



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898476*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>

Año: XI Número: Edición Especial. Artículo no.: 125 Período: Diciembre, 2023

TÍTULO: El impacto de las estrategias de mercadotecnia en la viabilidad económica de los emprendimientos turísticos en la Comuna San Jacinto del Pindo.

AUTORES:

1. Máster. Nancy Deidamia Silva Álvarez.
2. Máster. Galo Renato Navas Espín.
3. Máster. Lenin Santiago Racines Silva
4. Arq. Juan Carlos Morales Fiallos.

RESUMEN: El presente trabajo destaca la importancia de las estrategias de comercialización en los emprendimientos turísticos y su impacto en la sostenibilidad económica. Se llevó a cabo una investigación en la comuna San Jacinto del Pindo, utilizando métodos cuantitativos como encuestas y la observación. Los resultados revelaron que muchos emprendimientos carecen de información sobre su rentabilidad y tienen poca comprensión de las estrategias de comercialización. Se destaca la necesidad de capacitación en este campo. Los emprendimientos turísticos en la Comuna San Jacinto del Pindo enfrentan desafíos en términos de rentabilidad y competencia, debido a la falta de innovación en sus métodos de promoción. Es esencial abordar estos problemas para asegurar su sostenibilidad económica y desarrollo sostenible.

PALABRAS CLAVES: servicios rentables, emprendimientos turísticos, sostenibilidad económica, desarrollo sostenible, rentabilidad.

TITLE: The impact of marketing strategies on the economic viability of tourism enterprises in the San Jacinto del Pindo Commune.

AUTHORS:

1. Master. Nancy Deidamia Silva Álvarez.
2. Master. Galo Renato Navas Espín.
3. Master. Lenin Santiago Racines Silva
4. Arch. Juan Carlos Morales Fiallos.

ABSTRACT: This work highlights the importance of marketing strategies in tourism ventures and their impact on economic sustainability. An investigation was carried out in the San Jacinto del Pindo commune, using quantitative methods such as surveys and observation. The results revealed that many ventures lack information about their profitability and have little understanding of marketing strategies. The need for training in this field is highlighted. Tourism ventures in the San Jacinto del Pindo Commune face challenges in terms of profitability and competition, due to the lack of innovation in their promotion methods. It is essential to address these problems to ensure their economic sustainability and sustainable development.

KEY WORDS: profitable services, tourism ventures, economic sustainability, sustainable development, profitability.

INTRODUCCIÓN.

El turismo en los últimos años se ha convertido en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento en el mundo y constante evolución, el cual según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha crecido un 6% en viajes internacionales en todo el mundo; asimismo, esta industria es responsable de generar millones de empleos a nivel mundial. El turismo es una actividad más consiente e integrador y con posibilidades de generar beneficios económicos, sociales, ambientales

principalmente en el nivel local, donde se puede dar a conocer los atractivos culturales y naturales que poseen cada sitio.

El turismo comunitario es una de las alternativas económicas de las comunidades para generar ingresos, revalorizando los recursos naturales y la identidad cultural, donde el turista puede adquirir experiencias, conocimientos únicos, con la participación directa de la población. El desarrollo del turismo comunitario permite a los habitantes convertirse en guías turísticos y prestar servicios a los visitantes que reciben. Ofrece la oportunidad de jugar un papel importante en la generación de intercambio de bienes y servicios; para ello, es importante que la comunidad cumpla con los requisitos legales y los lineamientos de cuidado con la naturaleza para ser considerada un centro de turismo comunitario y para así ofrecer al turista una actividad segura (Mendoza et al., 2009).

Se considera turismo rural a una de las formas sostenibles del turismo, ya que el atraer a un número reducido de turista no requiere grandes inversiones en materia e infraestructura, y por ende, no provoca el gran impacto en el destino, misma que se centra en la cultura local que debe ser preservada, asimismo, posee fuertes vínculos con las cuestiones éticas y con la preservación de los recursos naturales; es decir, que aprovechar de manera equilibrada o sostenible los elementos de la naturaleza se traduce en una de las implicaciones más trascendentes en tales sitios, debido a que esos elementos son susceptibles de convertirse en rentables y de generar valor por medio de su utilización como espacio turístico, recreativo y de ocio (Niño-Gutiérrez et al., 2015).

El Ecuador es considerado el país más diverso del mundo y con mayor cantidad de flora y fauna por kilómetro cuadrado, cuenta con las nacionalidades y pueblos que habitan en el mismo, lo que ha motivado que la marca turística del país tome cada vez mayor fuerza; además, el turismo constituye uno de los rubros de generación de divisas más significativos al punto de constituirse en un sector estratégico para el desarrollo nacional, al punto de ser la tercera actividad en importancia económica, favorecido por su amplia biodiversidad y riqueza cultural (Espín, et al., 2017).

Es importante indicar, que la creación de servicios turísticos ha aumentado a lo largo de los siglos, razón por la cual la preferencia por actividades relacionadas con el ecoturismo, turismo vivencial y agroturismo han aumentado vertiginosamente, a causa de la constante preocupación por la protección del medio ambiente, enfatizándose en participar en actividades que involucren el cuidado del entorno natural bajo una gestión sostenible (González et al., 2016).

En la última década es común en el Ecuador utilizar el término sostenible, asociado al uso responsable y consciente de los recursos (naturales, patrimoniales, socio-culturales) que posee determinado lugar; el uso responsable y consciente debe generar beneficios económicos, ambientales y socio-culturales a las ciudades, comunidades o sitios que aplican un modelo de desarrollo sostenible (Alcívar & Bravo 2017).

Se define a la sostenibilidad como el desarrollo económico que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Para los negocios, esto incluye elementos de responsabilidad social y ciudadanía corporativa junto con administración mejorada de los impactos corporativos sociales y ambientales; asimismo, la Organización Mundial de Turismo se propuso en su día establecer una definición válida del concepto de turismo sostenible: "El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica, y los sistemas que sostienen la vida" (Epstein, 2009).

Las estrategias de comercialización o marketing suelen dividirse en 4 tipos. Las relativas al producto, las que afectan al precio, las estrategias de distribución, y las de comunicación; es lo que se conoce

como las 4 p del marketing empresarial, ya que son los pilares básicos que debemos trabajar (Vázquez, 2015).

Una estrategia no se ejecuta en una sola decisión o acción, aunque pueda haber acciones determinantes. Tiene más que ver con múltiples decisiones sincrónicas de gente que no puede estar todo el día reunido; esta forma de vivir la estrategia es la que hace aflorar oportunidades imaginadas y la que transforma las organizaciones; esta aproximación a la estrategia tiene tanto que ver con la planificación como con la innovación (Marcet, 2018).

En la investigación realizada por Mendes Thomaz et al., (2013), cuyo tema es “Innovación en la Promoción Turística en Medios y Redes Sociales”, manifiesta que la innovación en la promoción turística necesita estar siempre adaptada y adecuada a los constantes cambios y avances tecnológicos para que las diversas ventajas existentes en los recursos de la tecnología puedan ser aprovechadas en su totalidad.

Gutiérrez & Ledesma (2016), en el estudio “Plan de Marketing Turístico del Cantón Cuenca”, explica que un plan de marketing constituye en crear un plan de medios de promoción turística, para que funcione como una herramienta de apoyo para la potencialización de la ciudad como destino turístico a nivel nacional e internacional.

Conforme a la investigación realizada por el autor Morales & Ruben (2014), “Diseño de un Plan de Promoción Turística para el Museo Casa León Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena”, menciona que un plan de promoción turística es establecer estrategias promocionales, afianzando su desarrollo y comercialización, con el fin de mejorar su desarrollo en el ámbito turístico y permitiendo aumentar la afluencia de turistas, conocer los gustos, preferencias y proyecciones sobre el turismo cultural, además de las preferencias en cuanto a los medios de comunicación y promoción a la hora de elegir un destino.

La investigación de Vargas de la Cruz., (2022) con el tema “El marketing digital y el emprendimiento turístico en la parroquia de Huambalo” indica que los emprendimientos son ejes fundamentales de desarrollo social y económico de un destino, que desea satisfacer la necesidades y expectativas de los turistas (consumidores), basándose en la innovación constante de sus productos y servicios. El resultado de esta investigación demostró que el uso de marketing digital en los emprendimientos turísticos es fundamental para su promoción y comercialización en el mercado con las nuevas herramientas tecnológicas.

La región amazónica es privilegiada por mantener intacta gran parte de sus recursos naturales. La provincia de Pastaza está comprometida con el desarrollo del turismo sustentable a través de la creación de productos turísticos que trabajen por la conservación de la cultura y preservación de la biodiversidad.

La comuna San Jacinto del Pindo está conformada por 38 comunidades indígenas ubicadas en el cantón Pastaza y cantón Mera. La comuna se encuentra en la parte alta de la cuenca hidrográfica del río Pastaza, y presenta una temperatura media anual que varía entre 17,9° a 22,6 °C. y una pluviosidad entre los 1.251 mm a 4.746 mm, que corresponde a la formación vegetal bosque siempre verde montano bajo. La población de la comuna corresponde en un 93% a la nacionalidad kichwa, 6% shuar y 1% achuar.

En la comuna San Jacinto se desarrollan emprendimientos turísticos, de los cuales 18 son motivo de esta investigación; estos brindan diferentes servicios y atractivos turísticos que al momento no todos son muy conocidos, por lo que la afluencia de turistas tanto local, nacional e internacional es baja; es decir, existe desconocimiento de los atractivos turísticos de estos emprendimientos, lo que conlleva a un escaso ingreso de visitantes y turistas; por ende, los servicios y atractivos turísticos no tienen mucha demanda, lo que ocasiona que los prestadores de estos emprendimientos no han mejorado su nivel socio-económico y es difícil mantener sostenibilidad económica. Su posicionamiento en los

diferentes mercados depende mucho de la ayuda que las instituciones públicas les brinden, ya que como comuna no cuentan con la capacidad técnica ni económica para promocionar a sus emprendimientos en el mercado turístico; además existe como debilidad el bajo nivel organizativo, así como también la infraestructura y equipamiento es básico.

El turismo a nivel mundial ha ido creciendo con gran fuerza hasta llegar a convertirse en una de las principales fuentes de trabajo e ingresos para los países que lo desarrollan; en la provincia de Pastaza se ha comenzado a trabajar en el desarrollo de iniciativas turísticas no convencionales que motiven el desarrollo turístico en función de la potencialidad turística, conforme los recursos escénicos, naturales, culturales y recreativos.

Con lo anteriormente mencionado, la presente investigación tiene como objetivo analizar el impacto de las estrategias de comercialización en la sostenibilidad económica de los emprendimientos turísticos de la Comuna San Jacinto, considerando que las estrategias de comercialización son importantes y necesarias ante la globalización, competitividad, exigencias y expectativas del mercado, con la finalidad de asegurar una mejor participación e incremento de ingresos, rentabilidad, y lograr una sostenibilidad financiera como elemento clave; para estos emprendimientos turísticos comunitarios las estrategias de comercialización son el pilar fundamental en la promoción, comunicación, mejorando las relaciones públicas, el liderazgo y la promoción con las ideas que resulten más atractivas para el público objetivo.

DESARROLLO.

Materiales y métodos.

Teniendo en cuenta las características de la investigación, se planteó una investigación de tipo cuali-cuantitativa que estaría acorde con la problemática a investigar; por lo que el trabajo de campo permitió un acercamiento directo con los 18 emprendimientos de la comuna San Jacinto del Pindo. La

encuesta permitió recolectar los datos relevantes y esclarecedores, a través de indicadores numéricos sobre el impacto de las estrategias de comercialización en la sostenibilidad económica.

El tipo de investigación aplicado es no experimental-transversal y exploratoria, observando el fenómeno de manera determinada en el tiempo; en nuestro caso, al momento de la aplicación de la encuesta a los emprendimientos turísticos de la comuna San Jacinto del Pindo en cada una de las comunidades.

En referencia al método del nivel teórico del conocimiento, se aplicó el analítico-sintético, inductivo-deductivo, así como el histórico-lógico. En cuanto al nivel empírico del conocimiento, se realizó mediante la técnica de la encuesta a través de un cuestionario elaborado para conocer el impacto de las estrategias de comercialización en la sostenibilidad económica de los emprendimientos turísticos de la comuna San Jacinto del Pindo.

El cuestionario contó con 15 preguntas divididas en criterios como género de la población, que comprende el emprendimiento, nivel de estudios, tiempo de funcionamiento, condición de la infraestructura, accesibilidad, tipos de atractivos y servicios, procedencia de los turistas, ingresos, rentabilidad y conocimientos sobre estrategias de comercialización y promoción.

Para el desarrollo de la investigación, la información se obtuvo visitando directamente los 18 emprendimientos en las comunidades de Vencedores, Cotococha, San Pedro, Nuevo Mundo, Amazanga, San Jacinto, Chorreras, Campo Alegre, Puyupungo, Santa Ana y Paz Yaku, quienes a través de sus representantes, supieron proporcionarnos los diferentes datos de interés.

En cuanto a la muestra, se aplicó la encuesta a los 18 representantes de los emprendimientos turísticos de la Comuna San Jacinto del Pindo ubicados en las diferentes comunidades que son parte de la Comuna San Jacinto del Pindo, realizado mediante un trabajo de campo minucioso, para luego realizar la interpretación del método cuantitativo y una apreciación cualitativa en función de los resultados

obtenidos para conocer el impacto de las estrategias de comercialización en la sostenibilidad económica de los emprendimientos turísticos de la Comuna San Jacinto.

Resultados.

Se elaboró un cuestionario compuesto por 15 preguntas, mismo que se dirigió a los representantes de los 18 emprendimientos turísticos de la Comuna San Jacinto, obteniendo resultados esperados, pero que era necesario conocerlos con certeza. Una vez aplicada la encuesta, los resultados son los siguientes:

Pregunta 1. Género de la población que conforma el emprendimiento.

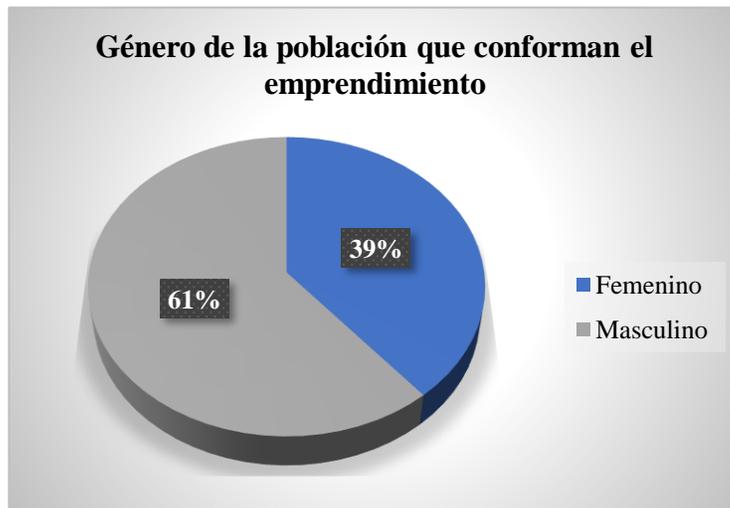


Figura 1. Género de la población. Fuente. Nancy Silva 2023.

Al consultar sobre el género de la población, que conforma el emprendimiento, existe el 61% de género masculino y femenino el 39% del total del 100%.

Pregunta 2: Nivel de estudios del representante del emprendimiento.

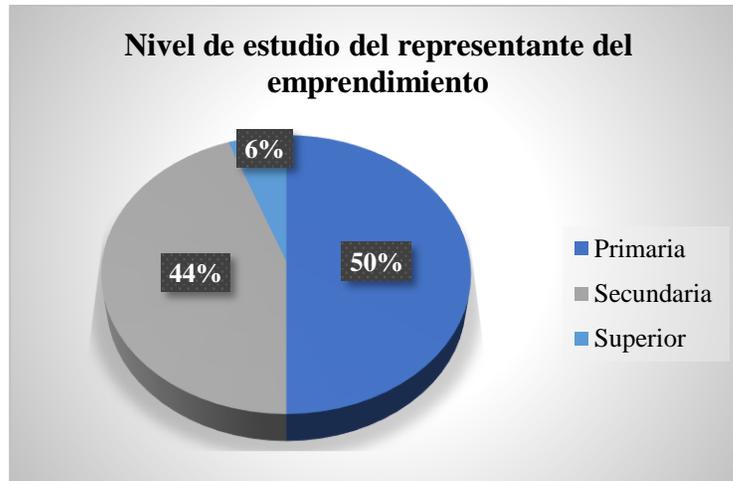


Figura 2. Nivel de estudios del representante. Fuente. Nancy Silva 2023.

En cuanto al nivel de estudios de los representantes del emprendimiento, 9 representantes tienen un nivel de primaria, representando el 50%, 8 con un nivel de secundaria, correspondiendo al 44%, y 1 persona con nivel de educación superior, equivalente al 6%.

Pregunta 3. Tiempo de funcionamiento del emprendimiento.

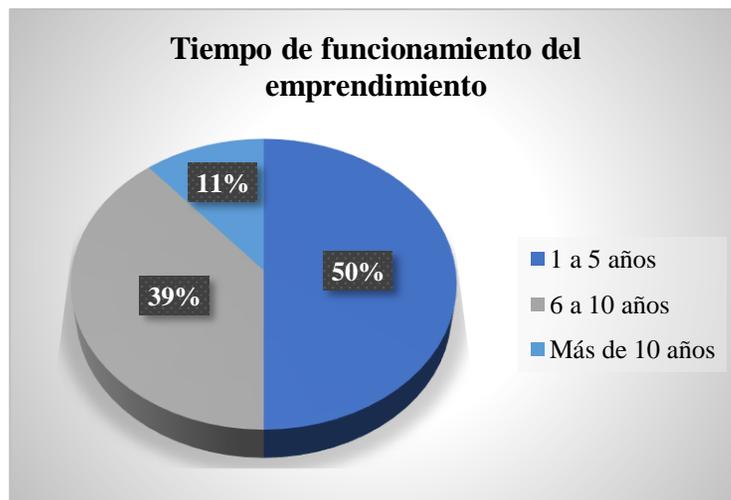


Figura 3. Tiempo de funcionamiento. Fuente. Nancy Silva 2023.

Sobre el tiempo de funcionamiento del emprendimiento, 9 vienen funcionando entre 1 a 5 años, representando el 50%, 7 funciona entre 6 a 10 años que significa el 39%, y más de 10 años, 2 emprendimientos representado el 11%.

Pregunta 4. Condición infraestructura emprendimiento.



Figura 4. Condición infraestructura. Fuente. Nancy Silva 2023.

La condición de la infraestructura de los emprendimientos, el 67% es buena, el 22% regular, y 11% es mala; en esta pregunta, nos referimos a la infraestructura física de todas las áreas que brindan servicios.

Pregunta 5. Accesibilidad vías, transporte, señalética.

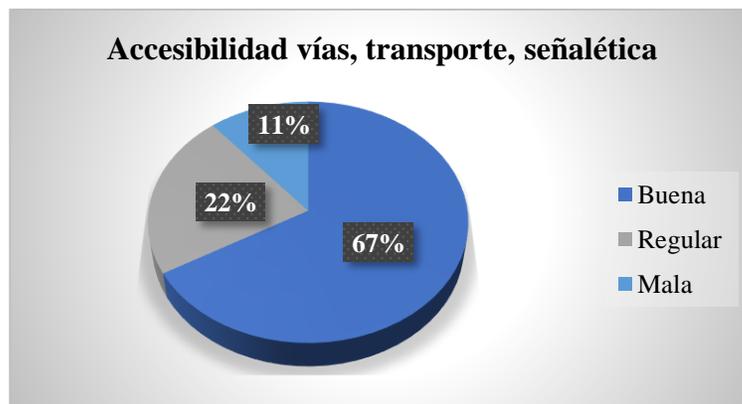


Figura 5. Accesibilidad vías, transporte, señalética. Fuente. Nancy Silva 2023.

La accesibilidad se refiere en cuanto a vías, transporte, señalética; es decir, conectividad, obteniendo como resultados que el 67% es buena, el 22 % es regular y el 11% es mala.

Pregunta 6. ¿Qué actividades oferta el emprendimiento?



Figura 6. Actividades que oferta el emprendimiento. Fuente. Nancy Silva 2023.

En la comuna ancestral San Jacinto del Pindo se analizaron a 18 emprendimientos, de los cuales se determinó que existen 8 actividades turísticas a nivel global en el territorio comunal que son muy importantes; los porcentaje de desarrollo de las actividades en el territorio comunal son Danza ancestral con el 22%; Baño en ríos e interpretación de plantas medicinales con el 17% cada una; shamanismo, observación de aves y convivencia comunitaria con el 11% cada una, y senderismo e interpretación ambiental con el 6% de cobertura dentro del territorio de los 18 bioemprendimientos analizados.

Pregunta 7. ¿Cuáles son los servicios que brinda el emprendimiento?

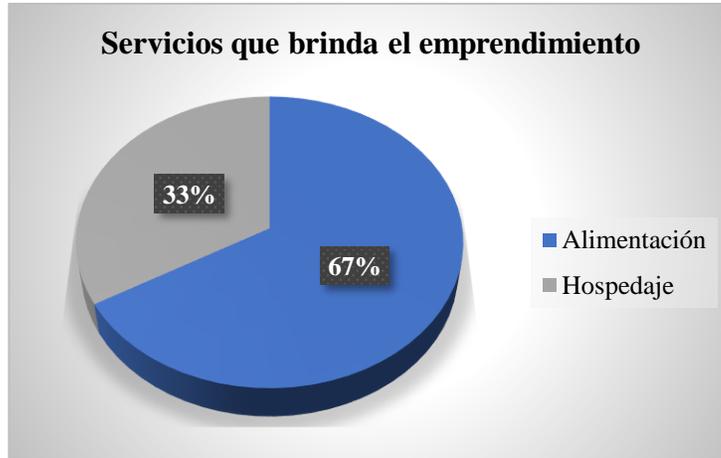


Figura 7. Servicios que oferta el emprendimiento. Fuente. Nancy Silva 2023.

Respecto de los servicios en los bioemprendimientos turísticos de la Comuna San Jacinto del Pindo, el 67% da a conocer que el servicio más fortalecido en su emprendimiento es el de alimentación; para ello, sus integrantes han recibido capacitación especializada en gastronomía, mientras tanto el 33% de los servicios se enfoca como prioridad en el hospedaje como principal alternativa de ingresos.

Pregunta 8. ¿Las actividades turísticas que realiza cree usted son rentables?



Figura 8. Actividades que realiza son rentables. Fuente. Nancy Silva 2023.

Al consultar sobre la rentabilidad de las actividades turísticas que desarrollan, se establece que el 67% indica que sí, el 11% que no, y un 22% que manifiesta que tal vez. Se visibiliza un poco conocimiento de estos temas, ya que no llevan contabilidad en la mayoría de los emprendimientos.

Pregunta 9. ¿Cuáles son los ingresos mensuales promedio que genera el emprendimiento?

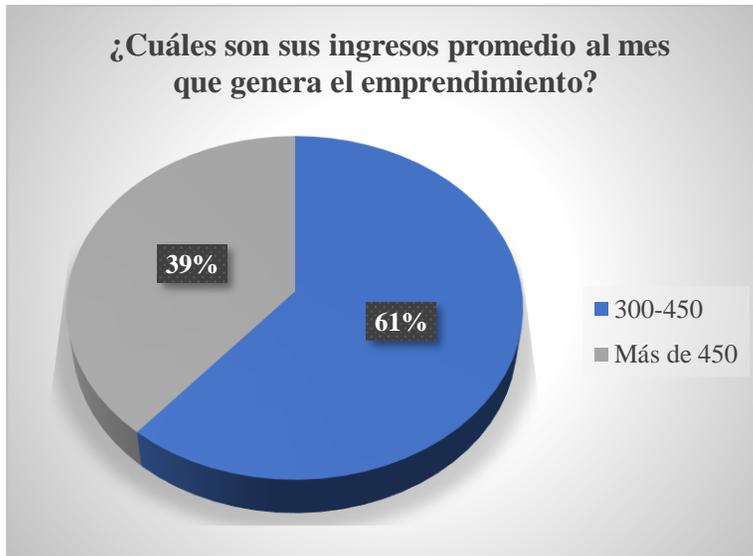


Figura 9. Ingresos mensuales. Fuente. Nancy Silva 2023.

Los ingresos que genera el desarrollo de las actividades y servicios brindados en los emprendimientos turísticos de la Comuna San Jacinto del Pindo en un 78% están entre 300 y 450 dólares al mes, y un 22% indican que sus ingresos mensuales superan los 450 dólares.

Pregunta 10. ¿Cuál es el flujo de visitantes semanales del emprendimiento?

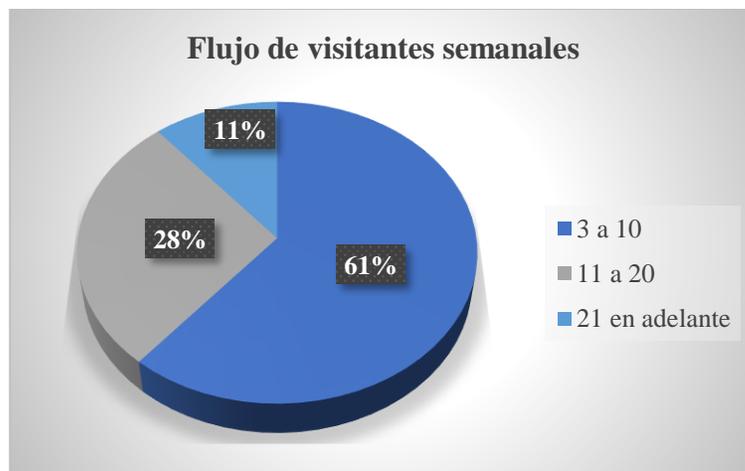


Figura 10. Flujo de visitantes. Fuente. Nancy Silva 2023.

El flujo de visitantes que tienen los emprendimientos semanalmente varía en el rango de 3 a 10 turistas con el 61%, entre 11 a 20 turistas es del 28% y más de 21 visitantes un 11%.

Pregunta 11. Lugar de procedencia de los visitantes a los emprendimientos.

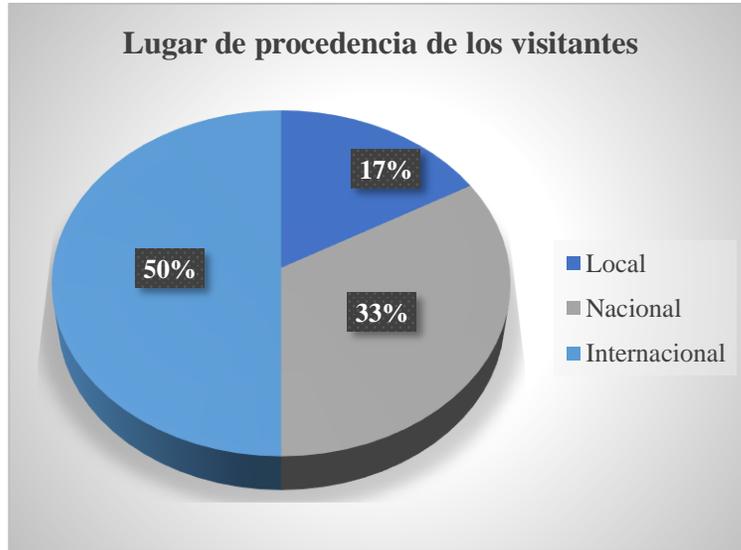


Figura 11. Lugar de procedencia de los visitantes. Fuente. Nancy Silva 2023.

A los actores locales de los 18 bioemprendimientos conforme su experiencia y registros concluyeron, que el 17% de los turistas que visitan con mayor presencia proviene de la localidad, el 33% de turistas son a nivel nacional Ambato, Guayaquil, y Cuenca, y el 50% son turistas a nivel internacional que corresponde a EEUU, Francia, Alemania, Italia.

Pregunta 12. ¿Qué tanto conoce usted sobre marketing digital?

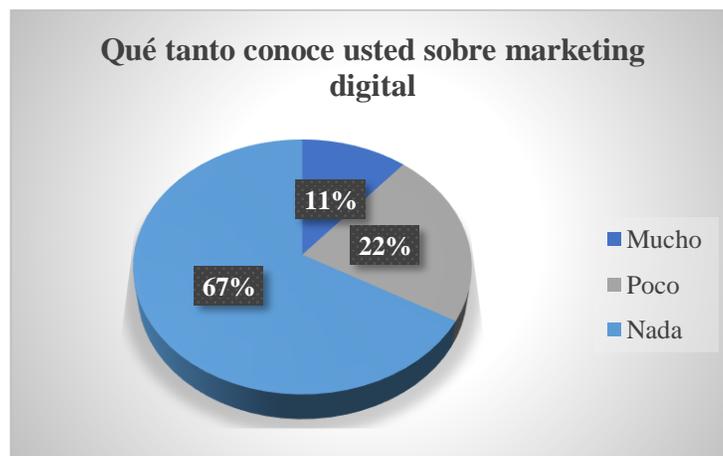


Figura 12. Conoce sobre marketing digital. Fuente. Nancy Silva 2023.

Al consultar qué tanto conocen sobre estrategias de marketing digital, el 67% desconoce totalmente, el 22% conoce poco, y el 11% indica que sí conoce.

Pregunta 13. ¿Qué necesidades de capacitación tienen?

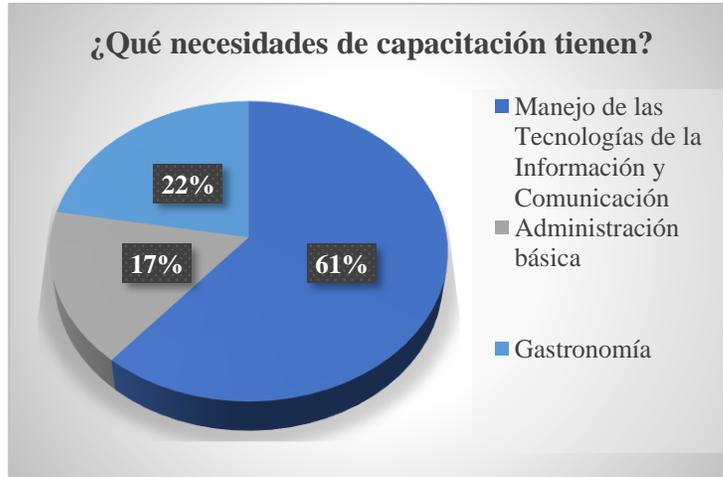


Figura 13. Necesidad de capacitación. Fuente. Nancy Silva 2023.

De los 18 bioemprendimientos turísticos, el 61% requiere capacitación en manejo de tecnologías de la información y comunicación, el 22% de los actores locales requieren formación especializada en gastronomía, y 17% requieren capacitación en administración básica.

Pregunta 14. ¿Considera usted que el marketing digital le ayudaría a tener rentabilidad en su emprendimiento?



Figura 14. El marketing ayudaría a tener rentabilidad en el emprendimiento. Fuente. Nancy Silva 2023.

En cuanto a que si el marketing digital ayudaría a tener rentabilidad en el emprendimiento, 12 representantes de los emprendimientos indican que sí, que representan el 67%, 2 indican que no, representando el 11%, y 4 manifiestan que desconocen ósea el 22%.

Pregunta 15. ¿Estaría de acuerdo en implementar estrategias de promoción para incrementar sus ingresos?

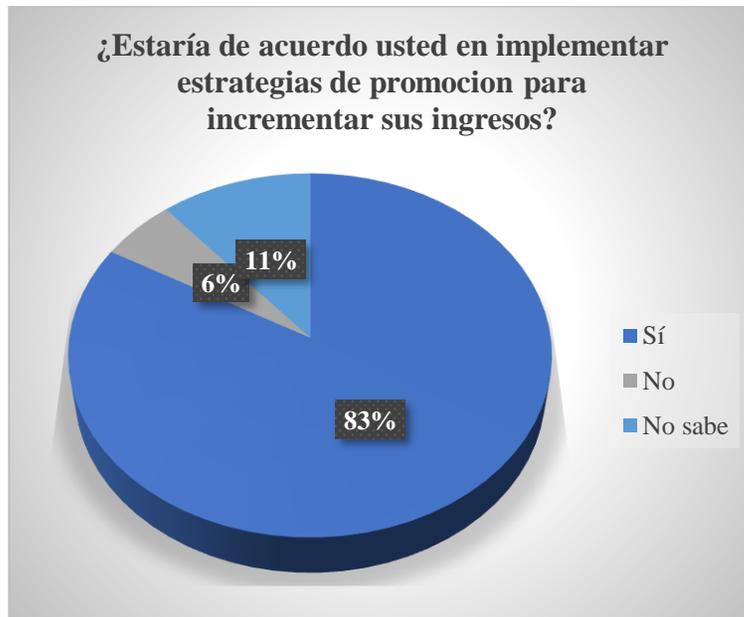


Figura 15. Implementar estrategias. Fuente. Nancy Silva 2023.

Al consultar sobre si estaría de acuerdo en implementar estrategias de promoción para incrementar sus ingresos de los 18 emprendimientos, 15 indican que sí, lo que significa el 83% del 100%, 2 responden que no saben, lo que significa un 11% y 1 indica que no, representando el 6% del total del 100%; por lo que se propone las siguientes soluciones al problema de investigación, con la finalidad que las estrategias de comercialización realmente tengan impacto en la sostenibilidad de la economía de los emprendimientos de la Comuna San Jacinto.

N°	ESTRATEGIAS PROPUESTAS
1	Potenciar los conocimientos en los emprendedores turísticos con énfasis en el marketing digital. (Conocer el funcionamiento de redes sociales, Aprender a levantar información de fotografía y video, editar contenido mediático, Postear contenidos en redes sociales, pautar de

	forma estratégica y geográficamente sobre nichos de mercado de interés y tener la capacidad de evaluar el impacto que genera la publicidad adecuadamente posteada).
2	Crear una marca que permita el posicionamiento de la Comuna San Jacinto del Pindo como un territorio turístico.
3	Pautar publicidad en medios de alto impacto.
4	Fortalecimiento organizacional para el manejo sostenible de la publicidad de los 18 emprendimientos turísticos.

Discusión.

En el artículo de los autores Reyes Vargas et al. (2015) menciona, que: “El turismo comunitario se desarrolla a partir de la necesidad de las comunidades de solventar la crisis económica, el desempleo y los bajos ingresos de sus habitantes, a partir de atraer visitantes que entren en contacto con sus culturas, formas de vida y recursos”.

En la investigación denominada: “El modelo de economía sostenible: una propuesta para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales de Llano Chico del distrito metropolitano de Quito, año 2014”, realizada por Guanoluiza Simbaña (2016) concluye que: Las herramientas son procesos, métodos y sistemas que permiten la sostenibilidad para cualquier campo de acción, a la vez que permite generar opciones de empleo, seguridad, bienestar, salud, entre otros campos de acción, con el propósito de que la población sea beneficiada de estos elementos y mejore la calidad de vida.

En la investigación “Propuesta de Promoción y Difusión de los Atractivos Turísticos de la parroquia Conocoto”, elaborado por Acosta (2013), se concluye que es necesario implementar programas dirigidos al fomento y revalorización del potencial turístico existente de la zona, es así que la promoción y difusión de los atractivos busca principalmente el desarrollo y aprovechamiento de los patrimonios turísticos.

Conforme a la investigación realizada, se puede concordar con los autores antes mencionados; indicando que sin duda alguna la sostenibilidad es un punto de importancia en la economía, pues el modelo de desarrollo que impera hoy en día está obsoleto, ya que no encaja con la realidad tecnológica

en la que vivimos y el desconocimiento al utilizar estas herramientas para ponerlas a nuestro favor como emprendedores es notable.

En los emprendimientos turísticos de la comuna San Jacinto del Pindo se evidenció que existe mayor participación del género masculino, a pesar de que el género femenino es quien participa en la mayoría de las actividades, y al momento de la investigación, el porcentaje de participación del 61% es del género masculino; el nivel de estudio de sus representantes es del 50% correspondiente al nivel primario.

El tiempo de funcionamiento de los emprendimientos turísticos en un 50% no pasan de los 5 años; la condición de infraestructura y la accesibilidad en el 50% es buena; se identificó que existen 8 actividades turísticas y dos servicios relevante que ofertan cómo es la alimentación y el hospedaje, evidenciando que las actividades pueden ser rentables, ya que tienen ingresos que superan el salario básico; la procedencia de los turistas mayoritariamente son a nivel internacional; al mismo tiempo, se puede evidenciar que el 67% de los representantes desconocen sobre estrategia de comercialización y promoción; por lo que en el 83% están dispuestos a capacitarse en temas como el manejo de las tecnologías de la información, administración y gastronomía.

CONCLUSIONES.

Los emprendimientos de la Comuna San Jacinto del Pindo de la provincia de Pastaza cuenta con 18 emprendimientos turísticos que brinda 8 atractivos turísticos relevantes como: danza ancestral, baños en ríos, shamanismo, observación de aves, interpretación de plantas medicinales, senderismo, convivencia comunitaria e interpretación ambiental, así como también se brinda servicios de alimentación y hospedaje; sin embargo, se pudo evidenciar, que la sostenibilidad económica de estos no es muy productiva, existe competencia entre los mismos emprendimientos, y a su vez, poca innovación que les ha ocasionado estancamiento en el nivel de sus ingresos.

Una vez que se pudo obtener información mediante la encuesta, se demuestra que en general no conocen y no aplican estrategias de comercialización y promoción, lo que se ve reflejado en que no exista crecimiento en sus ingresos y utilidades; por lo tanto, tampoco pueden reinvertir en el emprendimiento y mejorar las condiciones de infraestructura.

Los emprendimientos de la Comuna San Jacinto deben comprender que los emprendedores turísticos deben crear promociones diferenciadas mediante la innovación de las herramientas, las estrategias y las metodologías para que las acciones promocionales se destaquen en los diferentes mercados; con la aplicación de las estrategias de comercialización, se podrá evidenciar actividades de orden lógico que se tiene que seguir, considerando las perspectivas del mercado, de sus clientes, a qué grupo de clientes se dirige y los tratamientos de marketing que se debe aplicar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. González, A., Iturralde, M., & Morales, J. (2016). El agroturismo una alternativa para dinamizar la agroindustria rural. *Revista de Investigación Sigma*, 3(1), 30-39.
2. Alcívar, I., & Bravo, O. (2017). Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo comunitario desde un componente cultural. *Espirales revista multidisciplinaria de investigación*, 1(9), 1-13.
3. Niño-Gutiérrez, N. S., Segrelles, J. A., Niño-Castillo, I. N., & Niño-Castillo, J. E. (2015). Multifuncionalidad y turismo en el Parque Natural “El Hondo” de la Comunidad Valenciana. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, (29), 34-56.
4. Espín, J., Salazar, C., Jara, M., García, Y. (2017). Uso de las TIC para la gestión hotelera en el sector turístico de Pastaza. *Ventana Informática*, (36), 35-52.
5. Epstein, M. J. (2009). *Sostenibilidad empresarial: Administración y medición de los impactos sociales, ambientes y economía*. Ecoe ediciones: Colombia.
6. Mendoza, M. G., Hernández, C. G., & Villarreal, L. Z. (2009). Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *El periplo sustentable*, (17), 5-30.

7. Vázquez, E. F. (2015). Estrategias de comercialización. Tendencias de Innovación en la Ingeniería de Alimentos, 169-195.
8. Marcet, X. (2018). La estrategia son las personas. (sitio web xaviermarcet.com). Obtenido <https://xaviermarcet.com/2018/10/07/la-estrategia-son-las-personas/#:~:text=La%20estrategia%20son%20las%20personas.,su%20%C3%A9tica%2C%20de%20su%20compromiso.>
9. Mendes Thomaz, G., Biz, A. A., & Gândara, J. M. G. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales: Un estudio comparativo entre destinos turísticos. Estudios y perspectivas en turismo, 22(1), 102-119.
10. Gutiérrez, S., & Ledesma, F. (2016). Plan de Marketing turístico del cantón Cuenca (Doctoral dissertation, Tesis de Diploma, 2016. Universidad de Cuenca).
11. Morales, T., & Ruben, F. (2014). Diseño de un plan de promoción turística para el museo Casa León, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2014 (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2014.).
12. Vargas de la Cruz, A. (2022). El marketing digital y el emprendimiento turístico en la parroquia Huambaló (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato-Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación-Carrera de Turismo).
13. Reyes Vargas, M., Machado Chaviano, E., & Ortega Ocaña, Á. (2015). Evaluación De Territorios Para Desarrollar El Turismo Comunitario En La Región Amazónica Del Ecuador (Evaluation of Territories to Develop Community Tourism in the Amazon Región of Ecuador). Turismo y Sociedad, (17), 39-62.
14. Guanoluiza Simbaña, J. A. (2016). El modelo de economía sostenible: una propuesta para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales de Llano Chico del Distrito Metropolitano de Quito, año 2014 (Bachelor's thesis).

15. Acosta, D. (2013). Propuesta de promoción y difusión de los atractivos turísticos de la parroquia de Conocoto. Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio. Sangolquí–Ecuador.

DATOS DE LOS AUTORES.

1. **Nancy Deidamia Silva Álvarez.** Magíster en Contabilidad y Auditoría Mención Gestión Tributaria. Docente de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Sede Puyo, Ecuador. E-mail: up.nancysilva@uniandes.edu.ec
2. **Galo Renato Navas Espín.** Magíster en Administración de Empresas Mención Planeación. Docente de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Sede Puyo, Ecuador. E-mail: up.galonavas@uniandes.edu.ec
3. **Lenin Santiago Racines Silva.** Magíster en Contabilidad y Auditoría Mención Gestión Tributaria. Jefe de Compras Públicas en el Gobierno Autónomo Provincial de Pastaza, Ecuador. E-mail: santiagoracines90@gmail.com
4. **Juan Carlos Morales Fiallos.** Arquitecto. Estudiante de Maestría en Universidad Tecnológica Indoamérica, Ambato, Ecuador. E-mail batako2309@gmail.com

RECIBIDO: 4 de septiembre del 2023.

APROBADO: 3 de octubre del 2023.