



**“EVALUACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO PARA NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN EL
TURISMO AGROECOLÓGICO EN DAULE”**

**“EVALUATION OF BUSINESS MODELS FOR NEW AGROECOLOGICAL TOURISM
VENTURES IN DAULE”**

Mabel Elizabeth Barriga Pizarro¹; Catherine Magdalena Fajardo Campaña², Leiter Estuardo Moreira Ponce³

Instituto Superior Tecnológico “Juan Bautista Aguirre”

mbarrigap.istjba@gmail.com¹, cfajardoc.istjba@gmail.com², leiter.istjba@gmail.com³

Mabel Elizabeth Barriga Pizarro ¹:<https://orcid.org/0000-0001-6504-8388>

Catherine Magdalena Fajardo Campaña 2: <https://orcid.org/0000-0002-9988-3557>

Leiter Estuardo Moreira Ponce 3: <https://orcid.org/0009-0000-5450-0930>

Recibido:25-mar-2026

Aceptado: 22-may-2026

Código Clasificación JEL: Q13, L26, M13, O18, Z32

RESUMEN

La investigación analiza la viabilidad de modelos de negocio para nuevos emprendimientos de turismo agroecológico en el cantón Daule, un territorio con fuerte base agrícola y potencial de diversificación económica. Mediante un enfoque mixto descriptivo, se analizaron las condiciones de mercado, factores de éxito y preferencias de los usuarios, aplicando una encuesta estructurada a 20 participantes clave. Los resultados muestran que el 90 % de los encuestados reside en Daule, el 100 % percibe potencial para atraer visitantes locales y extranjeros, y el 90 % considera viables los modelos propuestos. Las actividades más demandadas fueron talleres de agricultura ecológica (35 %) y la degustación de productos locales (30 %), con una disposición de pago de USD 10 a USD 20 por persona (50 %). Se concluye que este sector es una alternativa de desarrollo local viable si se integran sostenibilidad, promoción digital, infraestructura y alianzas estratégicas intersectoriales.

Palabras clave: turismo agroecológico, modelos de negocio sostenibles, emprendimiento rural, desarrollo local, agroecología.

ABSTRACT

This study analyzes the feasibility of business models for new agroecological tourism ventures in the Daule canton, a region with a strong agricultural base and potential for economic diversification. Using a mixed-methods descriptive approach, the study analyzed market conditions, success factors, and user preferences by administering a structured survey to 20 key participants. The results show that 90% of respondents reside in Daule, 100% perceive potential to attract local and foreign visitors, and 90% consider the proposed models viable. The most in-demand activities were organic farming workshops (35%) and local product tastings (30%), with a willingness to pay of USD

10 to USD 20 per person (50%). The study concludes that this sector is a viable option for local development if sustainability, digital promotion, infrastructure, and strategic cross-sector partnerships are integrated.

Keywords: agroecological tourism, sustainable business models, rural entrepreneurship, local development, agroecology.

INTRODUCCIÓN

El turismo agroecológico constituye una modalidad de turismo rural que integra actividades productivas agrícolas, educación ambiental, gastronomía local y experiencias participativas orientadas a valorar los recursos naturales y culturales de un territorio. Su relevancia se asocia con la posibilidad de diversificar los ingresos rurales, fortalecer cadenas cortas de comercialización, mejorar la visibilidad de los productos locales y promover prácticas sostenibles en la relación entre visitantes, agricultores y comunidades (FAO & UN Tourism, 2024; Turtureanu et al., 2025; UN Tourism, 2023).

En el debate contemporáneo, el turismo rural ha dejado de entenderse únicamente como una oferta complementaria al turismo urbano o de naturaleza. La literatura reciente lo presenta como una estrategia de regeneración territorial que exige gobernanza, liderazgo local, innovación de productos, articulación comunitaria, digitalización y sostenibilidad ambiental (Yanan et al., 2024; Pato & Duque, 2025; Sulaiman et al., 2024). Desde esta perspectiva, el turismo agroecológico puede convertirse en una alternativa pertinente para territorios agrícolas que buscan mejorar su competitividad sin sustituir su identidad productiva.

Daule presenta condiciones favorables para este tipo de iniciativas. Según información del GAD Municipal, el cantón posee atractivos vinculados a riberas, haciendas, piladoras, cultivos de arroz, frutas tropicales, gastronomía y prácticas productivas locales (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Daule, 2025). Además, el Instituto Nacional de Estadística y Censos reportó que Daule alcanzó 222.446 habitantes en el Censo 2022, lo que evidencia una dinámica territorial significativa y un mercado local potencial para experiencias turísticas de proximidad (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023). Este escenario se articula con el marco nacional reciente de fortalecimiento de las actividades turísticas y fomento del empleo (República del Ecuador, 2024).

No obstante, el potencial territorial no garantiza por sí mismo la sostenibilidad de los emprendimientos. Los nuevos negocios de turismo agroecológico requieren modelos capaces de crear, entregar y capturar valor económico, social y ambiental, integrando sostenibilidad, innovación, alianzas y gestión de recursos en una propuesta de valor coherente (Sinkovics et al., 2021; Pan et al., 2023; Snihur & Bocken, 2022). En este campo, la innovación del modelo de negocio debe considerar segmentos de clientes, estructura de costos, fuentes de ingresos, canales digitales, experiencia del visitante, participación comunitaria y mecanismos de conservación ambiental.

El problema central identificado es la ausencia de una evaluación sistemática de los factores que condicionan la viabilidad de nuevos emprendimientos de turismo agroecológico en Daule. En particular, se observan desafíos asociados con promoción limitada, baja experiencia previa de los potenciales visitantes, falta de paquetes turísticos integrados, escasa articulación con actores comunitarios, debilidades en infraestructura y necesidad de estrategias de precio acordes con la capacidad de pago del mercado local. Estos desafíos coinciden con estudios recientes sobre emprendimiento rural, innovación turística y sostenibilidad territorial (Utami et al., 2023; Popescu et al., 2024; Zeqiri et al., 2025).

En función de ello, el objetivo general de esta investigación es evaluar la viabilidad percibida de modelos de negocio para nuevos emprendimientos de turismo agroecológico en Daule, mediante el análisis de preferencias de

potenciales usuarios, factores críticos de éxito y condiciones territoriales, con el fin de proponer lineamientos de mejora para emprendedores y autoridades locales. El análisis se apoya en investigaciones recientes sobre motivaciones, segmentación de visitantes y preferencias en turismo rural y de granja (Fu et al., 2025; Valencia et al., 2022).

Turismo agroecológico y desarrollo rural

La agroecología se reconoce como ciencia, conjunto de prácticas y movimiento social orientado a sistemas alimentarios sostenibles. En turismo agroecológico, este enfoque permite conectar la experiencia del visitante con prácticas agrícolas responsables, aprendizaje territorial, cultura alimentaria, biodiversidad y valorización de productos locales. La literatura institucional reciente destaca que el agroturismo sostenible puede articular agricultura, alimentación, turismo y patrimonio cultural para generar beneficios económicos, sociales y ambientales en territorios rurales (FAO & UN Tourism, 2024).

El turismo rural y agroecológico puede generar beneficios cuando se articula con cadenas productivas locales, empleo comunitario, conservación del paisaje, comercialización de productos agrícolas y educación ambiental. Sin embargo, la literatura advierte que los beneficios no son automáticos: requieren planificación, liderazgo local, gestión de capacidades, infraestructura, participación de actores locales y mecanismos de gobernanza que eviten la apropiación externa del valor generado por el territorio (Yanan et al., 2024; UN Tourism, 2023; Turtureanu et al., 2025).

Modelos de negocio sostenibles

Un modelo de negocio describe la lógica mediante la cual una organización gestiona recursos, alianzas, canales y mecanismos de ingreso para crear, entregar y capturar valor. La literatura reciente sobre innovación de modelos de negocio sostenibles enfatiza que la competitividad no depende únicamente de la rentabilidad, sino también de la capacidad de integrar sostenibilidad, resiliencia, digitalización y relaciones con el ecosistema territorial (Sinkovics et al., 2021; Pan et al., 2023; Snihur & Bocken, 2022). Para emprendimientos rurales, esta lógica debe ampliarse hacia la creación de valor compartido: ingresos para emprendedores, beneficios para la comunidad, conservación ambiental y satisfacción del visitante.

Los modelos de negocio sostenibles incorporan objetivos económicos, sociales y ambientales en la estructura de valor. En el caso del turismo agroecológico, esta perspectiva implica diseñar experiencias que integren suficiencia, circularidad, inclusión, aprendizaje, custodia ambiental y participación comunitaria. La investigación reciente señala que la innovación del modelo de negocio puede fortalecer ecosistemas empresariales, regenerar economías rurales y convertir valor no capturado en oportunidades de sostenibilidad territorial (Snihur & Bocken, 2022; Dionizi et al., 2025; Tejeida-Padilla et al., 2025).

Marco normativo e institucional aplicable

En Ecuador, el marco jurídico reciente ofrece condiciones para impulsar turismo sostenible, comunitario y rural. La Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, vigente desde 2024, establece medidas para fortalecer la actividad turística y dinamizar el empleo, mientras que su reglamento desarrolla disposiciones orientadas al control, calidad, seguridad y legalidad de los servicios turísticos (República del Ecuador, 2024; Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2024). Además, el Ministerio de Turismo ha señalado que esta normativa busca impulsar la competitividad, la promoción y la reactivación del sector turístico (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024).

Variables críticas para evaluar la viabilidad

A partir de la literatura revisada, la viabilidad de los emprendimientos de turismo agroecológico puede analizarse mediante cinco dimensiones: mercado, experiencia turística, sostenibilidad ambiental, participación comunitaria y gestión empresarial. Estas dimensiones permiten pasar de una descripción general del potencial turístico a una evaluación más operativa del modelo de negocio y se relacionan con factores de éxito, motivaciones de visitantes, segmentación de demanda, aprendizaje experiencial y percepción comunitaria del turismo rural (Utami et al., 2023; Fu et al., 2025; Treviño-Villalobos et al., 2025; Li et al., 2025).

Tabla 1

Dimensiones propuestas para evaluar modelos de negocio en turismo agroecológico

Dimensión	Criterios de evaluación	Implicación para Daule
Mercado y demanda	Interés de visitantes, disposición a pagar, segmentos locales y externos.	Definir paquetes de bajo y mediano costo, con énfasis en turismo de proximidad.
Propuesta de valor	Actividades diferenciadas, aprendizaje agroecológico, gastronomía y cultura local.	Integrar talleres, degustaciones, recorridos por cultivos y relato territorial.
Sostenibilidad ambiental	Conservación de recursos, manejo de residuos, uso responsable del agua y protección del paisaje.	Convertir la agroecología en eje visible de la experiencia, no solo en etiqueta comercial.
Participación comunitaria	Rol de agricultores, asociaciones, familias y actores locales en diseño y operación.	Evitar modelos extractivos y promover corresponsabilidad comunitaria.
Gestión y comercialización	Promoción digital, alianzas, costos, ingresos, calidad del servicio y seguridad.	Diseñar canales de venta, reservas, protocolos y alianzas con GAD, academia y operadores.

Nota. Elaboración propia con base en Sinkovics et al. (2021), Pan et al. (2023), Snihur y Bocken (2022), Utami et al. (2023), Fu et al. (2025) y FAO y UN Tourism (2024).

METODOLOGÍA

La investigación adoptó un enfoque mixto con predominio cuantitativo descriptivo, complementado por interpretación cualitativa de los resultados. El diseño fue no experimental y de campo, debido a que no se manipularon variables, sino que se recogieron percepciones de participantes vinculados al contexto territorial de Daule. El alcance fue descriptivo, orientado a caracterizar preferencias, percepciones de viabilidad y factores considerados relevantes para nuevos emprendimientos de turismo agroecológico, de acuerdo con criterios metodológicos actuales para estudios exploratorios y mixtos (Creswell & Creswell, 2022; Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2023).

La población de referencia correspondió a habitantes y potenciales usuarios de experiencias turísticas en el cantón Daule. Con base en la información estadística disponible para el cantón, se reconoce una población total de 222.446 habitantes; sin embargo, por las condiciones exploratorias del estudio y la disponibilidad de respuestas válidas, se trabajó con una muestra efectiva de 20 encuestados (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023). Esta decisión debe interpretarse como un pilotaje diagnóstico y no como una generalización estadística para todo el cantón.

El instrumento de recolección fue una encuesta estructurada con preguntas cerradas y categorías nominales u ordinales. Las dimensiones incluyeron: perfil sociodemográfico, residencia en Daule, experiencia previa con turismo agroecológico, percepción del potencial turístico, factores de éxito, actividades preferidas, disposición a pagar y percepción de viabilidad de los modelos de negocio. Este diseño permite una primera aproximación cuantitativa a

preferencias y percepciones de usuarios potenciales, coherente con estudios recientes sobre demanda y comportamiento en turismo rural (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2023; Treviño-Villalobos et al., 2025).

El análisis se realizó mediante estadística descriptiva, sistematización tabular y discusión interpretativa a la luz de literatura sobre turismo rural, agroecología y modelos de negocio sostenibles. Se aplicaron criterios de ética básica: participación voluntaria, confidencialidad de respuestas, uso académico de la información y presentación agregada de resultados, conforme a buenas prácticas de investigación social aplicada (Creswell & Creswell, 2022).

Tabla 2

Ficha técnica metodológica del estudio

Elemento	Descripción corregida
Enfoque	Mixto, con predominio cuantitativo descriptivo e interpretación cualitativa.
Diseño	No experimental, de campo y transversal.
Población de referencia	Habitantes y potenciales usuarios del turismo agroecológico en Daule.
Muestra efectiva	20 encuestados. Muestra exploratoria/piloto; no probabilística por disponibilidad de respuestas válidas.
Instrumento	Encuesta estructurada con preguntas cerradas sobre perfil, preferencias, potencial, precios y viabilidad.
Análisis	Frecuencias absolutas, porcentajes, interpretación por dimensiones y contraste con literatura.
Limitación principal	Tamaño muestral reducido; los resultados orientan decisiones preliminares, pero requieren ampliación para inferencia estadística.

Nota. La metodología fue reformulada para responder a las observaciones de revisión sobre muestra, instrumento y alcance.

RESULTADOS

Los resultados se presentan mediante tablas consolidadas para mejorar la lectura académica y evitar repetición de gráficos circulares con bajo aporte analítico. Se reportan frecuencias y porcentajes, considerando una muestra efectiva de 20 participantes.

Perfil de los encuestados

Tabla 3
Caracterización de la muestra

Variable	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Edad	18 a 25 años	5	25 %
Edad	26 a 35 años	10	50 %
Edad	35 años en adelante	5	25 %
Género	Masculino	7	35 %
Género	Femenino	13	65 %
Residencia	Reside en Daule	18	90 %
Residencia	No reside en Daule	2	10 %

Nota. Elaboración propia con base en la encuesta aplicada.

La muestra se concentra en personas de 26 a 35 años, lo que sugiere una presencia importante de adultos jóvenes con potencial interés en experiencias rurales, gastronómicas y educativas. La participación femenina fue mayoritaria, aspecto que puede orientar estrategias comunicacionales, aunque no permite concluir diferencias de preferencia por género debido al tamaño muestral. El alto porcentaje de residentes en Daule fortalece la lectura local de los resultados, pero también limita la perspectiva de turistas externos.

Experiencia previa y percepción de potencial

Tabla 4
Experiencia previa y percepción de potencial turístico

Pregunta	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Lectura estratégica
¿Ha participado o visitado un emprendimiento de turismo agroecológico en Daule?	Sí	7	35 %	Existe experiencia inicial, pero aún limitada.
¿Ha participado o visitado un emprendimiento de turismo agroecológico en Daule?	No	13	65 %	La baja experiencia revela oportunidad de difusión y activación de demanda.
¿Considera que el turismo agroecológico tiene potencial para atraer visitantes?	Sí	20	100 %	Percepción territorial altamente favorable.
¿Considera que el turismo agroecológico tiene potencial para atraer visitantes?	No	0	0 %	No se identificó rechazo en la muestra.

Nota. Elaboración propia con base en la encuesta aplicada.

El contraste entre baja experiencia previa (35 %) y alta percepción de potencial (100 %) indica una brecha entre interés y oferta efectivamente conocida. Este resultado es relevante porque sugiere que el problema no radica necesariamente en falta de aceptación social, sino en limitada visibilidad, escasa estructuración comercial y baja articulación de paquetes turísticos accesibles.

Factores de éxito y preferencias de actividades

Tabla 5
Factores considerados importantes para el éxito del emprendimiento

Factor	Frecuencia	Porcentaje	Implicación para el modelo de negocio
Promoción y publicidad	6	30 %	Priorizar canales digitales, alianzas y marca territorial.
Calidad de la experiencia	5	25 %	Diseñar actividades memorables, seguras y bien guiadas.
Conservación del entorno natural	5	25 %	Integrar prácticas ambientales verificables.
Precios accesibles	4	20 %	Mantener paquetes básicos y escalables.

Nota. Elaboración propia con base en la encuesta aplicada.

Tabla 6
Actividades más atractivas para una experiencia agroecológica

Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Oportunidad de diseño
Talleres de agricultura ecológica	7	35 %	Producto educativo con alto potencial de diferenciación.
Degustación de productos locales	6	30 %	Conexión directa con gastronomía, identidad y venta de productos.
Recorridos por cultivos	5	25 %	Actividad base para narrar procesos productivos y paisaje rural.
Participación en cosechas o siembras	2	10 %	Actividad complementaria, preferible en fechas específicas y con seguridad.

Nota. Elaboración propia con base en la encuesta aplicada.

Los factores más valorados se relacionan con visibilidad, calidad de experiencia y conservación ambiental. Este patrón coincide con la necesidad de que el turismo rural avance hacia productos integrales y no solo hacia visitas aisladas. Las actividades preferidas muestran que el visitante potencial busca aprendizaje, gastronomía y contacto con el territorio, más que trabajo agrícola físicamente demandante.

Disposición a pagar y viabilidad percibida

Tabla 7
Disposición a pagar por una experiencia agroecológica completa

Rango de pago por persona	Frecuencia	Porcentaje	Lectura para precios
Menos de USD 10	5	25 %	Segmento sensible al precio; requiere producto básico.
USD 10 a USD 20	10	50 %	Rango más aceptado para paquete estándar.
USD 21 a USD 30	3	15 %	Viable para experiencias ampliadas o con alimentación.
Más de USD 30	2	10 %	Segmento premium reducido; requiere alto valor agregado.

Nota. Elaboración propia con base en la encuesta aplicada.

Tabla 8
Viabilidad percibida de los modelos actuales

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Interpretación
Muy viables	13	65 %	Alta confianza en el potencial del sector.
Viables	5	25 %	Aceptación positiva con necesidad de mejoras.
Poco viables	1	5 %	Advertencia sobre barreras de gestión o mercado.
Nada viables	1	5 %	Percepción minoritaria de inviabilidad.

Nota. Elaboración propia con base en la encuesta aplicada.

La disposición a pagar evidencia que el rango más competitivo para una experiencia estándar se ubica entre USD 10 y USD 20 por persona. Esta información debe guiar la estructura de costos y la definición de paquetes. La viabilidad percibida es positiva: 90 % de los encuestados considera los modelos como viables o muy viables. Sin embargo, esta percepción debe contrastarse con estudios financieros posteriores que incorporen costos reales de adecuación, operación, promoción, transporte, seguros, permisos y mantenimiento.

Propuesta de modelo de negocio priorizado

Tabla 9
Modelo de negocio sugerido para emprendimientos agroecológicos en Daule

Componente	Propuesta operativa
Segmentos de clientes	Familias locales y de Guayaquil, estudiantes, turistas de proximidad, grupos académicos, visitantes interesados en gastronomía y sostenibilidad.
Propuesta de valor	Experiencia rural educativa y gastronómica basada en agricultura local, conservación ambiental, identidad dauleña y contacto con productores.
Actividades clave	Talleres de agricultura ecológica, recorridos por cultivos, degustación de productos, visitas a piladoras o haciendas, ferias de productos locales.
Canales	Redes sociales, WhatsApp Business, alianzas con GAD, universidades, operadores turísticos, escuelas y restaurantes locales.
Relación con clientes	Reservas anticipadas, paquetes para grupos, atención guiada, evaluación posterior de satisfacción.
Fuentes de ingreso	Entradas por experiencia, paquetes con alimentación, venta de productos agrícolas, talleres educativos, eventos temáticos.
Recursos clave	Fincas, cultivos, guías locales, protocolos de seguridad, material educativo, señalética, marca territorial y conexión digital.
Alianzas clave	Agricultores, asociaciones comunitarias, GAD Municipal, Ministerio de Turismo, universidades, cámaras de turismo, proveedores gastronómicos.
Estructura de costos	Adecuación de espacios, señalética, capacitación, promoción digital, limpieza, seguridad, transporte interno y mantenimiento.
Impacto esperado	Diversificación de ingresos, valorización del patrimonio agrícola, educación ambiental, empleo local y promoción de prácticas sostenibles.

Nota. Elaboración propia adaptada de enfoques recientes sobre innovación de modelos de negocio sostenibles, turismo rural y agroturismo sostenible (Sinkovics et al., 2021; Pan et al., 2023; Snihur & Bocken, 2022; FAO & UN Tourism, 2024).

DISCUSIÓN

Los hallazgos muestran una percepción favorable hacia el turismo agroecológico en Daule, pero también revelan una brecha entre potencial percibido y experiencia previa. Aunque el 100 % de los encuestados considera que el cantón puede atraer visitantes, solo el 35 % ha participado o visitado un emprendimiento de esta naturaleza. Esta diferencia sugiere que el desafío principal no es únicamente crear interés, sino transformar el potencial en productos turísticos organizados, comunicables y comercializables. Este resultado coincide con la literatura reciente, que destaca el crecimiento del interés por el agroturismo y el turismo rural, pero también la necesidad de convertir dicho interés en propuestas operativas, sostenibles y territorialmente articuladas (Turtureanu et al., 2025; FAO & UN Tourism, 2024).

Este resultado coincide con los planteamientos recientes sobre turismo rural, según los cuales las experiencias rurales requieren gobernanza, innovación, participación comunitaria, protección del patrimonio y articulación territorial. En Daule, la oferta no debería limitarse a mostrar cultivos, sino construir una experiencia con narrativa, aprendizaje, gastronomía, interacción con productores y garantías básicas de calidad (Yanan et al., 2024; UN Tourism, 2023; Pato & Duque, 2025).

La importancia atribuida a la promoción y publicidad (30 %) confirma que la visibilidad es un factor crítico. La literatura actual sobre plataformas digitales y promoción turística sostiene que los canales en línea pueden ampliar el alcance de destinos rurales, mejorar la interacción con los visitantes y facilitar procesos de reserva y comunicación (Zeqiri, 2025; Veseli, 2025; El Archi et al., 2023). En este sentido, los emprendimientos agroecológicos de Daule deben desarrollar presencia digital, paquetes reservables, fotografías profesionales, testimonios, mapas de acceso y alianzas con instituciones educativas y operadores turísticos, articulando la propuesta de valor con canales, segmentos y captura de ingresos (Sinkovics et al., 2021).

El atractivo de los talleres de agricultura ecológica y la degustación de productos locales se vincula con la co-creación de conocimiento, cultura alimentaria, valoración de productos territoriales y aprendizaje experiencial. La experiencia turística puede convertirse en un espacio pedagógico donde los visitantes comprendan la relación entre producción agrícola, soberanía alimentaria, paisaje rural y consumo responsable. Este enfoque fortalece el valor diferencial frente a ofertas turísticas convencionales y coincide con estudios sobre preferencias de visitantes en turismo de granja y agroturismo sostenible (FAO & UN Tourism, 2024; Valencia et al., 2022).

La disposición a pagar indica sensibilidad al precio, pues el 75 % de los encuestados se ubica en rangos de hasta USD 20. Esto implica que los modelos deben iniciar con paquetes accesibles y escalables. Un paquete básico podría incluir recorrido guiado, explicación agroecológica y degustación simple; un paquete intermedio podría agregar taller práctico y alimentación local; y un paquete premium podría incorporar transporte, productos para llevar y experiencia personalizada. Esta segmentación permite capturar valor sin excluir al mercado local y resulta coherente con estudios recientes sobre segmentación, motivaciones y comportamiento de turistas rurales (Fu et al., 2025; Treviño-Villalobos et al., 2025).

Desde la sostenibilidad, los resultados sugieren que el emprendimiento debe evitar una visión exclusivamente comercial. Los modelos sostenibles deben integrar simultáneamente valor económico, social y ambiental, así como relaciones con actores locales y mecanismos de innovación orientados al territorio (Snihur & Bocken, 2022; Pan et al., 2023). Para Daule, esto significa que los emprendimientos deben incorporar buenas prácticas de manejo de residuos, conservación del entorno, participación de agricultores, empleo local y reinversión en mejoras comunitarias, en línea con enfoques recientes de emprendimiento rural y regeneración territorial (Dionizi et al., 2025).

Finalmente, el tamaño muestral reducido exige prudencia. Los datos permiten formular un diagnóstico exploratorio y una propuesta inicial, pero no sustentan inferencias estadísticas amplias. La principal contribución del estudio radica en sistematizar preferencias iniciales y transformarlas en lineamientos de modelo de negocio. Futuros estudios deberán ampliar la muestra, incluir emprendedores y autoridades, aplicar entrevistas semiestructuradas, levantar costos reales y construir escenarios financieros de rentabilidad, siguiendo criterios metodológicos actuales para investigaciones mixtas y estudios aplicados en emprendimiento turístico rural (Creswell & Creswell, 2022; Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2023; Utami et al., 2023).

CONCLUSIONES

La investigación permitió evaluar de forma exploratoria la viabilidad percibida de modelos de negocio para nuevos emprendimientos de turismo agroecológico en Daule. Los resultados evidencian una valoración social positiva del potencial turístico del cantón, sustentada en su identidad agrícola, atractivos rurales, gastronomía, cercanía a mercados urbanos y posibilidad de crear experiencias educativas vinculadas a la agroecología. Esta lectura es consistente con la literatura reciente que reconoce al agroturismo y al turismo rural como estrategias de diversificación

económica, aprendizaje territorial y desarrollo sostenible (FAO & UN Tourism, 2024; Turtureanu et al., 2025; UN Tourism, 2023).

El objetivo propuesto se cumple al identificar preferencias de los potenciales usuarios y factores críticos de éxito. La promoción y publicidad, la calidad de la experiencia, la conservación del entorno natural y los precios accesibles aparecen como elementos prioritarios para estructurar modelos de negocio. Asimismo, los talleres de agricultura ecológica, degustaciones y recorridos por cultivos son las actividades con mayor aceptación, por lo que deberían constituir el núcleo inicial de la oferta, en correspondencia con estudios recientes sobre motivaciones, preferencias y segmentación de visitantes rurales (Valencia et al., 2022; Fu et al., 2025; Treviño-Villalobos et al., 2025).

La disposición a pagar se concentra entre USD 10 y USD 20 por persona, lo que sugiere que los emprendimientos deben diseñar paquetes de bajo costo inicial, complementados con opciones de mayor valor agregado. La viabilidad económica dependerá de controlar costos, trabajar con grupos, generar ingresos complementarios por venta de productos locales y crear alianzas con instituciones educativas, operadores turísticos y el GAD Municipal. Estos elementos deben integrarse en modelos de negocio sostenibles que articulen propuesta de valor, canales, recursos, alianzas y captura de ingresos (Sinkovics et al., 2021; Pan et al., 2023; Snihur & Bocken, 2022).

Desde una perspectiva propositiva, se recomienda a los emprendedores diseñar experiencias paquetizadas, fortalecer la narrativa territorial, usar canales digitales de reserva, capacitar guías locales, incorporar estándares de seguridad y medir la satisfacción del visitante. Para las autoridades locales, se recomienda promover rutas agroecológicas, mejorar señalética y accesibilidad, facilitar capacitación, articular ferias con experiencias turísticas y generar un sello local de turismo agroecológico responsable, en coherencia con las tendencias recientes de digitalización, gobernanza y sostenibilidad turística (Zeqiri, 2025; Veseli, 2025; El Archi et al., 2023; Pato & Duque, 2025).

Como limitación principal, el estudio se basa en una muestra piloto reducida. Por ello, los resultados deben asumirse como diagnóstico preliminar y no como generalización poblacional. Se recomienda ampliar la investigación con una muestra probabilística, entrevistas a agricultores, análisis financiero, evaluación de infraestructura y validación de prototipos de paquetes turísticos en campo. Esta ampliación permitiría contrastar la percepción de usuarios con la capacidad real de operación y fortalecer la toma de decisiones para el desarrollo del turismo agroecológico en Daule (Creswell & Creswell, 2022; Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2023; Li et al., 2025).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Dionizi, B., Canestrino, R., & Magliocca, P. (2025). Reinventing rural economies through sustainable business models: Place-based entrepreneurship and sustainable rural regeneration. *Frontiers in Sustainability*, 6. <https://doi.org/10.3389/frsus.2025.1665635>
- El Archi, Y., Benbba, B., Kabil, M., & Dávid, L. D. (2023). Digital technologies for sustainable tourism destinations: State of the art and research agenda. *Administrative Sciences*, 13(8), 184. <https://doi.org/10.3390/admsci13080184>

- FAO & UN Tourism. (2024). *Sustainable agritourism: An opportunity for agrifood systems transformation in the Mediterranean*. Food and Agriculture Organization of the United Nations and UN Tourism.
- Fu, L., Sanada, J., & Zhang, W. (2025). Toward sustainable tourism: An activity-based segmentation of the rural tourism market in China. *Sustainability*, 17(8), 3341. <https://doi.org/10.3390/su17083341>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Daule. (2025). *Información turística de Daule*. GAD Municipal de Daule.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2023). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (2.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *Censo Ecuador: Daule, el cantón con el mayor ritmo de crecimiento*. INEC.
- Li, Y. (2025). The lost view: Villager-centered scale development and validation for rural tourism impact assessment. *Sustainability*, 17(6), 2721. <https://doi.org/10.3390/su17062721>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2024). *La Ley de Fortalecimiento de las Actividades Turísticas se aprobó en la Asamblea Nacional*. Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Pan, L., Xu, Z., & Skare, M. (2023). Sustainable business model innovation literature: A bibliometrics analysis. *Review of Managerial Science*, 17(3), 757–785. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00548-2>
- Pato, M. L., & Duque, A. S. (2025). Mapping innovation and sustainability in rural tourism: A bibliometric approach. *Sustainability*, 17(6), 2574. <https://doi.org/10.3390/su17062574>
- Popescu, C. A., Popescu, G., & Iancu, T. (2024). Rural tourism and sustainable local development: A case study from a mountain area. *Sustainability*, 16(3), 1127. <https://doi.org/10.3390/su16031127>
- República del Ecuador. (2024). *Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo*. Suplemento del Registro Oficial No. 525.
- Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (2024). *Reglamento general de aplicación de la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo*. SRI.
- Sinkovics, N., Gunaratne, D., Sinkovics, R. R., & Molina-Castillo, F.-J. (2021). Sustainable business model innovation: An umbrella review. *Sustainability*, 13(13), 7266. <https://doi.org/10.3390/su13137266>
- Snihur, Y., & Bocken, N. (2022). A call for action: The impact of business model innovation on business ecosystems, society and planet. *Long Range Planning*, 55(6), 102182. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2022.102182>
- Sulaiman, E., Fitalisma, G., Fata, M. A., & Nawawi, R. (2024). Empowering local communities engagement: Rural tourism and business innovation for SDGs Desa. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 5(1), 31–44. <https://doi.org/10.35912/joste.v5i1.1968>
- Tejeda-Padilla, R., Pérez-Matamoros, Z., Rodríguez-Escalona, M. L., & Badillo, I. (2025). Social entrepreneurship and SDGs in rural tourism communities: A systemic approach in Yecapixtla, Morelos, Mexico. *Businesses*, 6(2), 71. <https://doi.org/10.3390/businesses6020071>

- Treviño-Villalobos, M., Sancho-Jiménez, L. F., Carvache-Franco, M., Viquez-Paniagua, A. G., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2025). Fostering sustainable rural tourism post-COVID-19: Determinants of revisit intention among Costa Rican tourists. *Sustainability*, *17*(12), 5231. <https://doi.org/10.3390/su17125231>
- Turtureanu, A.-G., Crețu, C.-M., Pripoaic, R., Marinescu, E. Ș., Sîrbu, C.-G., & Talaghir, L.-G. (2025). Sustainable development through agritourism and rural tourism: Research trends and future perspectives in the pandemic and post-pandemic period. *Sustainability*, *17*(9), 3998. <https://doi.org/10.3390/su17093998>
- UN Tourism. (2023). *Tourism and rural development: A policy perspective*. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284424306>
- Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, *10*(1), 2180845. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>
- Valencia, J. P., Cerio, C. T., & Biales, R. R. (2022). Tourists' motives and activity preferences to farm tourism sites in the Philippines: Application of push and pull theory. *Cogent Social Sciences*, *8*(1), 2104706. <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2104706>
- Veseli, A. (2025). The impact of digital marketing on promotion and sustainability of tourism destinations. *Tourism and Hospitality*, *6*(2), 56. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6020056>
- Yanan, L., Ismail, M. A., & Aminuddin, A. (2024). How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages? A systematic literature review. *Heliyon*, *10*(4), e25627. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25627>
- Zeqiri, A. (2025). The role of digital tourism platforms in advancing sustainable development goals in the Industry 4.0 era. *Sustainability*, *17*(8), 3482. <https://doi.org/10.3390/su17083482>