los emprendedores se ven en la necesidad de adaptarse a cada una de las herramientas tecnológicas para poder ofertar y gestionar sus servicios y operaciones de manera efectiva, de modo que supone un avance significativo en su crecimiento al generar oportunidades de negocio más inclusivas, planteando modelos para la evaluación de operaciones, y la modernización de sus servicios mediante estrategias de marketing como Email marketing, marketing de buscador, marketing de afiliados, desarrollo de website, anuncios online, y marketing social (Rodríguez y Prieto, 2022); lo que resulta de gran ayuda para aumentar la participación del mercado y dar a conocer la marca de los productos (Jati et al., 2022).

Jiménez (2023) señala que dichas estrategias de marketing digital han dado lugar a la creación de negocios inteligentes que aprovechan sistemas como la nube, el big data y los mercados digitales, ya que en la actualidad los emprendimientos no pueden mantenerse al margen de la revolución tecnológica que está transformando el sector, por lo que a su vez, deben aprovechar principalmente la gestión y transformación de la información, para poder mantenerse competitivos, puesto que la capacidad de recopilar, analizar y utilizar eficazmente los datos sobre los clientes, las tendencias del mercado y las operaciones internas es un factor fundamental para tomar decisiones informadas, y de esta manera personalizar la experiencia del cliente (Mero et al., 2022).

Pérez (2024) y Moreno et al. (2022) señalan que las aplicaciones móviles y plataformas de compañías como Booking, Ryanair, Airbnb o Uber son algunas de las herramientas que han remodelado integralmente la forma en que los individuos conciben, planifican y disfrutan de sus experiencias de viaje, simplificando procesos logísticos, y creando una experiencia altamente personalizada, disminuyendo la necesidad de intermediarios tradicionales y brindando facilidades a los viajeros para gestionar sus propios itinerarios.

En el caso de Airbnb, plataforma líder de alojamiento peer to peer, su impacto no sólo se limita a la creación de empleo, sino que también ha democratizado el turismo al brindar opciones de hospedaje más accesibles para los visitantes (Saban y Rodríguez, 2022). Esta innovadora modalidad de alojamiento ha permitido a los viajeros disfrutar de experiencias auténticas e inmersivas en los destinos, al hospedarse en viviendas locales

en lugar de hoteles tradicionales. Además, Airbnb tiene efectos positivos en la sostenibilidad, al poner en valor recursos infrautilizados y fomentar un uso más eficiente de la infraestructura existente. No obstante, Aguado et al., (2021) señala que existe una gran parte de la literatura que se muestra crítica ante las actividades de esta plataforma, centrándose en los impactos negativos generados en la economía local, dado que su modelo de negocio supone disminución del empleo directo en el sector hotelero tradicional, y enfrenta desafíos como las regulaciones vigentes, aspectos tributarios, la competencia que podría considerarse desleal frente a la hotelería establecida, o la gestión y control de los flujos turísticos en las ciudades.

Por otra parte, la implementación de la realidad virtual y aumentada también ha cobrado relevancia en los últimos años como tecnología digital, configurando y enriqueciendo la percepción de entornos reales en los destinos turísticos al agregar contenidos virtuales como elementos reales, integrando información de cada atractivo y recurso, generando así un valor añadido a la experiencia del usuario (Sánchez et al., 2022). Una de las principales características de las aplicaciones de realidad aumentada es la accesibilidad, ya que la información se presenta en varios idiomas, lo que permite a los usuarios interactuar de mejor manera. Asimismo, su implementación reduce la necesidad de guías y folletos impresos, disminuyendo los costos excesivos que conlleva su producción. Entre las aplicaciones más comunes, como mencionan Expósito y Navarrete (2023), incluyen guías turísticas (Wikitude, con su solución Travel Guide, y Layar); mapas interactivos (Google Maps y CityGuideTour); recorridos virtuales (Arkikus); juegos interactivos (Alternate Reality Games); enfocadas en el sector hotelero.

Otro hito tecnológico se ve marcado por la inteligencia artificial y las redes sociales, ejerciendo una influencia en las decisiones de viaje mediante las opiniones y sugerencias de la comunidad en línea (National Geographic, 2023). Con ello, la intermediación tradicional ha disminuido, dando paso al consumo *online* en algunos casos y dejando de lado el consumo *offline*. Las aplicaciones basadas en inteligencia artificial implican el uso de los populares asistentes virtuales, como Siri, Alexa y Google Assistant (Sancho et al., 2024), los cuales pueden brindar recomendaciones personalizadas de destinos, hoteles y actividades turísticas en función de los intereses y preferencias del usuario. Además, estas herramientas permiten realizar reservas, consultar información detallada y obtener traducciones en tiempo real, facilitando la planificación y disfrute de los viajes.

En Ecuador, actualmente se impulsa el emprendimiento como una oportunidad para solventar problemas económicos y contrarrestar el desempleo, sin embargo, su crecimiento se ha visto obstaculizado en los últimos años debido a que el país ha experimentado una crisis económica prolongada, generando debilidades en el entorno empresarial (Useche et al, 2021). La inestabilidad política ha traído graves consecuencias, entre ellas, la disminución de la inversión extranjera, débil crecimiento en las empresas y la incertidumbre en los negocios; asimismo, la pandemia de COVID-19 también ha golpeado el mercado financiero, reduciendo los ingresos de las MIPYMES, afectando su

liquidez y forzando a algunas a cerrar definitivamente (Carvajal, 2023; y Baeza, 2023). El Ministerio de Economía y Finanzas (2025) señala que el crédito interno al sector privado en el Ecuador es de USD 46.070,42 millones, lo que demuestra un crecimiento del 7,79% respecto a enero de 2024, aun así, el poco conocimiento de los emprendedores sobre los requisitos y procesos para acceder a un crédito impide que se les otorgue en algunos casos (Rodríguez et al., 2024).

Por otra parte, Solís et al. (2022) y Fernand (2023) mencionan que muchos emprendimientos cuentan con una planificación deficiente, llevando a la ineficiencia operativa y consecutivamente a fracasar en el mercado, y perder sus recursos. El fracaso visible de estos emprendimientos produce un efecto disuasorio en potenciales nuevos emprendedores, quienes al observar estos resultados negativos pueden desanimarse de iniciar sus propios proyectos, lo que eventualmente limita dos motores fundamentales de cualquier economía: el crecimiento económico y la innovación.

En la provincia de Manabí, la carencia de creatividad en los emprendimientos, fundamentados principalmente en planes de negocios tradicionales, es una problemática evidente (Verduga, 2021). Y en vista de que los emprendimientos presentan un bajo nivel de innovación debido a la poca inversión en investigación y desarrollo (I+D), dificultan la visibilidad de los productos y servicios afectando su competitividad. Esto repercute también en la baja generación de empleos, ya que como se ve limitado el crecimiento, se reduce su capacidad para contratar nuevo personal y contribuir al aumento del empleo en la economía.

En las parroquias rurales Quiroga y Membrillo, objeto del estudio, ubicadas en el cantón Bolívar se evidencia el débil acceso a servicios de telecomunicaciones, lo que provoca una conectividad digital limitada, dificultando así la integración de los emprendedores de estas comunidades en la economía digital global. A su vez, el capital financiero limitado de los mismos restringe la implementación de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), impidiendo que estos negocios se modernicen y estén acorde a las tendencias del mercado; factores como la limitada adopción de herramientas digitales en cuanto a gestión de reservas y promoción de los servicios reduce la eficiencia operativa de estos emprendimientos, esto no solo complica los procesos internos, sino que también dificulta que los visitantes potenciales encuentren información actualizada y confiable sobre la oferta local. Y en vista de que los turistas, a menudo buscan comodidad y rapidez en sus interacciones con los proveedores de servicios, sus expectativas se ven afectadas negativamente, lo que impide que crezca la demanda, ya que sus decisiones de viaje se basan en la información y las reseñas que encuentran en internet; y estos emprendimientos turísticos sin una presencia digital pierden la oportunidad de atraer a un público más amplio, frenando así su potencial de crecimiento y desarrollo en un mercado turístico cada vez más competitivo y tecnológicamente avanzado.

Merino et al. (2022) señalan que los emprendimientos rurales tienen una poca participación de los entes gubernamentales por lo que se reducen las oportunidades de crecimiento y sostenibilidad. Esta falta de apoyo institucional agrava aún más la situación descrita en Quiroga y Membrillo, ya que los recursos financieros y técnicos que podrían facilitar la transformación digital de estos emprendimientos son escasos o inexistentes. Es por esto que los emprendedores locales continúan enfrentando barreras para acceder a capacitación, infraestructura tecnológica y financiamiento necesarios para su digitalización, perpetuando así el ciclo de exclusión de la economía digital y limitando su capacidad para atender las demandas de un mercado turístico cada vez más dependiente de las tecnologías de información.

En base a esta problemática, se ha planteado como objetivo principal "Evaluar las necesidades tecnológicas en los emprendimientos turísticos de las parroquias Quiroga y Membrillo del cantón Bolívar", con el fin de proponer posteriormente un plan de acción estratégico para el ámbito tecnológico de los emprendimientos, el cual busca dar solución a las necesidades identificadas, promoviendo el desarrollo de estos emprendimientos mediante el uso adecuado de las tecnologías, lo que permitirá mejorar su visibilidad en el mercado.

## **Metodología**

Se desarrolló una investigación de carácter mixto, con un enfoque exploratorio. El método empleado fue el analítico sintético. Se realizó un análisis de varias propuestas relacionadas al tema de estudio, tomando como referencia la metodología de Coronel y Aquino (2022), y Yanza et al. (2022). El proceso investigativo incluyó la revisión documental y bibliográfica en bases de datos académicas de alto impacto como Scopus, Web of Science, SciELO y Google Scholar. De este modo, en base a los criterios estudiados la metodología propuesta comprendió las siguientes tres fases: Fase 1. Análisis de la oferta y demanda turística, en donde se llevó a cabo una identificación y caracterización de los alojamientos y establecimientos de restauración disponibles, es decir, hoteles, hostales, restaurantes y cafeterías formales e informales, por ello se hizo uso del catastro de servicios turísticos del MINTUR y visitas de campo. Además, se determinó el perfil del visitante con la aplicación de 96 encuestas a los visitantes de Quiroga y Membrillo. La selección de este tamaño de muestra responde a la realidad turística de estas parroquias, que se encuentran en etapa inicial de consolidación, presentando un porcentaje de visitas muy bajo. Esta limitada demanda turística es consecuencia directa de una oferta escasa y poco diversificada, lo que justifica trabajar con un número reducido de encuestas que refleja fielmente el actual flujo de visitantes en la zona. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de muestreo aleatorio simple para proporciones, tal como se describe en López y Fachelli (2017) siguiendo un criterio estadístico y asumiendo una población infinita; mediante el paquete estadístico SPSS se realizó el análisis de los datos comenzando con un análisis factorial para discriminar variables, seguido de un análisis de conglomerados en forma de clúster. Se aplicó la siguiente ecuación:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 * p * q}{d^2}$$

Dónde:

**n** = tamaño de la muestra requerido

**Z $\alpha$ /2** = percentil de la distribución normal relacionado con el nivel de confianza seleccionado por el investigador (asumimos 1,96, para un 95% de confianza).

**p** = proporción estimada de la población. Note que para  $p = 0.5$  (50%) se obtiene el mayor tamaño de muestra.

**q** =  $1 - p$

**d** = margen de error o desviación del valor real estimado (10%).

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,1^2} = 96 \text{ encuestas}$$

Para diseñar y aplicar las encuestas se utilizó ArcGIS Survey123.

Para la Fase 2, evaluación tecnológica en los emprendimientos turísticos, se llevó a cabo un análisis del uso de TIC en los emprendimientos locales. Este proceso implicó la aplicación de 40 encuestas dirigidas a los emprendedores, de modo que permitió conocer acerca del uso de herramientas tecnológicas actualmente utilizadas para su servicio, o si éste era nulo. Paralelamente, a partir de aquello se realizó un diagnóstico de las necesidades tecnológicas presentadas. Y, para la Fase 3, propuesta de plan de acción, luego de haber analizado cuáles fueron las insuficiencias en el ámbito tecnológico de los emprendimientos, se estableció un plan de acción, orientado a potenciar las oportunidades de crecimiento y mejora mediante programas, proyectos, y acciones adaptadas al contexto local.

## Desarrollo de la investigación

### *Análisis de la oferta y demanda turística*

Las parroquias Quiroga y Membrillo presentan una situación particular en cuanto a su oferta turística: si bien el Catastro de Establecimientos Turísticos del Ministerio de Turismo de 2024 no registra establecimientos formales, el levantamiento de información mediante trabajo de campo evidenció la existencia de 40 establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento, alimentación y recreación. A continuación, se presentan los resultados:

**Tabla 1.** Oferta de servicios turísticos de Quiroga y Membrillo

Parroquias	Alojamiento	Restauración	Recreación
Quiroga	4	22	1
Membrillo	0	7	6

Fuente: elaboración propia en base a levantamiento de línea base en Quiroga y Membrillo

Los emprendimientos de Quiroga y Membrillo cuentan con infraestructura básica y limitada capacidad de servicios, caracterizándose por ofrecer alojamiento y restauración en viviendas propias y arrendadas, reducido número de establecimientos, capacidad mínima de personas, servicios básicos insuficientes y limitada diversificación en cuanto a lo que ofrecen; operan de manera intermitente principalmente en feriados y fines de semana, y carecen de señalización.

En Quiroga, la Represa La Esperanza funciona como el principal atractivo, con servicios básicos concentrados en algunas fincas ecológicas que ofrecen experiencias rurales como paseos, avistamiento de flora y fauna, pesca deportiva, kayak, degustación de gastronomía tradicional, entre otras.

Membrillo, por su parte, muestra un potencial turístico menos desarrollado, caracterizado por sus recursos naturales como cascadas y sitios de interés como las Cavernas de Camote y el Complejo La Mina. A pesar de contar con atractivos naturales, la infraestructura turística sigue siendo precaria, limitándose a restaurantes familiares y careciendo completamente de opciones de hospedaje establecidas. La investigación de García et al. (2016) ya evidenciaba las limitaciones en la zona, y en la actualidad, la situación mantiene características similares, lo que reafirma la urgente necesidad de inversión, planificación estratégica y desarrollo de servicios para potenciar los recursos naturales y culturales de la localidad.

### Perfil del visitante

Para determinar el perfil del visitante se aplicaron 96 encuestas a los visitantes de Quiroga y Membrillo. Esta muestra refleja el limitado desarrollo turístico de estas parroquias, donde la actividad turística aún no ha alcanzado niveles significativos que permitieran una muestra más amplia. A continuación, se presentan los resultados.

Tabla 2. Perfil del visitante

Indicador	Descripción
Edad	26 a 35 años
Cantón de residencia	Bolívar, Chone
Principal motivo de visita	Ocio y recreación
Actividad turística preferida	Turismo de naturaleza
Frecuencia de visita	Varias veces al año
Grupo de viaje	Familiares
Presupuesto por visita	\$20 - \$50 por persona y por día
Servicios que considera importantes	Restaurantes, información turística
Aspecto que no le ha gustado	Deficiente cobertura móvil
Grado de satisfacción de la oferta	Satisfecho

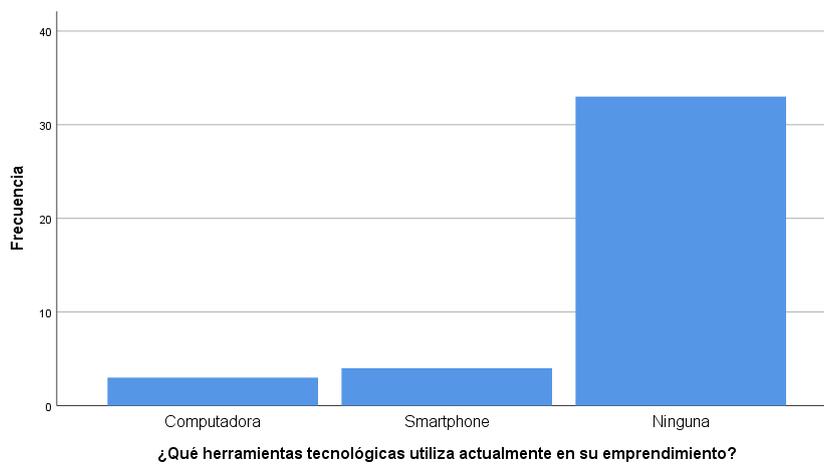
Fuente: elaboración propia, 2025.

El perfil del visitante de Quiroga y Membrillo, compuesto principalmente por adultos jóvenes entre 26 y 35 años residentes en los cantones de Bolívar y Chone se encuentra caracterizado por un interés en el agroturismo con un gasto promedio de \$20 a \$30, el perfil actual muestra una mayor capacidad económica, con un presupuesto diario que oscila entre \$20 y \$50 por persona. Los viajeros continúan motivados por el turismo de naturaleza, realizando viajes en grupos familiares y con múltiples visitas a la zona. Sus

expectativas se centran en servicios de restauración, información turística y experiencias en atractivos naturales como la Represa La Esperanza, manteniendo un interés constante por recorridos y guianza. No obstante, persisten limitaciones como la deficiente cobertura móvil, que no impide una percepción generalmente satisfactoria de la oferta turística local.

### *Evaluación tecnológica en los emprendimientos turísticos*

Para evaluar el uso de TIC se aplicaron encuestas a los 40 emprendimientos locales formales e informales de Quiroga y Membrillo, con el fin de conocer sus necesidades tecnológicas; a continuación, se presentan los resultados.



*Figura 1.* Herramientas tecnológicas utilizadas. Fuente: elaboración propia a partir de línea base

Los resultados demuestran que un 82.5% de los emprendimientos no utilizan herramientas tecnológicas, mientras que un 7,5% emplea computadoras y un 10% smartphones, siendo estos últimos una posible puerta de entrada a la digitalización por su accesibilidad. Este panorama evidencia la necesidad de implementar programas de capacitación y acceso a tecnología, ya que su adopción puede mejorar la productividad, eficiencia y alcance comercial de los negocios, fomentando su crecimiento y sostenibilidad.

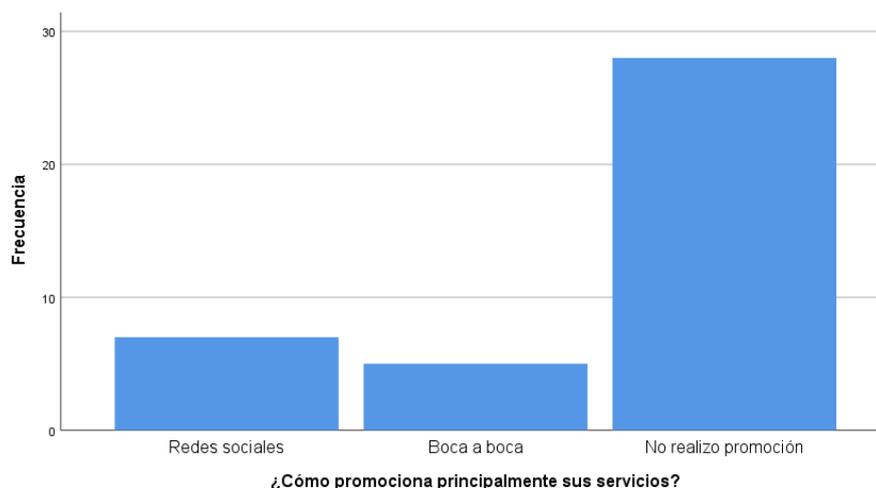


Figura 2. Promoción de servicios. Fuente: elaboración propia en base a línea base

La mayoría de los emprendimientos (70%) no realizan ningún tipo de promoción para sus servicios, lo que representa una proporción significativa. En menor medida, las redes sociales son utilizadas como herramienta de promoción por un 17.5% de los participantes, mientras que el marketing boca a boca es empleado por un 12.5%. La ausencia de herramientas tecnológicas se correlaciona directamente con la falta de estrategias de promoción, generando un círculo de estancamiento.

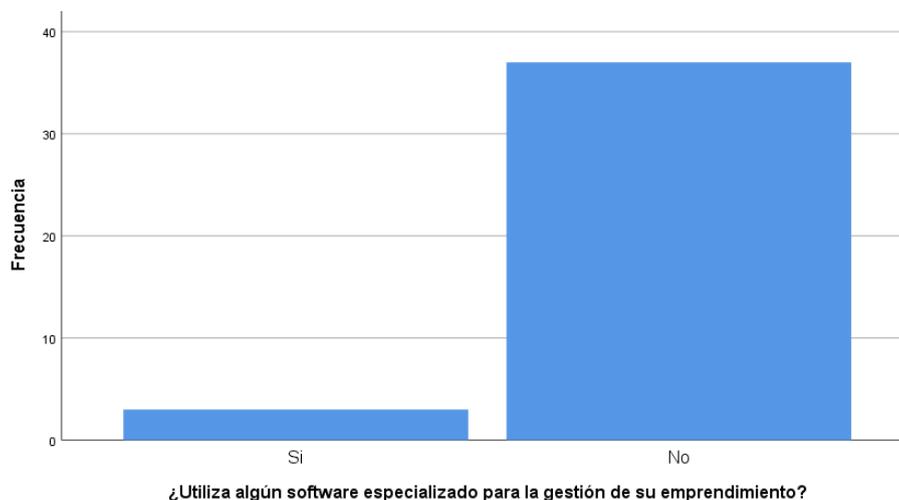


Figura 3. Software utilizado en la gestión. Fuente: elaboración propia en base a línea base

Un 92.5% (37 de 40 emprendimientos) no utiliza ningún software especializado para la gestión de su negocio, y solo un 7.5% (3 emprendimientos) ha incorporado herramientas digitales de gestión. Lo que revela un bajo nivel de adopción de soluciones para la administración empresarial, lo que podría sugerir una oportunidad para capacitación y sensibilización sobre las ventajas de implementar software de gestión que podría optimizar procesos, mejorar la eficiencia y facilitar el seguimiento de aspectos administrativos y operativos en los emprendimientos.

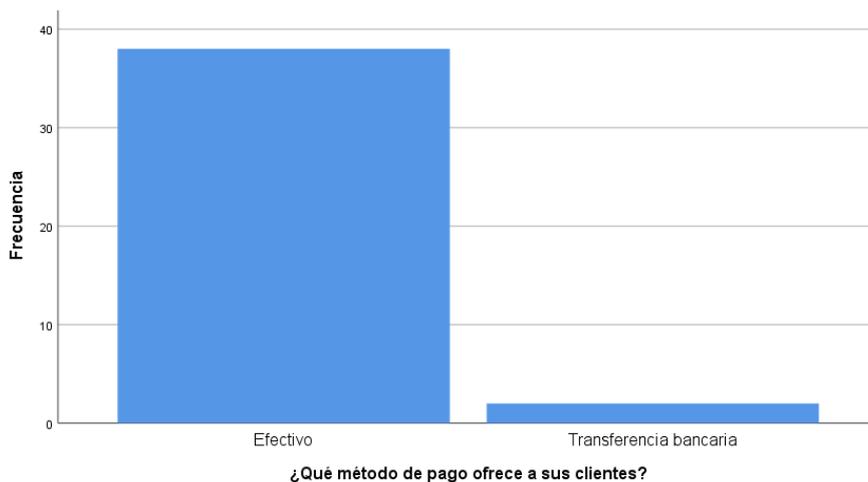


Figura 4. Método de pago. Fuente: elaboración propia en base a línea base

Se evidencia una marcada preferencia por el método de pago en efectivo, con un 95% de los encuestados utilizando esta modalidad tradicional, mientras que solo un 5% ofrece la opción de transferencia bancaria. Esto indica una fuerte inclinación hacia medios de pago convencionales, que podría estar relacionada con limitaciones en la conectividad ya que se encuentran en zonas rurales.

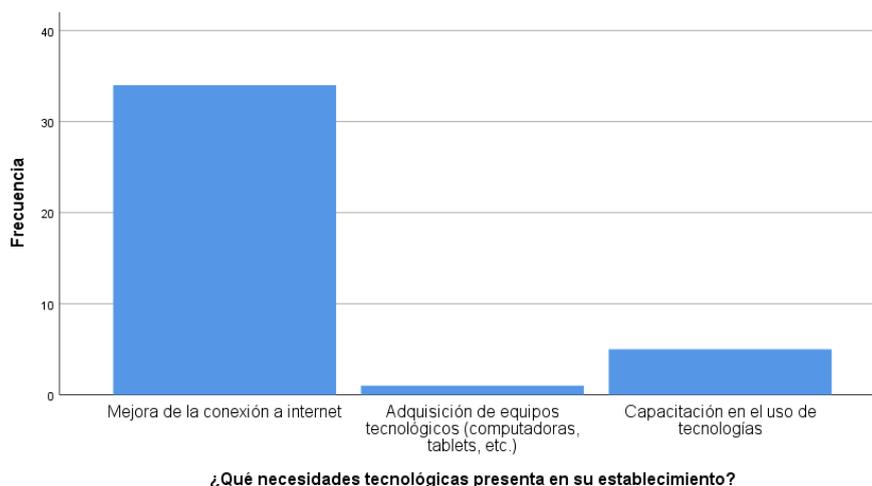


Figura 5. Necesidades tecnológicas. Fuente: elaboración propia en base a línea base

La principal necesidad tecnológica de los emprendimientos es la mejora de la conexión a internet, con un 85% de los participantes señalando esta carencia. Complementariamente, un 12.5% indica requerir capacitación en el uso de tecnologías, mientras que sólo un 2.5% menciona la necesidad de adquirir equipos tecnológicos como computadoras o tablets. Esto refleja la preocupación existente por la infraestructura de conectividad digital, ya que los emprendedores perciben limitaciones en su acceso y calidad de internet como un obstáculo para su desarrollo tecnológico.

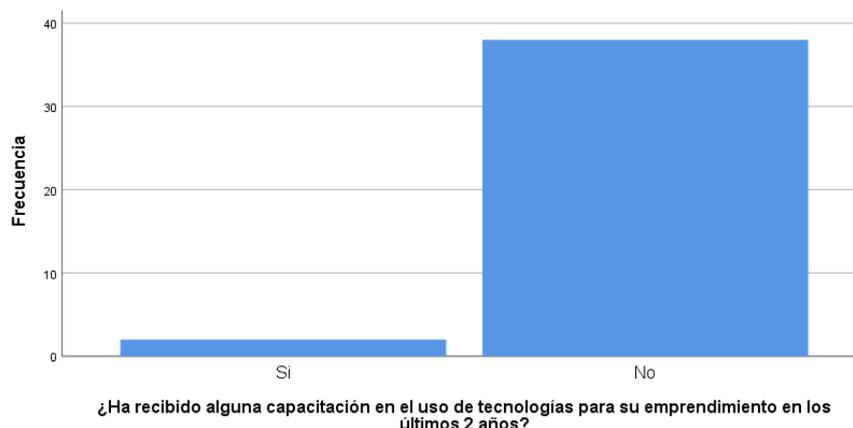


Figura 6. Capacitación en los últimos 2 años. Fuente: elaboración propia en base a línea base

En cuanto a los datos de capacitación, un 95% no ha recibido ninguna capacitación tecnológica en los últimos dos años, y únicamente un 5% ha logrado acceder a algún tipo de formación digital, lo que evidencia la necesidad de programas de capacitación que les permitan adaptarse a las demandas tecnológicas actuales y mejorar la competitividad de sus negocios mediante el aprovechamiento de herramientas y conocimientos digitales.

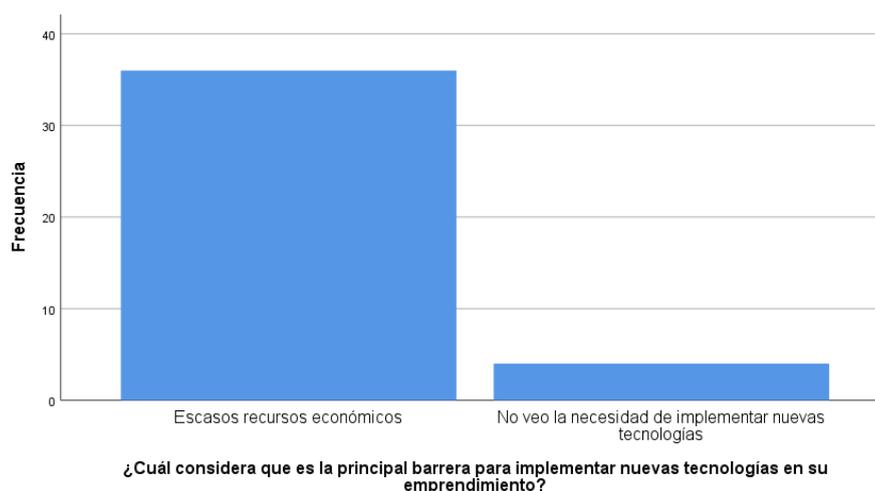


Figura 7. Barreras que impiden el uso de TIC. Fuente: elaboración propia en base a línea base

Un 90% de los emprendimientos señala los escasos recursos económicos como el principal obstáculo para la adopción de nuevas tecnologías, mientras que un 10% manifiesta que directamente no ve la necesidad de implementar nuevas tecnologías. Esto evidencia un panorama complejo donde la limitación económica se combina con una aparente falta de comprensión sobre el potencial valor agregado de la tecnología para el desarrollo empresarial.

De esta manera, se procede a realizar un diagnóstico del estado actual de adopción tecnológica en base a los resultados de las encuestas aplicadas.

**Tabla 3.** Diagnóstico de las necesidades

<b>Dimensión</b>	<b>Hallazgos</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Implicación</b>
<b>Infraestructura tecnológica</b>	No uso de herramientas tecnológicas	82.5%	Brecha digital
<b>Equipamiento</b>	Uso de smartphone	10%	Limitada conectividad
<b>Conectividad</b>	Necesidad de mejora de internet	85%	Desconexión tecnológica
<b>Gestión empresarial</b>	Sin software de gestión	92.5%	Ineficiencia administrativa
<b>Métodos de pago</b>	Uso casi exclusivo de efectivo	95%	Limitación financiera
<b>Promoción</b>	Sin estrategias de promoción	70%	Baja visibilidad
<b>Capacitación tecnológica</b>	Sin formación en 2 años	95%	Estancamiento tecnológico
<b>Barrera principal</b>	Recursos económicos limitados	90%	Obstáculo para la innovación

Fuente: elaboración propia, 2025.

Los emprendimientos de Quiroga y Membrillo enfrentan una serie de limitaciones en cuanto al uso de TIC, demostrando una brecha digital significativa donde la mayoría no utilizan herramientas tecnológicas avanzadas ni utilizan estrategias de promoción. Esta situación, según Salgado (2023) podría estar vinculada al limitado desarrollo de proyectos, programas y capacitaciones dirigidos a los emprendedores, lo que impide que los actores locales adquieran las habilidades y conocimientos necesarios para incorporar tecnologías en sus negocios.

#### *Propuesta de plan de acción*

Después de haber analizado los resultados obtenidos, se estableció un plan de acción orientado a mejorar las falencias presentadas dentro de los emprendimientos en Quiroga y Membrillo. El plan se muestra a continuación:

**Tabla 4.** Plan de acción

<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Programa</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Fomentar el desarrollo de capacidades tecnológicas mediante estrategias de formación y talleres prácticos.</b>	Programa de formación “Aprende y emprende”	Taller de herramientas digitales	Diseñar talleres enfocados en la administración de negocios, marketing digital y estrategias de ventas. Invitar a expertos locales o voluntarios para liderar sesiones prácticas. Elaborar material didáctico básico accesible.	Técnicos de TIC del gobierno local de turno Voluntarios con conocimientos en tecnología.	3 meses
<b>Incorporar tecnologías digitales en los emprendimientos locales para fortalecer la promoción y comercialización.</b>	Programa de alfabetización digital	Capacitación en TIC para pequeños emprendedores	Organizar sesiones introductorias al uso de herramientas digitales gratuitas (Google Workspace, redes sociales). Promover la alfabetización digital para mejorar la promoción.	Especialistas en TIC designados por el gobierno local de turno	1 mes
<b>Promover el uso creativo y estratégico de herramientas digitales para mejorar la competitividad local.</b>	Mejora de habilidades para resaltar la presencia en línea de los establecimientos	Formación en manejo de redes sociales y comercio digital	Diseñar estrategias para la creación de contenido atractivo. Ofrecer ejemplos prácticos utilizando productos o servicios locales. Crear páginas de redes sociales que promocionen los servicios	Gobierno local de turno. Especialistas en comunicación	2 meses

Fuente: elaboración propia, 2025.

Este plan de acción se centra en la implementación estratégica de soluciones integrales, que mediante su aplicación contribuyen a la creación de un panorama de innovación tecnológica que no solo subsane las deficiencias detectadas, sino que también empodere a los emprendedores locales, dotándolos de herramientas digitales que impulsen su competitividad, eficiencia y capacidad de adaptación en un entorno empresarial cada vez más digitalizado. Y que, a su vez, servirá de base para los organismos de turno para generar acciones que motiven a los emprendimientos locales formales e informales en el uso de nuevas tecnologías.

## Conclusiones

En base a los resultados obtenidos en la investigación realizada en las parroquias Quiroga y Membrillo del cantón Bolívar, se pudo cumplir con el objetivo principal de evaluar las necesidades tecnológicas en los emprendimientos turísticos de estas localidades, llegando a las siguientes conclusiones:

Los emprendimientos turísticos de Quiroga y Membrillo presentan una oferta limitada y poco diversificada, con una infraestructura básica y baja capacidad de servicios. Los resultados mostraron que existen 40 establecimientos informales distribuidos entre ambas parroquias (27 en Quiroga y 13 en Membrillo), pero ninguno registrado formalmente en el catastro de servicios del MINTUR.

Por otra parte, el análisis del perfil del visitante reveló que los turistas, en su mayoría adultos jóvenes entre 26 y 35 años provenientes de cantones cercanos como Bolívar y Chone, buscan principalmente experiencias de turismo de naturaleza y visitan las parroquias varias veces al año en compañía de familiares. Sin embargo, estos visitantes expresaron su insatisfacción por la deficiente cobertura móvil, lo que evidencia la importancia de mejorar la conectividad digital en la zona como factor clave para el desarrollo turístico.

La evaluación tecnológica demostró que existe un preocupante rezago digital en los emprendimientos locales. El 82.5% no utiliza ninguna herramienta tecnológica, el 92.5% carece de software especializado para la gestión de sus negocios, el 70% no implementa estrategias de promoción y el 95% únicamente acepta pagos en efectivo. Estos datos confirman la brecha digital que enfrentan estos emprendimientos, limitando seriamente su competitividad y alcance en el mercado turístico actual.

Las principales barreras identificadas para la implementación de tecnologías fueron los escasos recursos económicos, la deficiente conectividad a internet y la falta de capacitación. Estos factores están interrelacionados y crean un círculo vicioso que impide la modernización de los emprendimientos.

La propuesta de un plan de acción estratégico para el ámbito tecnológico, estructurado en programas de formación, alfabetización digital y mejora de habilidades

en línea, representa una solución viable para atender las necesidades identificadas. Este plan contempla acciones específicas como talleres de herramientas digitales, capacitación en TIC y formación en manejo de redes sociales y comercio digital, que podrían ser implementadas con el apoyo de gobiernos locales, especialistas en TIC y voluntarios con conocimientos tecnológicos. Es importante destacar que la ejecución de este plan de acción no solo contribuiría a la modernización tecnológica de los emprendimientos turísticos, sino que también tendría un impacto positivo en el desarrollo económico local, la generación de empleo y la conservación sostenible de los recursos naturales y culturales de las parroquias Quiroga y Membrillo.

Con la propuesta de estas soluciones adaptadas a sus necesidades específicas es fundamental que exista un compromiso por parte de las instituciones públicas y privadas para implementarlas y dar seguimiento a sus resultados, garantizando así un impacto real y sostenible en el desarrollo turístico de estas comunidades rurales.

## Referencias

- Aguado, I., Echebarria, C., y Barrutia, J. M. (2021). Airbnb: ¿economía colaborativa o nuevo modelo de negocio? Evidencia empírica reciente desde una ciudad de tamaño medio como Bilbao. *Investigaciones Geográficas*, (76), 97-118. <https://doi.org/10.14198/INGEO.18910>
- Argüello, C., Barba, D., Andrade, C., y Esparza, F. (2021). Tecnología empresarial para las pymes, estrategia de competitividad en época de pandemia. *Investigación y Negocios*, 14(24), 110-127. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2521-27372021000200110](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372021000200110)
- Baeza, J. (18 de abril de 2023). Factores para la inestabilidad política en Ecuador. *El Telégrafo*. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/articulist/15/factores-para-la-inestabilidad-politica-en-ecuador>
- Benavides, E., Castro, C., y Brand, M. (2023). El emprendimiento de base tecnológica y su punto de encuentro con la convergencia tecnocientífica: una revisión a partir del algoritmo Tree of Science. *Revista CEA*, 9(19). <https://doi.org/10.22430/24223182.2153>
- Carvajal, C. (2023). El impacto de la pandemia del COVID 19 en el emprendimiento ecuatoriano y sus consecuencias económicas y sociales. *Gestión Joven. Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*, 24(3), 50-59. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9078383>
- Coronel Acuña, N., y Aquino Medina, P. A. (2022). Características de la integración de las TIC en la gestión administrativa de las medianas empresas comerciales de la ciudad de Pilar, año 2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 1066-1083. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i6.3603](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3603)
- Expósito, M., y Navarrete, L. (2023). La Realidad Aumentada como herramienta turística. Caso de estudio de la aplicación CulturAR de Priego de Córdoba. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 111-126. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.24490>
- Fernand, P. (2023). El emprendimiento y su aporte a la economía ecuatoriana. *Revista Investigación y Negocios*, 16(27), 25-40. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372023000100025&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372023000100025&script=sci_arttext)

- García, N., Carreño, A. y Doumet, N. (2016). Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de abril (Ecuador). *ECA Sinergia*, 7(2), 26–39. [https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v7i2.334](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v7i2.334)
- Jati Morales, L., Salazar Freire, J., y Ballesteros López, L., (2022). El marketing digital de los negocios y emprendimientos turísticos en Ecuador una revisión del estado del arte. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(4-1), 596-605. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1205>
- Jiménez, L. (2023). El uso de las nuevas tecnologías en los emprendimientos como consecuencia de pandemia dentro de las pymes. *Revista Cubana de Contabilidad y Finanzas COFIN HABANA*, 17(2). <https://revistas.uh.cu/cofinhab/article/view/8417>
- López, P. y Fachelli, S. (2017). El diseño de la muestra. En P. López y S. Fachelli (Eds.), *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. (1ª ed.). Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/record/185163>
- Márquez, I., Alonso, F., Rodríguez, T., y Velastegui, L. (2022). Propuesta de un plan de negocios para un emprendimiento de servicios cicloturísticos en Artemisa. *Explorador Digital*, 6(3.1), 152-172. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.1.2301>
- Merino, J. L., Mora, J., y Benítez, J. (2022). Emprendimiento de Comunidades Rurales y Desarrollo Local. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 57–80. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2560>
- Mero, C., Chávez, R., y Muñiz, J. (2022). Uso de Herramientas Tecnológicas en el Desarrollo de las Pequeñas y Medianas Empresas en Manabí. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 330–345. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2574>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2025). *Pulso Financiero Ecuador* (Nro. 20 - Enero 2025). [https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/03/20\\_pulso\\_financiero\\_corte-ene25\\_.pdf](https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/03/20_pulso_financiero_corte-ene25_.pdf)
- Moreno, L., Más Ferrando, A., Suárez, M., y Ramón, A. (2022). Reinención del turismo en clave de inteligencia artificial. Buscando un modelo sostenible y competitivo para el siglo XXI. Apuntes Fundación de Estudios de Economía Aplicada. Grupo de Investigación Economía de la Innovación y de la Inteligencia Artificial (ECO-IA, Universidad de Alicante). <https://documentos.fedea.net/#documento/ap2022-19>
- National Geographic. (20 de noviembre de 2023). *El futuro del turismo está en la inteligencia artificial*. [https://www.nationalgeographic.com.es/medio-ambiente/futuro-turismo-esta-inteligencia-artificial\\_21061](https://www.nationalgeographic.com.es/medio-ambiente/futuro-turismo-esta-inteligencia-artificial_21061)
- Pérez, O. (2024). Aplicaciones tecnológicas y recursos turísticos. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(2), 1792-1804. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i2.10616](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10616)
- Rodríguez, A., y Prieto, M. (2022). Análisis de estrategias TIC del sector turístico en el departamento del Meta (Colombia) tras la contingencia de la COVID-19. *Economía & Negocios*, 4(1), 17–28. <https://doi.org/10.33326/27086062.2022.1.1348>
- Rodríguez, E. A., Chauca Paredes, V. D., y Cruz Parra, J. F. (2024). Efectos del financiamiento de las cooperativas en los ingresos de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo. Periodo 2022. *Esprint Investigación*, 3(3), 29–42. <https://doi.org/10.61347/ei.v3i3.79>
- Saban, L., y Rodriguez, C. (2022). El fenómeno Airbnb bajo la lupa: Estudios académicos desde América Latina. *Tlalli. Revista de Investigación en Geografía*, (7), 67-90. <https://doi.org/10.22201/ffyl.26832275e.2022.7.1737>

- Salgado, J. (2023). El emprendimiento en el Ecuador. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(2), 4609–4634. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.923>
- Sánchez, T., Jiménez, B., y Velastegui, L. (2022). Realidad aumentada en el sector turístico cubano. *Explorador Digital*, 6(3.1), 173-190. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.1.2302>
- Sancho, J., Herrera, S., Crespo, X., y Cadena Echeverría, G. N. (2024). Uso de la Inteligencia Artificial en la Organización y Planificación de los Viajes Quito-Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 228-243. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i1.9411](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9411)
- Solís, Y., Pluas, A., y Pihuave, J. (2022). Gestión de emprendimiento como alternativa de desarrollo local sostenible en las asociaciones. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 448–461. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2582>
- Useche, M., Pereira, M., y Barragán, C. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), 271-286. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05>
- Verduga, A. (2021). Plan de negocios para emprendimientos que dinamizan el desarrollo local. Caso: de cacao en Manabí, Ecuador. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa*, 4(8), 2-15. <https://doi.org/10.46296/rc.v4i8.0028>
- Yanza Chávez, W. G., Telenchano Toalombo, G. Y., y Sandoval Escobar, K. E. (2022). Los emprendimientos productivos: Las Tic como una herramienta de apoyo indispensable para su promoción y difusión. *Revista Imaginario Social*, 5(2). <https://www.revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/81>