



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**TÍTULO DEL PROYECTO**

**ESTUDIO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS PYME DEL SECTOR  
TURÍSTICO EN LA ZONA 5, CANTÓN BUCAY, PERIODO JUNIO 2014 A  
JUNIO 2015.**

**AUTORES:**

**ROSMERY MARLENE GARCIA MORA  
LISSETTE ROXANA CUNALATA FUENTES**

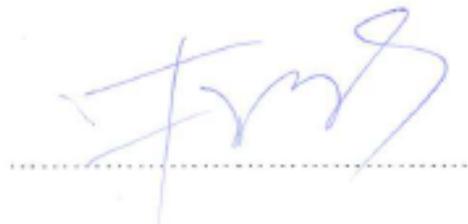
**MILAGRO, OCTUBRE 2015**

**ECUADOR**

## ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por Rosmery Marlene García Mora y Lissette Roxana Cunalata Fuentes previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial y que acepto tutorías a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, 26 de octubre del 2015

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'F. Guevara', is written over a horizontal dashed line.

Ing. Fabricio Guevara Viejó, MSc

C.I. 0917882961

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, 26 de octubre del 2015



Rosmery Marlene García Mora  
C.I. 0924186786



Lissette Roxana Cunalata Fuentes  
C.I.0928424845

## CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

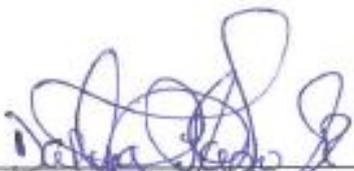
EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial en otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	( )
DEFENSA ORAL	( )
TOTAL	( )
EQUIVALENTE	( )



\_\_\_\_\_  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Guevara Viejó Fabricio, MSc



\_\_\_\_\_  
PROFESOR DELEGADO

Ing. Icaza Rivera Dalva



\_\_\_\_\_  
PROFESOR SECRETARIO

Ing. Andocilla Cabrera Jaime

## **DEDICATORIA**

El trabajo investigativo se lo dedico a Dios porque es el ser omnipresente y todopoderoso que nos fortalece en los momentos más tristes y nos conforta en las derrotas, además se la dedico mis padres, que son dos seres que han estado presentes en lo largo de mi existencia y han estado guiándome a través de sus consejos y experiencias, así también se la dedico a mis hijos Sofía y Néstor, que son la razón de vivir día a día y de seguir esforzándome en este mundo.

**Rosmery Marlene García Mora**

## **DEDICATORIA**

A Dios por haberme brindado la fortaleza y perseverancia necesaria para culminar esta meta.

De igual manera a mis padres y abuelos quienes con su esfuerzo forjaron cada paso y colaboraron en cada decisión que tome en este camino; quienes aportaron todo para lograrlo, y a su vez fueron el motor de este sueño.

A cada persona que fue parte de este arduo proceso y que ahora podrán disfrutar junto a mí el fruto del éxito logrado.

**Lisette Roxana Cunalata Fuentes**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento infinito hacia todas las personas que hicieron realidad que este sueño de llegar a la meta deseada fuera posible, a todos los docentes de la universidad, quienes difundieron el conocimiento para desarrollarme intelectualmente, además agradezco a la Universidad Estatal de Milagro, que fue el centro de aprendizaje de toda mi carrera ahora culminada.

Agradezco a todos mis compañeros de clase con quienes compartí experiencias y momentos agradables de vida, que quedaron grabados en mi mente y corazón.

**Rosmery Marlene García Mora**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar doy gracias a Dios por permitirme vivir esta experiencia maravillosa, gracias también a mi Universidad por abrirme las puertas hacia el desarrollo integral, y por tanto a cada uno de los docentes que me inculcó los conocimientos que ahora pondré en marcha dentro de mi vida profesional.

A mi novio Erick Steven Orrala Encalada por ser mi guía e inculcarme nuevos conocimientos en mi tesis, a mis compañeros de clase con quienes compartí gratos momentos, trabajando en equipo para juntos llegar al final del camino.

**Lisette Roxana Cunalata Fuentes**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ing. Fabricio Guevara Viejó, MSc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención del Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Estudio de las Características de las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay, periodo Junio 2014 a Junio 2015”, y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 26 de octubre del 2015



Rosmery Marlene García Mora  
C.I. 0924186786



Lisette Roxana Cunalata Fuentes  
C.I.0928424845

# ÍNDICE GENERAL

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>Pag.</b>
<b>EL PROBLEMA</b> .....	<b>2</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. ....	2
1.1.1 Problematización .....	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	5
1.1.3 Formulación del problema de investigación.....	5
1.1.4 Sistematización del problema de investigacion .....	5
1.1.5 Determinación del tema .....	5
1.2 OBJETIVOS.....	6
1.2.1 Objetivo General.....	6
1.2.2 Objetivos Específicos .....	6
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	6
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>Pag.</b>
<b>MARCO REFERENCIAL</b> .....	<b>8</b>
2.1 MARCO TEORICO .....	8
2.1.1 Antecedentes históricos .....	8
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	11
2.2 MARCO LEGAL .....	20
2.3 MARCO CONCEPTUAL .....	29
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES .....	32
2.4.1 Hipótesis General .....	32
2.4.2 Hipótesis Particulares .....	32
2.4.3 Declaración de variables .....	32

2.4.4 Operacionalización de las variables-----	33
--	----

**CAPÍTULO III** **Pág.**

**MARCO METODOLÓGICO-----34**

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL-----	34
--	----

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA-----	36
------------------------------------	----

3.2.1 Delimitación de la población-----	36
---	----

3.2.2 Tipo de muestra-----	36
----------------------------	----

3.2.3 Tamaño de la muestra -----	37
----------------------------------	----

3.2.4 Proceso de selección-----	37
---------------------------------	----

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS -----	37
--------------------------------------	----

3.3.1 Métodos teóricos -----	37
------------------------------	----

3.3.2 Métodos empíricos -----	37
-------------------------------	----

3.3.3 Técnicas e instrumentos-----	37
------------------------------------	----

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN -----	38
---	----

**CAPÍTULO IV** **Pág.**

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS-----39**

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL-----	39
--	----

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS-----	40
--	----

4.3 RESULTADOS -----	50
----------------------	----

4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS. -----	51
--	----

<b>5. CONCLUSIONES -----</b>	<b>52</b>
------------------------------	-----------

<b>6. RECOMENDACIONES -----</b>	<b>53</b>
---------------------------------	-----------

<b>7. ANEXOS-----</b>	<b>54</b>
-----------------------	-----------



## ÍNDICE DE CUADROS

### CUADRO 1

Declaración de las Variables ----- 32

### CUADRO 2

Operacionalización de las Variables ----- 33

### CUADRO 3

Percepción acerca de la capacitación técnica del personal como acción para el desarrollo competitivo del negocio ----- 40

### CUADRO 4

Recibimiento de propuesta del Ministerio de Turismo sobre preparación del personal a la empresa ----- 41

### CUADRO 5

Facilitación de las Instituciones Bancarias para la concesión de créditos ----- 42

### CUADRO 6

Apreciación de tramitación excesiva para la concesión de créditos bancarios ----- 43

### CUADRO 7

Ofrecimiento del Ministerio de Turismo de inducciones técnicas para un eficiente manejo administrativo del negocio ----- 44

### CUADRO 8

Facilitación del Ministerio de Turismo de estrategias de mejora necesarias para el posicionamiento del negocio en el sector ----- 45

## **CUADRO 9**

Apreciación de creación de barreras de entrada mediante la asociación de negocios del sector turístico ----- 46

## **CUADRO 10**

Propuesta de los organismos competentes para el mejoramiento de la gestión y desarrollo del negocio ----- 47

## **CUADRO 11**

Apreciación sobre productos y servicios acordes a la satisfacción del cliente ----- 48

## **CUADRO 12**

Percepción de productos y servicios con calidad estandarizada en el mercado --- 49

## **CUADRO 13**

Verificación de la hipótesis general y las particulares----- 51

## INDICE DE FIGURAS

### FIGURA 1

Percepción acerca de la capacitación técnica del personal como acción para el desarrollo competitivo del negocio ----- 40

### FIGURA 2

Recibimiento de propuesta del Ministerio de Turismo sobre preparación del personal a la empresa ----- 41

### FIGURA 3

Facilitación de las Instituciones Bancarias para la concesión de créditos ----- 42

### FIGURA 4

Apreciación de tramitación excesiva para la concesión de créditos bancarios----- 43

### FIGURA 5

Ofrecimiento del Ministerio de Turismo de inducciones técnicas para un eficiente manejo administrativo del negocio ----- 44

### FIGURA 6

Facilitación del Ministerio de Turismo de estrategias de mejora necesarias para el posicionamiento del negocio en el sector ----- 45

### FIGURA 7

Apreciación de creación de barreras de entrada mediante la asociación de negocios del sector turístico ----- 46

### FIGURA 8

Propuesta de los organismos competentes para el mejoramiento de la gestión y desarrollo del negocio ----- 47

**FIGURA 9**

Apreciación sobre productos y servicios acordes a la satisfacción del cliente ----- 48

**FIGURA 10**

Percepción de productos y servicios con calidad estandarizada en el mercado --- 49

**FIGURA 11**

Ruta de las cascadas - Grillo de la Peña ----- 57

**FIGURA 12**

Ruta de las cascadas - Grillo de la Peña ----- 57

**FIGURA 13**

Comunidad Shuar ----- 58

**FIGURA 14**

Encuesta al Guía Turístico Roberto Bustamante en la Hostería Casa de Piedra -- 58

**FIGURA 15**

Diálogo a turista visitando Casa Modelo de Bucay ----- 59

**FIGURA 16**

Conversación con turista visitando la Estación de Ferrocarril en Bucay ----- 59

**FIGURA 17**

Diálogo con turista visitando la Estación de Ferrocarril en Bucay ----- 60

**FIGURA 18**

Conversación con el Alcalde de Bucay, Lic. Rubén Miranda ----- 60

**FIGURA 19**

Turistas visitando el Rio Chimbo en el Puente de Bucay ----- 61

## RESUMEN

El trabajo está compuesto por el tema principal de la investigación el cual radica en estudiar las Características de las PYME del sector turístico localizadas en la zona 5, del Cantón Bucay periodo Junio 2014 a Junio 2015. Al percibir un desconocimiento por parte de los empresarios en las características principales de las PYME y que les está perjudicando en el logro de sus metas en el mercado; todo se produce por otros problemas que obstaculizan el correcto desarrollo del negocio. Mediante un análisis perspectivo se observa que los inconvenientes presentes radican en la carencia de capacitación técnica del personal que labora en el negocio lo que ocasiona que los individuos que trabajan en la organización realicen sus actividades de manera empírica sin asesoramiento técnico que enriquezca su intelecto y eleve su eficacia laboral. También los trámites excesivos y la dificultad que existe en las instituciones bancarias para la concesión de créditos financieros hacia los dueños de las PYME del sector turístico incurre en la escasa liquidez e inversión de sus hoteles y restaurantes, se visualiza como otro problema que aqueja al sector, además la falta de organización administrativa por parte de los miembros que conforman el proceso de las actividades incide en la eficiente fluidez del desarrollo de las tareas a realizar, y la falta de productos y servicios que satisfagan las necesidades y cumplan con los estándares de calidad que exige el mercado, es otra realidad crítica que enfrenta las PYME y que no les permite incrementar la eficacia del emprendimiento.

Para la comprobación de la hipótesis tanto general como particular se utilizó como herramienta de investigación la encuesta y la entrevista la misma que será gestionada hacia los dueños de negocios del sector turístico de la ciudad de Bucay, además de la observación pertinente que se realizó en el problema; con el objetivo de verificar y constatar las hipótesis planteada para luego proceder al análisis de los datos a través del desglose de la información, y deducir conclusiones y posibles soluciones al caso.

**Palabras Claves:** Turismo – PYME – Eficiencia – Región - Asesoramiento – Mercado - Inversión

## ABSTRACT

The work consists of the main subject of research which lies in the study of the characteristics of the tourism sector PYME located in zone 5, the Bucay City period June 2014 to June 2015. Sensing a lack on the part of employers in the Main characteristics of PYME and that it is hurting them in achieving their goals in the marketplace; everything is produced by other problems that hinder the smooth running of the business. Using a prospective analysis shows that the present problems lie in the lack of technical training of staff working in the business which causes individuals working in the organization of operations of empirically without technical advice to enrich and elevate his intellect their working efficiency. Also, excessive paperwork and the difficulty in banking institutions for granting financial credits to owners of PYME in the tourism sector incurs the limited liquidity and investment of its hotels and restaurants is seen as another problem affecting the sector besides the lack of administrative organization by the members involved in the process of activities affects the efficient flow of development tasks, and the lack of products and services that meet the needs and meet the quality standards market demands is another critical situation facing PYME and not allowing them to increase the efficiency of the enterprise.

To test both general hypotheses as particularly the survey and the interview was used as a research tool it will be managed to the owners of businesses in the tourist sector of the city of Bucay, besides the pertinent observation that was made in the problem; in order to verify and confirm the hypothesis and then proceed to the analysis of data through the breakdown of the information, and draw conclusions and possible solutions to the case.

**Keywords:** Tourism - PYME - Efficiency - Region - Consulting - Market - Investment

## INTRODUCCIÓN

Actualmente las PYME del Ecuador atraviesan por una situación crítica que las lleva al borde de desaparecer del mercado ecuatoriano, ya sea por los problemas propios e internos de ellas que se generan en la mayoría por el pensamiento errado de los propietarios o por la formación arcaica y caduca de estos en relación a la perspectiva del negocio en marcha, sea cual fuera la razón, la sola presencia de las PYME en el aparato productivo del país constituye de vital importancia ya que ayudan a la generación de plazas de trabajo, a la dinamización de la economía, a la participación en el Producto Interno Bruto de un Estado y sobre todo a la aportación del aparato productivo del país, ayudando además al desarrollo de las familias mediante los salarios que perciben los empleados de las distintas clases sociales y representa una gran ayuda para los diferentes sujetos que participan de sus procesos, como proveedores, clientes, instituciones financieras, propietarios, empleados, que intervienen en el día a día en los flujos del negocio.

De manera general a nivel mundial representan en promedio el 80% de los negocios de una economía. El rol de las PYME tiene gran relevancia ya que ayudan y se benefician del comercio internacional al formar parte de la cadena de valor de grandes exportadores locales, además de exportar productos y servicios para nichos especializados de la matriz productiva; el aspecto más relevante está dado por la promoción de la actividad emprendedora, el fomento de la innovación y la capacidad de diversificación y el alto contenido de valor agregado en cuanto a productos y servicios.

Este estudio tiene como fin específico determinar las características principales de las PYME del sector turístico del Cantón Bucay, sobre todo en determinar el nivel de eficiencia que presenta el capital humano que posee cada negocio, la calidad y seguridad satisfactoria de cada producto y servicio que ofrece al mercado y el resurgimiento en las regiones que cubren y tienen presencia en el día a día.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Problematización**

En el mundo el rol de las PYME tiene gran importancia ya que contribuyen y se benefician del comercio internacional al formar parte de la cadena de valor de grandes exportadores locales, además de exportar productos y servicios para nichos especializados del mercado; el aspecto más relevante está dado por la promoción de la actividad emprendedora, el fomento de la innovación y la capacidad de diversificación y el alto contenido de valor agregado en cuanto a productos y servicios. De manera general a nivel mundial representan en promedio el 80% de los negocios de una economía.

En América Latina, la característica principal de la mayor parte de las PYME constituidas es que estas son de antecedentes domésticos, que actúan bajo métodos retrogradados, y su mayor falencia quizás es la carencia de aplicación de información integrada; de esta realidad prescrita se encuentran arraigadas las PYME en los diferentes entornos del mercado; Ecuador es un país que desde finales de los años 1999 a 2000 afrontó una crisis económica que desoló completamente a la nación en materia de liquidez financiera, además de la dolarización, la política monetaria inestable y otros sucesos que inmutaron al país y lo arrastraron hacia una profunda depresión colectiva; a partir de los años 2000, el fenómeno social de la migración fue quien puso en marcha a la

país inyectando capital a través de la llegada de las remesas de dinero de los migrantes, desde entonces ha venido manteniendo un crecimiento sostenido en muchos aspectos tales como educación, política, transporte, salud, entre otros. No es de aislado caso la situación por la que además atravesaron las pequeñas y medianas empresas del Ecuador en lo descrito anteriormente, a lo cual también se resalta la importancia de la presencia y aporte a la economía ecuatoriana.

El estudio participativo de las PYME no está asociado solamente por su potencial redistributivo y la capacidad para fomentar el desarrollo de las comunidades a través del empleo, y la generación de riqueza sino también por los principales problemas que atraviesan las PYME hoy en día. Mediante un análisis perspectivo se observa que los inconvenientes presentes radican en la carencia de legalidad de la empresa y sus actividades turísticas ya que estas no se encuentran registradas en los Organismos pertinentes del Estado lo que incide en limitar la existencia del negocio en el mercado, además otro problema presente es la falta de capacitación del personal que labora en la compañía lo que ocasiona que los individuos que trabajan en la organización realicen sus actividades de manera empírica sin asesoramiento perpetuo y técnico. También las barreras que existen en las instituciones bancarias para la concesión de créditos financieros hacia los propietarios de las PYME del sector turístico incurre en la escasa liquidez e inversión de sus hoteles y restaurantes y así generar un porcentaje de utilidad en el negocio competitivo, se visualiza como otro problema que aqueja al sector, y además la falta de organización administrativa por parte de los miembros que conforman el proceso de las actividades incide en la eficiente fluidez del desarrollo de las tareas a realizar, lo que desorganiza el tiempo utilizando métodos tradicionales administrativos que requiere cada una de estas, lo que es una realidad crítica de las PYME y que no les permite incrementar la eficacia de la compañía.

Pero ante todo cabe resaltar que las PYME ayudan a la generación de plazas de trabajo, a la dinamización de la economía, a la participación en el Producto Interno Bruto de un Estado y sobre todo a la aportación al aparato productivo del país, ayudando además al desarrollo de las familias mediante los salarios

que perciben los empleados de las distintas clases sociales y constituye de gran ayuda para los diferentes sujetos en los cuales participan de sus procesos, como proveedores, clientes, instituciones financieras, propietarios, empleados, que intervienen en el día a día en los procesos y flujos de los negocios.

Bucay es uno de los cantones con más recursos naturales que posee la provincia del Guayas, se encuentra en un ramal de la Cordillera Occidental al pie del Rio Chimbo, quedando en medio de las provincias de Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Cañar. Según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo del año 2010 posee 10.642 habitantes en el área urbana y rural, su territorio tiene una extensión aproximada de 154 km<sup>2</sup>. Los principales atractivos turísticos del cantón Bucay son los que ayudan a esta ciudad al desarrollo local y económico de la región y sus habitantes, que mediante el emprendimiento de las PYME del sector turístico constituyen una fuente de ingresos y una determinante generación de empleo; todas estas actividades puestas en marcha en el mercado no se realizaran si no fuera por la explotación de las riquezas naturales y ambientales del territorio; el cantón Antonio Elizalde (Bucay) es un sitio privilegiado por la naturaleza. Está rodeado de bosques y numerosas cascadas; entre las provincias de Guayas, Chimborazo y Bolívar existen 120 cascadas de las cuales 40 se ubican en Bucay y otras en Bolívar, en la zona limítrofe. Las atracciones turísticas se dividen en: sitios naturales, manifestaciones culturales y realizaciones técnicas o artísticas. (MEMORIA TÉCNICA CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE BUCAY, 2013)

Además el sector turístico cuenta con infraestructuras de alojamiento, donde existen 1 hostería, 2 hostales y 1 pensión, donde ofrecen hospedaje a los turistas; también existen 13 restaurantes de comidas típicas de la localidad. Para el esparcimiento existen 3 discotecas y 1 karaoke donde se puede disfrutar de la diversión nocturna. (ESCALANTE RODRIGUEZ, 2003)

### **1.1.2 Delimitación del problema**

El lugar en el que se desarrollará nuestra investigación está delimitado de la siguiente manera:

**País:** Ecuador

**Zona 5** (Litoral)

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Bucay

**Sector:** Turístico

**Periodo:** Junio 2014 a Junio 2015

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿Cuáles son las características de las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay, periodo Junio 2014 a Junio 2015?

### **1.1.4 Sistematización del problema**

- A. ¿Cuáles son las características del capital humano de las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay, periodo Junio 2014 a Junio 2015?
  
- B. ¿Cuáles son los tipos de productos o servicios que ofertan las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay, periodo Junio 2014 a Junio 2015?
  
- C. ¿Cuáles son las regiones que cubren las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay, periodo Junio 2014 a Junio 2015?

### **1.1.5 Determinación del tema**

Estudio de las Características de las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay, periodo Junio 2014 a Junio 2015

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo general**

Determinar las características de las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay, periodo Junio 2014 a Junio 2015.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- A. Determinar cuáles son las características del capital humano de las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay, periodo Junio 2014 a Junio 2015.
  
- B. Conceptualizar cuáles son los tipos de productos o servicios que ofertan las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay, periodo Junio 2014 a Junio 2015.
  
- C. Establecer cuáles son las regiones que cubren las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay, periodo Junio 2014 a Junio 2015

## **1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

El análisis está direccionado al establecimiento del estudio de las características de las PYME del sector turístico localizadas en la Zona 5 del Cantón Bucay, lo escrito en este trabajo servirá para cimentar la importancia de la presencia de las PYME del sector turístico en el país, ya que cumplen un rol imprescindible en el aparato productivo, pues con su gestión en el mercado ofertan bienes y servicios, y constituyen un factor determinante en la cadena de valor de la actividad económica del país. Además la presencia de las PYME ayuda a la generación de empleo, al crecimiento del entorno y a la inyección de liquidez en el mercado, a la vez disminuye los índices de pobreza y a una mejor distribución de la riqueza monetaria, y al manejo sostenible de la economía.

Los beneficios de las PYME del sector turístico en el Ecuador representan un factor potencial ya que a través del turismo le otorgan status al mercado ecuatoriano, y a la vez ayudan a su evolución, frente a la demanda del

consumo extranjero, ya que las actividades del sector inciden en el estilo de vida del turista a través de los atractivos naturales y arquitectónicos que visita, e incurre en la reactivación económica del país, la atracción de la inversión local y del exterior, y la trascendencia de las entradas de divisas del extranjero al país ya que con ellas aumenta el nivel de ingresos y aportes al Producto Interno Bruto.

Gracias a este sector, en el Ecuador el ingreso por turismo reportó para el año 2014 un total de \$1.487,2 millones de dólares, y la meta que se ha propuesto alcanzar para el año 2015 asciende a \$1.734,5 millones de dólares, y la tendencia para el 2018 se pronostica que supere los \$2.752 millones de dólares, además de la llegada de turistas al país que para el 2014 alcanzó los 1.557.000 personas, representando el 14% más que en el año 2013, siendo la mayoría procedentes de Colombia, Estados Unidos y Perú. (DIARIO EL UNIVERSO, 2015)

Al no existir una adecuada formalización legal de las PYME mediante los Organismos competentes, la capacitación técnica del personal a cargo realizada periódicamente, la reducción de trámites y requisitos para la concesión de créditos por parte de las instituciones financieras para la inyección de liquidez a la organización, y un eficiente manejo administrativo de los procesos y actividades en la pirámide organizativa conformaran una desventaja que tornaran a las PYME menos competitivas en el mercado y con un mayor porcentaje de vulnerabilidad para la desintegración del negocio en el sector.

La realidad aconseja que al no llevarse a cabo los análisis adecuados en las PYME del sector Turístico, no se sabrá las características reales de estas pequeñas y medianas unidades de negocios, lo que además beneficiará a todos los elementos que están inmiscuidos tanto directa como indirectamente en las actividades de este sector.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

A lo largo de la historia queda plasmada en la realidad el formulismo teórico, el cual tuvo su máxima expresión en los conceptos emitidos por la Fundación German Marshall a comienzos de 1985, en su teoría sobre el desarrollo y el crecimiento económico centrado en la pequeña y mediana empresa. Bajo el esquema del Estado desarrollador proyectaba el empuje económico así como la modernización industrial acelerada, aspecto que rompería los cordones de pobreza y desempleo; esto generó un concepto político proclive a la concepción de nuevos negocios, la libre empresa y el desarrollo integral.

La versión industrial de la teoría del crecimiento basado en pequeñas empresas se hizo tan popular en los años 80 especialmente entre los políticos. Un surgimiento de sentimientos localistas, aunado a la promesa de que cualquier ciudadano con iniciativa empresarial y mínimo de inversión podría competir y ser exitoso, atrajo el discurso político del momento, y con ello el apoyo y estímulo a esta propuesta de pequeña empresa.

Las PYME son el producto de la evolución histórica necesaria del proceso postindustrial tras el agotamiento de los esquemas masivos y estandarizados de producción y de las estructuras propuestas por el Fordismo (se refiere al modo de producción en cadena que llevó a la práctica Henry Ford, el que supone una combinación de cadenas de montaje, maquinaria especializada, altos salarios y un número elevado de trabajadores en plantilla) (DE MATIAS BATALLA, 2012)

En la historia de las PYME a nivel mundial se presumen cinco posibles cambios de la gran empresa a PYME, entre ellos constaba la desintegración vertical de las grandes empresas, con la finalidad de huir de las centrales sindicales, de los salarios elevados y de los climas antagónicos de negocio; así como las clausuras concentradas entre las mayores empresas y unidades productivas, también el desplazamiento secular desde la producción con sus grandes infraestructuras hacia los servicios con su pequeña estructura en general; además de la reducción estratégica de los grandes conglomerados como parte de una concentración hacia las actividades nucleares o intrínsecas y el auténtico crecimiento desproporcionado en la actividad de las pequeñas empresas. (Revista Venezolana de Gerencia, 2007)

Cabe destacar que la aparición de las pequeñas y medianas unidades de negocios en el escenario productivo del Ecuador data de mediados del siglo XX, con la presencia del modelo sustitutivo de importaciones, que a través de la vida republicana el aparato productivo ha pasado por tres etapas radicales que son el Periodo Agroexportador; el Periodo de Industrialización sustitutiva de importaciones y el Periodo neoliberal y dolarización.

A partir de la década de 1950 se establecieron las primeras PYME, estas en su mayoría se crearon con una estructura cerrada, de origen familiar, dedicadas principalmente a actividades: textil y confecciones, cuero y calzado, papel e imprenta y minerales no metálicos, pues eran estas actividades donde precisamente habrían tenido mayor posibilidad de establecerse los pequeños talleres personales y familiares; a partir de la década de los 80 se produce una etapa de desaceleración productiva en la que será necesario un cambio en la

Política económica y se adopta un nuevo modelo de desarrollo mediante medidas, sin embargo la aplicación de estas medidas no fueron suficientes para frenar la crisis económica en el país y por el contrario se agudizó aún más la mala situación económica del país desembocando la crisis financiera y política de 1999. Estos hechos llevaron a que las empresas se preocupen solamente por la supervivencia y estabilidad económica interna, buscando obtener los niveles más altos de productividad e ingresos y mejores condiciones de trabajo, lo que representaría el inicio de una segunda etapa en la historia de la evolución de las PYME, donde estas deben afrontar diversos retos como un mercado más exigente y cambiante, ofrecer mejores y más variados productos a mejores precios, incorporar tecnología avanzada, mejorar la calidad para lograr ser más competitiva en el mercado. (GUALOTUÑA REIMUNDO, 2011)

Históricamente el impulso del Turismo en el Cantón Bucay comenzó mediante la construcción del ferrocarril cuyo fin primordial era el de unir la Sierra con la Costa, en donde concluía el tramo del tren de Yaguachi hasta la ciudad de Quito, en un principio se encontraba manifestado en la orilla derecha del Rio Chimbo y se lo llamaba Recinto El Carmen, actualmente de nombre Recinto la Victoria. Por motivos de índole política se cambió la ruta registrada del tren y surge el abra que deja el Rio Chanchán en su recorrido hasta la península costera, y de esta manera las provincias de Guayas y Chimborazo se unieron a través del puente sobre el Rio Chimbo, el cual fomentaría el nacimiento del desarrollo económico y por sobre todo turístico de la región, quedando atrás el temor de amenazas por los desbordamientos de ríos y esteros, lo que impedía el desenvolvimiento de estas zonas de la Costa rezagadas y marginadas por las administraciones municipales hasta ese momento. Al borde de estas orillas nacieron haciendas que se encargaban de sembrar y producir frutas típicas del trópico.

Así es como comenzó a beneficiarse la línea ferrocarrilera que poco a poco fue desentrañando el porvenir y a afianzar el turismo de la región, lo que se sumó a las formaciones de la naturaleza como cascadas, bosques que cautivaban a los visitantes, cobrando importancia en los territorios de la ciudad denominándose la “Tierra del Recuerdo”. Hasta el año de 1907 este territorio entelarañado de Bucay como Terminal Ferroviaria empezó a progresar, ya que era el lugar donde confluían los trenes del Sur y del Norte lo que permitía un desarrollo comercial, más tarde el Ingenio Azucarero Valdez con el afán de convertir la Hacienda San Rafael en ganadera, atrajo a un caudal de personas de muchas partes del país por razones de trabajo, para hacer permanente su estadía ya que descubrieron un paradisiaco sector; todo fue igual hasta 1975 en que inicio la decadencia del ferrocarril por su competencia con el transporte de carretera y la falta de interés de los gobiernos competentes, luego en abril del 2008 inicia nuevamente el proceso de rehabilitación del Ferrocarril como un proyecto de desarrollo del gobierno del Ec. Rafael Correa para impulsar un turismo sostenible que sirva como medio de encuentro entre culturas, territorios y costumbres lo que nuevamente beneficia al Cantón Bucay ya que el tren atraviesa sus regiones y promueve la explotación de sus atractivos turísticos. (VIAJANDOX COLOMBIA-ECUADOR , 2013)

### **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

Revisando los archivos correspondientes de los proyectos que se han realizado en la carrera de Ingeniería Comercial, encontramos en la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, proyectos que hablan sobre PYME, pero que no tienen ninguna relación con el tema de nuestra tesis, por lo que se inició esta investigación.

Los proyectos son los siguientes:

**TITULO:** Estudio y diseño de estrategias de negocios enfocadas en las áreas de comercialización y talento humano para las pymes del cantón Milagro.

**AUTOR:** Zapata Saona, Eibi Zulay, Rodríguez Zavala, Néstor Antonio

**TUTOR:** Valderrama Barragán, Edwin Favio

**CIUDAD Y FECHA:** Milagro, Abril del 2014

**HIPÓTESIS:** La escasa utilización de estrategias de negocio que registran determinadas pymes del cantón Milagro incide en los niveles de rentabilidad obtenidos en los años 2012-2013.

**MUESTRA:** 83 PYME del cantón Milagro.

**RESUMEN:** Dentro del mercado comercial realizar estrategias de negocios es muy importante para toda empresa más aun cuando se tienen relación directa con la rentabilidad dentro de los pequeños y medianas empresa en la actualidad los negocios Milagreños no cuentan ni aplican e estrategias que ayuden al mejoramiento del desarrollo empresarial y aquellas que diseñan para su negocios no las aplican en su perfección. Para realizar este tipo de investigación se utilizaran varios métodos científicos que existen para la elaboración y desarrollo que nos permitirán analizar y recomendar soluciones a los problemas existentes que mantienen las PYME del Cantón Milagro, para lograr un mejor beneficio ya sea esta para la organización dentro lo cual básicamente la conforman propietarios, empleados, clientes se aplicaran varias técnicas que nos permitan reacondicionar y formalizar estudios que conlleve a las PYME a cumplir su objetivos propuestos, por medio de la propuesta establecida se proporcionara a los dueños de los negocios el diseño de estrategias en sus áreas funcionales para corregir falencias que se han mantenido en el transcurso de los últimos años y esto se han visto reflejado en sus niveles de rentabilidad.

**CONCLUSIONES:** En la actualidad los niveles de ventas que han procreado las pymes del cantón Milagro no han sido muy favorables durante estos últimos periodos debidos que no han incrementado su rentabilidad durante su tiempo de operación. Hay varios factores que han incidido esta operación financiera como la que podemos nombrar, la competencia con un mejor capital además de una mejor infraestructura, los costos operativo que tiene la pymes de Milagro, Falta de compromiso del Talento Humano y servicios que se ofrecen a los consumidores (ZAPATA, Eibi Sulay, 2014)

**TITULO:** Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoría y capacitación integral para el crecimiento y desarrollo de las Pymes en la ciudad de Milagro.

**AUTOR:** Orellana Guin, Holger Luis, Vera Valero, Johanna De Las Mercedes

**TUTOR:** Ramírez Granda, Roberth Fabián

**CIUDAD Y FECHA:** Milagro, 2012

**HIPÓTESIS:** La escasa capacitación de los gestores de PYMES incide en el crecimiento y desarrollo empresarial en la ciudad de Milagro.

**MUESTRA:** 325 empresas

**RESUMEN:** "Trabajo se ha direccionado al sector de las pymes de la ciudad de Milagro, con el fin de impulsar el desarrollo organizacional de estas entidades. La importancia de la asesoría a las ""PYME es dar a conocer al usuario sobre la capacidad de administrar, desarrollar y potenciar el capital intelectual que es el único camino seguro para hacer más competitiva a la organización. El presente trabajo tiene como objetivo investigar cuáles son las habilidades y competencias que debe poseer un usuario que desea utilizar herramientas de inteligencia de negocios, además, establecer en qué nivel se encuentra la gestión de su empresa, determinando los pasos a seguir para llegar al siguiente nivel. Con el propósito de conocer de qué manera se ha plasmado la información, como primer paso se planteó la problemática planteada, sus objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, también se ha realizado una pequeña reseña histórica sobre el sector de la pymes, así mismo se estableció las hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables. En el marco metodológico se estableció el universo; es decir se tomó una porción de la población, para realizar el cálculo de la muestra, se utilizó un instrumento investigativo conocido como la encuesta que va dirigida a la ciudadanía Milagreña, una vez adquiridos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se pudo conocer que este casco comercial necesita de una asesoría integral y de capacitación a las pyme de esta localidad, por ello se consideró altamente viable esta propuesta la cual se compone de una filosofía corporativa, desde su misión, visión, organigrama, manuales de funciones, etc.

Además se realizó el diseño de un logotipo, el cual representara la identidad de esta organización, seguidamente se realizó una proyección de gastos, ingresos e inversión de activos, donde se demostró la rentabilidad de la empresa a través de los estados financieros y los sus respectivos índices como el VAN y TIR. Para concluir con este trabajo se efectuó las respectivas conclusiones y recomendaciones, las mismas que deben ser tomadas en consideración para optimizar las actividades internas y externas de la PYME".

**CONCLUSIONES:** Los encuestados indicaron que las capacitaciones ayudan a fortalecer los conocimientos, puesto que día a día se presentan avances en la administración de las PYME. Los gestores de las PYME han asistido rara vez a capacitarse puesto que desconocen de algún sobre sus deberes y obligaciones, que los conlleven a la mejora continua. En la actualidad el sector de la PYME se ha vuelto un mercado muy competitivo, por ello, es necesario contar con bases administrativas, contables, tributarias entre otras, para poder competir con la alta rivalidad presente en este casco comercial. (ORELLANA, Holger Luis , 2012)

**TITULO:** Estudio de factibilidad para la implementación de una oficina dedicada a ofertar servicios de asesoría administrativa financiera, tecnológica y mercadotécnica para contribuir con la innovación y desarrollo de las MiPymes de la zona céntrica del cantón Milagro

**AUTOR:** Delgado Gonzalez, Jessica Carolina, Guevara Macías, Washington Olivo

**TUTOR:** Gamboa Poveda, Jinsop Elias

**CIUDAD Y FECHA:** Milagro, Abril del 2013

**HIPÓTESIS:** El desarrollo de las MIPYMES de la zona céntrica del cantón Milagro se ve afectado al no implementar estrategias innovadoras.

**MUESTRA:** 122 mipymes

**RESUMEN:** EL presente proyecto tiene como finalidad de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de impulsar el desarrollo e innovación de MIPYMES en la zona céntrica del cantón Milagro con el afán de promover el turismo, disminuir el desempleo y desarrollar nuevos negocios que generan un impulso comercial en el cantón

Para ello está analizando la posibilidad de innovar las MIPYMES realizando estudios, planes de inversión y capacitación las mismas que promueven un alto nivel de desarrollo comercial.

El primer capítulo: Consiste específicamente en el planteamiento del problema, en la delimitación y la evaluación del mismo lo cual nos permite darnos cuenta de la importancia que tiene la innovación de las MIPYMES en la zona céntrica del cantón Milagro. Donde se ha establecido los objetivos generales y específicos que abarcan los logros y beneficios que pretendemos alcanzar con el desarrollo del mismo. La justificación nos explica el porqué de nuestro proyecto la importancia y seriedad ya que esto nos ayuda al crecimiento socioeconómico de nuestra sociedad.

El segundo capítulo: Se fundamenta en las diferentes investigaciones que hemos realizado sobre el tema planteado, en su fomentación científica consta la respectiva reseña histórica que nos da amplios conocimientos sobre la importancia de este trabajo investigativo.

El tercer capítulo: Aquí nos referimos a la modalidad de investigación que es de campo y también la bibliografía que nos permite definir claramente el problema existente, el mismo que nos da la pauta para el respectivo estudio e investigación de la muestra que estamos considerando para el desarrollo del presente tema. Además hemos aplicado la técnica conocida como la encuesta, dirigida a la ciudadanía Milagreña.

En el cuarto capítulo: tenemos las respectivas preguntas planteadas en la encuesta las mismas que se realizaron y aplicaron a la muestra poblacional tomada como referencia para realizar nuestro estudio de mercado, las cuales fueron aplicadas en su totalidad pudiendo obtener los resultados esperados y un correcto análisis a través de esta técnica investigativa.

En el quinto capítulo: Hemos establecido una propuesta que aporta de forma positiva al desarrollo empresarial de las MIPYMES en la zona céntrica del Cantón Milagro, lo que permita dar a conocer como está basado nuestro proyecto de asesoría en base a las estrategias que utilizamos, el financiamiento establecido, la estructura funcional y cada uno de los procesos que hemos considerado factibles para nuestro proyecto.

**CONCLUSIONES:** En cuanto a la evaluación económica se garantiza que en cifras financieras el proyecto es viable porque obtuvimos una TIR del 38%, esto nos demuestra un buen rendimiento esperado con respecto a nuestras perspectivas económicas al desarrollar este proyecto. En el sector microempresarial es necesario fomentar una cultura organizacional, financiera, tecnológica y de marketing para que las MIPYMES del cantón obtengan un posicionamiento estable en el mercado. (GUEVARA, Washington Olivo, 2013)

**TITULO:** Creación de un centro de capacitación para el uso apropiado de herramientas tecnológicas, aprovechando las oportunidades de mejora en sus niveles de competitividad de Pymes de la ciudad de Milagro.

**AUTOR:** Coloma Barzola, Inés Katherine, Garzón Castro, Sandy Nathaly

**TUTOR:** Gamboa Poveda, Jinsop Elias

**CIUDAD Y FECHA:** Milagro, Abril del 2013

**HIPÓTESIS:** La pérdida de oportunidades de mejora en los niveles de competitividad de las PYME, de la Ciudad de Milagro se debe al escaso manejo tecnológico de sus Administradores.

**MUESTRA:** 325 Dueños o Administradores de las diferentes PYME existentes de la Ciudad de Milagro.

**RESUMEN:** Este presente estudio se lo direcciona al sector de las pyme de la ciudad de Milagro, con la finalidad de inducir el desarrollo empresarial y económico de este tan importante sector. La calidad de capacitación hacia este sector es dar a conocer a los administradores el uso de herramientas tecnológicas, implementándolas, aprovechando oportunidades que brinda esta herramienta, que en la actualidad nos ayuda ser mucho más competitivos. Tiene como objetivo analizar los diversos problemas que presentan este importante sector con la finalidad de aportar con herramientas de estrategias, servicio tecnológico de calidad de este sector, aportando al desarrollo económico empresarial de la Ciudad de Milagro. La tecnología por lo general va de la mano con el crecimiento de las Pyme siendo más rentable de manera eficiente al implementar marketing digital.

Hay que recalcar mucho que para estar a la vanguardia de las grandes empresas hay que renovarse siempre, la tecnología siempre va de la mano con la creatividad e innovación estos dos conceptos por lo general circulan por el mismo camino pues existe una relación de complementariedad entre ellos. De alguna u otra manera una aplicación de esta función en la micro empresa da una dosis previa de elevada creatividad y novedad llamando la atención de los clientes la cual a su vez también traerá sus dificultades al momento de sobrevivir en un entorno global, caracterizado por el incremento constante de la intensificación de la competencia, entre los diferentes productores ya sea de bienes y/o servicios. Este proceso a su vez entre tecnología, creatividad e innovación fomenta un espíritu emprendedor con énfasis dentro de las etapas preliminares del llamado “Ciclo de emprendimiento” un momento para el desarrollo de las capacidades creativas como insumo clave del proceso de identificación de oportunidades. Las Pyme de la ciudad de Milagro al implementar tecnología ganarían ventajas siempre y cuando aprovechen las oportunidades que esta herramienta ofrece.

**CONCLUSIONES:** Los encuestados probaron que las diferentes capacitaciones ayudan a fortalecer sus conocimientos en base a tecnología puesto que día a día existen nuevas tendencias tecnológicas la cual incluyen en beneficios para los diferentes microempresarios de las PYME. Considerando una gran oportunidad la Creación de TECGLOBAL nuestro Centro de Capacitación Tecnológica dirigido a los Administradores de la Ciudad de Milagro que se dedican a brindar servicios de diferentes áreas de las PYME. En la actualidad el sector de las PYME se ha vuelto un mercado muy competitivo, por lo cual es necesario innovar como implementar estrategias con bases tecnológicas para sobresalir de las demás y poseer una alta capacidad de competencia, generando fuentes de trabajo en este sector comercial lo que beneficiaría en gran parte a este cantón. (COLOMA, Katherine, 2013)

**TITULO:** Estrategias a implementar para lograr una aplicación exitosa de un programa de capacitación en coaching para mejorar la gestión de las Pymes de Milagro.

**AUTOR:** Nieto Solórzano, Maybeline Lorena, Torres Troya, Virgilio Gabriel

**TUTOR:** Serrano Mantilla, Héctor Bladimir

**CIUDAD Y FECHA:** Milagro, 2014

**HIPÓTESIS:** El administrador eficaz del talento humano de una PYME en Milagro logra la aplicación del coaching sustentado en un conocimiento técnico necesario para el mismo.

**MUESTRA:** 154 PYME

**RESUMEN:** El presente estudio se lo efectuó en la ciudad de San Francisco de Milagro y dirigido exclusivamente al sector pyme que desarrolla sus actividades dentro de la ciudad por considerar que es un segmento muy amplio y de gran importancia en la economía de la ciudad y el país, siendo en por las características de sus habitantes y las facilidades para su conformación, un tipo de negocio que se ha multiplicado en nuestra ciudad. Para efectos de conocer funcionamiento de las pyme decidimos investigar la gestión de sus administradores y vinculados exclusivamente con talento humano y una de las principales herramientas con las que cuentan dichos administradores como lo es el coaching, que en la actualidad se convierte en un elemento vital para el éxito de las organizaciones. Con la finalidad de obtener información sobre la utilización de los elementos que constituyen el coaching y el conocimiento en general de este término y su importancia se determinó como población a la totalidad de administradores Pyme, a la cual fue necesaria calcular una muestra esta se le aplicó una encuesta. Además se utilizó otra técnica de recopilación de datos como lo es la entrevista, la que estuvo dirigida a especialistas con amplio conocimiento en coaching que permitieron despejar inquietudes y ampliar criterios sobre la gestión en las pyme. Una vez analizado los resultados y comprobadas las hipótesis se estima que la solución idónea a la problemática objeto de estudio es la conformación de estrategias pragmáticas que permitan la optimización de los recursos con los que se cuenta en el medio a fin de lograr una colaboración mutua entre las Pyme y las entidades educativas, trabajando sinérgicamente en función de lograr el desarrollo y convertirse en un aporte importante en el desarrollo de la ciudad siendo fuente de empleo y formación para futuras generaciones.

**CONCLUSIONES:** La mayoría de los administradores Pyme de Milagro no cuentan con el conocimiento necesario para optimizar el Talento humano con el que cuenta en su organización.

Poca existencia de una estructura definida y clara que permita establecer líneas de comunicación eficientes, a fin de conocer las necesidades y potencialidades de los colaboradores. Algunos administradores Pyme tienen paradigmas errados y resistencia al cambio que no permite adquirir conocimientos que mejoren la gestión de sus organizaciones por lo que existe altos niveles de rotación de personal y por ende gastos innecesarios. (NIETO, Maybeline Lorena, 2014)

**TITULO:** Creación de una oficina de asesoría y desarrollo integral para el crecimiento y desarrollo de las PYMES dedicadas a prestar servicios en el cantón Milagro.

**AUTOR:** Rodríguez Villamar, Rosibel del Rocio

**TUTOR:** Gamboa Poveda, Jinsop Elias

**CIUDAD Y FECHA:** Milagro, 2013

**HIPÓTESIS:** La calidad de atención, incide en la satisfacción de los consumidores finales lo que permitan crear una oficina de Asesoría y Desarrollo Integral en la zona céntrica de la Ciudad para contribuir al desarrollo económico empresarial del Cantón Milagro.

**MUESTRA:** 324 PYME

**RESUMEN:** El presente de este estudio se lo direcciona al sector de las PYME en la ciudad de Milagro con la finalidad impulsar el desarrollo empresarial y económico de este importante sector. La importancia de la asesoría hacia este importante sector es dar a conocer a los administradores en gestión de servicios y filosofía de servicios de atención al cliente, sobre la importancia de tener satisfechos a los clientes. Este estudio tienen como objetivo analizar los diversos problemas que presentan este importante sector con la finalidad de aportar con herramientas y estrategias de gestión, de servicio en gestión de calidad, establecimiento parámetros de acuerdos a las normas ISO, además de establecer el nivel de gestión de este importante sector, aportando al desarrollo económico empresarial del cantón Milagro.

**CONCLUSIONES:** Los encuestados indicaron que la capacitación y el emprendimientos ayudan a fortalecer los procesos de la organización en la administración de las PYME.

Los administradores de las PYME, han asistido rara vez a capacitaciones puesto que desconocen las mejoras continuas en las actividades de la organización, que agreguen valor al servicio que se oferta. En la actualidad el sector de las PYME es un mercado competitivo, por ellos es necesario contar con una filosofía de servicio al cliente para ofertar servicios de calidad y que los clientes se sientan satisfechos, con la finalidad de tener posicionamiento en el mercado. (RODRIGUEZ, Rosibel, 2013)

## **2.2 MARCO LEGAL**

Luego de la revisión de documentos de naturaleza legal que le den testimonio referencial y soporte a la investigación, el presente proyecto se fundamenta en las siguientes bases legales:

### **LEY DE DESARROLLO DE LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO, LA CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE EMPRESAS SOCIALES EN EL ECUADOR COMO MECANISMO DE GENERACIÓN DE EMPLEO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO**

#### **CAPITULO I MARCO INSTITUCIONAL**

**ARTÍCULO 7.- PLIEGUE LA SECRETARÍA NACIONAL PARA EL EMPRENDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE EMPRESA**, adscrita al Ministerio de Industria, o quien haga sus veces cuyas funciones son:

- Contribuir a la definición, formulación y ejecución de Políticas Públicas generales, transversales, sectoriales y regionales de promoción de la actividad emprendedora en los ecuatorianos
- Proponer la inclusión de planes, programas y proyectos de desarrollo relacionados con el emprendimiento;
- Ordenar e informar la oferta pública y privada de servicios de emprendimiento.

- Propone instrumentos para evaluar v la calidad de los programas orientados al fomento del emprendimiento y la cultura empresarial, en la educación formal y no formal;
- Articular los esfuerzos nacionales y regionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento y la actividad emprendedora y faciliten el crecimiento de proyectos productivos;
- Establecer pautas para facilitar la reducción de costos y trámites relacionados con la formalización de emprendimientos (constitución legal, marcas, patentes, registros, sanitarios, entre otros);
- Proponer instrumentos que permitan estandarizar la información y requisitos exigidos para acceder a recursos de cofinanciación en entidades gubernamentales;
- Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procesos y procedimientos en todas las fases del emprendimiento empresarial;
- Emitir avales a los planes de negocios que concursan para la obtención de recursos del Estado, a través de alguna de las entidades que se crean en el marco de la ley de presente.
- Planificar y acompañar la implementación de la estrategia prevista para el desarrollo del emprendimiento que deberá constar en los Planes De Gobierno o Planes De Desarrollo.
- Presentar informes mensuales a la sociedad sobre las acciones y programas realizados en torno al emprendimiento.
- Promover el desarrollo de diagnósticos y estudios sobre el emprendimiento.
- Monitorear indicadores de gestión sobre el desarrollo de la actividad emprendedora en el país y la región.
- Fomentar la conformación y operación de secretarías regionales de fomento y desarrollo de la actividad emprendedora así como la formulación de políticas regionales de desarrollo para dichas empresas.
- Procurar la activa cooperación entre los sectores público y privado, en la ejecución de los programas de apoyo a la actividad emprendedora

- Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante decreto expedido por el Gobierno Nacional en ejercicio de las facultades permanentes consagradas en la Constitución Política Del Ecuador.

**ARTÍCULO 8.- CONFORMASE LA "RED NACIONAL DE ORGANIZACIONES DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO"** conformada por los Centros De Educación básica, medios o superiores, Fundaciones Y Corporaciones sin fines de lucro, Incubadoras de empresas, Parques científicos y tecnológicos, gremios, asociaciones empresariales y demás instituciones, que dentro de sus objetivos se encuentre el desarrollo, fomento, y apoyo al emprendimiento, o que mantengan programas permanentes de apoyo a emprendedores, legal y debidamente constituidas y además se encuentren registradas en la Secretaría Nacional para el emprendimiento y la creación de empresas y que libre y voluntariamente deseen pertenecer y registrarse en esta red. Se constituirá como un espacio de discusión y análisis para que todas las instituciones que promueven y apoyan el emprendimiento en el país, se sientan partícipes y logren desarrollar acciones con base en los lineamientos contemplados por las mismas. Podrán convertirse en interlocutores válidos de las instituciones responsables de la operación.

La Red Nacional de Organizaciones de Apoyo al emprendimiento estará adscrita y dirigida por La Secretaría Nacional para el emprendimiento y la creación de empresa, la cual deberá mantener un registro permanente y actualizado de estas organizaciones. Los delegados o representantes de estas organizaciones miembros de la "Red Nacional de Organizaciones de apoyo al emprendimiento" deberán ser permanentes, mediante delegación formal del representante legal de la Institución, organización o gremio sectorial que representa

**ARTÍCULO 9.- LA RED NACIONAL DE ORGANIZACIONES DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO** se crean con el objeto de:

- Discutir y proponer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento
- Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento;
- Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10° de esta ley.
- Desarrollar acciones conjuntas que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos y actividades globales
- Las demás que consideren necesarias para su buen funcionamiento.

**ARTÍCULO 10.- MESAS DE TRABAJO PARA EL EMPRENDIMIENTO.** La Secretaría Nacional para el emprendimiento y la creación de empresa con la participación de la Red de Organizaciones de apoyo al emprendimiento integrará mesas de trabajo, que tendrán el siguiente objeto:

**1. Sensibilización:** Trabajar en el diseño y ejecución de un discurso unificado, orientado a motivar una sociedad para que se involucre en el emprendimiento. Lograr masificación del mensaje con una utilización más eficiente de los recursos

**2. Pre Incubación:** (Planes de Negocio): Identificar Oportunidades de Negocio y proponer una metodología de Plan de Negocios orientado a simplificar procesos en la región y adecuarlos a la toma de decisiones de inversionistas y del sector financiero.

**3. Financiación:** Impulsar y recoger en un sistema las fuentes de recursos financieros para los emprendimientos que se desarrollan en la región, permitiendo pasar de los estudios de factibilidad a empresas del sector real. Además deben proponer nuevos mecanismos viables de estructuración financiera (capital semilla, capital de riesgo, préstamos, financiación e inversionistas) a nivel nacional e internacional.

**4. Creación de Empresas:** La iniciación de operaciones de las empresas para que alcancen su maduración en el corto plazo y se garantice su auto sostenibilidad. Buscar mecanismos párrafo resolver problemas de comercialización e incentivar la investigación de nuevos mercados y nuevos productos.

**5. Capacitación Empresarial y Sostenibilidad:** Diseñar y dinamizar un modelo que diagnostique la gestión de las empresas (mercados, finanzas, técnicos, etc.) y faciliten planes de acción que permitan el mejoramiento continuo de las mismas y su sostenibilidad en el largo plazo.

**6. Sistemas de Información:** Articular y estructurar toda la información generada en las Mesas de Trabajo en un Sistema de Información, facilitando la labor de las instituciones participantes de la Red y en beneficio de los emprendedores, proporcionando información sobre costos y tiempos de los procesos de emprendimiento por entidad oferente. Esta información será un insumo para los programas de formación de emprendedores.

La red, podrá de acuerdo con su dinámica de trabajo establecer parámetros distintos en cada región e implementar nuevas mesas de trabajo de acuerdo con sus necesidades.

**ARTÍCULO 11.- ATENCIÓN A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR PARTE DE LAS ENTIDADES ESTATALES.** Sin perjuicio de la dirección y diseño de las políticas dirigidas al desarrollo y fomento de la actividad emprendedora dictadas por el Gobierno Nacional, las entidades estatales cuyo objeto institucional no sea específicamente la atención a la actividad emprendedora y creación de empresas, establecerán dependencias especializadas en este objetivo y asignarán responsabilidades para garantizar la materialidad de las acciones que se emprendan de conformidad con las disposiciones de la presente ley, en el ámbito de sus respectivas competencias.

Competerá exclusivamente a la Secretaría Nacional para el emprendimiento y la creación de empresa la Coordinación General de las actividades a favor de lo establecido en la presente ley que desarrollen las entidades de que trata este artículo. (LATIN GROUP, 2008)

## **CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN PARA LAS PYME**

El nuevo Código de la Producción, dedica varias secciones para hablar de la importancia de las PYME y a fomentar políticas económicas de ayuda para las PYME del país.

Las citas establecen lo siguiente:

El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYME, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.
- Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYME, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.

- Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYME, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de sector cada.
- Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYME en el comercio internacional.
- Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYME.
- Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYME, determinados por la autoridad competente en la materia.
- Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYME.
- Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYME. (GRUPO ENROKE, 2013)

## **PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, 2013-2017**

Este análisis va alineado al Objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir el cual establece lo siguiente:

### **Objetivo 10. Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva**

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

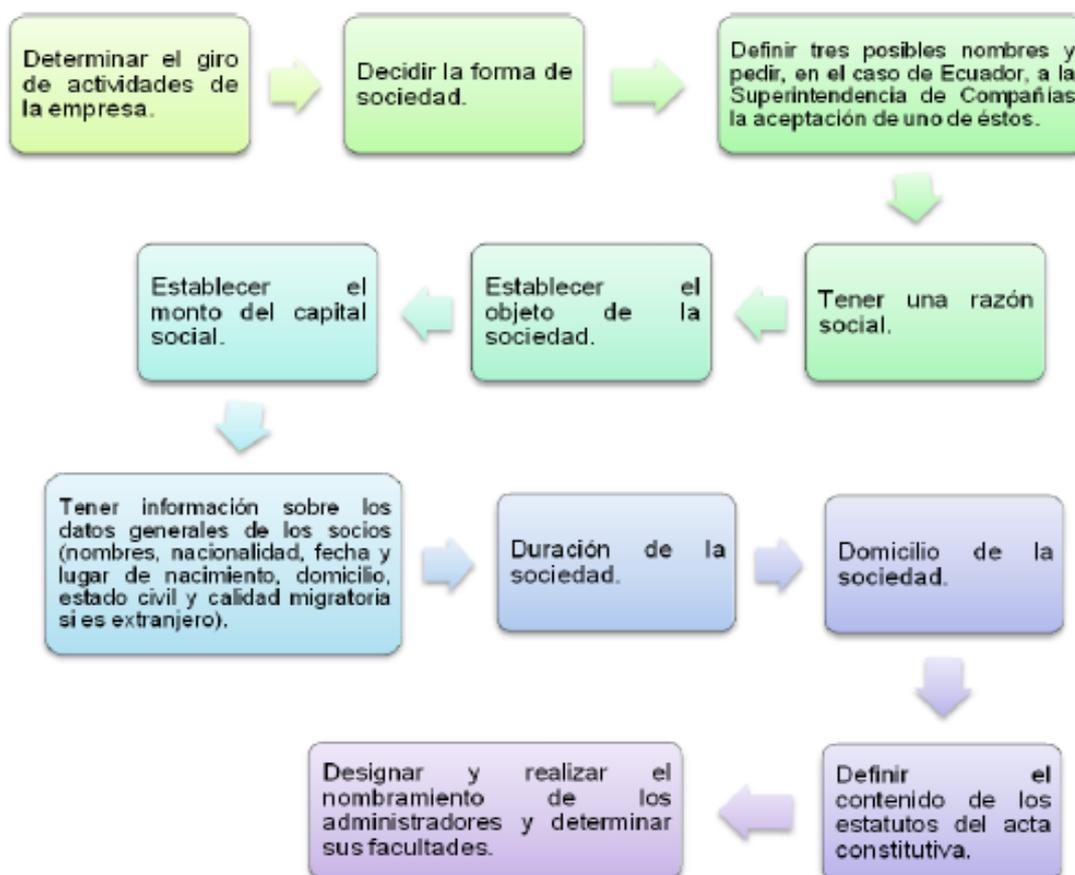
### **Políticas y Lineamientos Estratégicos**

#### **10.5.- Fortalecer la Economía Popular y Solidaria –EPS-, y las micro, pequeñas y medianas empresas –MIPYME- en la estructura productiva**

- a)** Establecer mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos.
- b)** Promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.
- c)** Fortalecer los mecanismos para reducir los márgenes de intermediación de la producción y comercialización en el mercado local.

- d)** Ampliar la capacidad innovadora, fomentar el desarrollo científico y tecnológico, y la capacitación especializada, para mejorar la diversificación y los niveles de inclusión y competitividad.
  
- e)** Impulsar el acceso a servicios financieros, transaccionales y garantía crediticia, en el marco de un modelo de gestión que integre a todo el sistema financiero nacional.
  
- f)** Fortalecer e impulsar el crecimiento adecuado del sector financiero popular y solidario, articulado a las iniciativas de desarrollo territorial productivo y de servicios.
  
- g)** Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas.
  
- h)** Implementar un sistema integrado de información para el sector productivo y de servicios, con énfasis en las micro, pequeñas y medianas unidades de producción.
  
- i)** Fomentar, incentivar y apoyar la generación de seguros productivos solidarios, de manera articulada, al sistema de protección y seguridad social. (PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR , 2013-2017)

## Requisitos Legales para apertura de empresas que establecen las leyes ecuatorianas



### 2.3 MARCO CONCEPTUAL

**Calidad:** Herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

**Cliente:** Persona que demanda un servicio con la finalidad de satisfacer sus necesidades

**Cobertura de Mercado:** Consiste en utilizar técnicas y herramientas para poder llegar a todos los consumidores, la cobertura es el número de consumidores a los que se pretende hacer llegar el producto

**Competitividad:** Capacidad de brindar una igual o mayor satisfacción al cliente que las demás empresas de la misma actividad comercial, por lo general lo define la calidad, variedad y precio del producto.

**Creatividad:** Es la capacidad de desarrollar un pensamiento original de ideas novedosas y relevantes, el ser creativo permite encontrar soluciones a diferentes problemas que se pueden presentar dentro de la organización

**Dirección:** Es aquel elemento de la administración en la que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de las decisiones

**Eficiencia:** Es la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo, y esta se da cuando se emplean menos recursos para lograr un mismo objetivo

**Emprendimiento empresarial:** Es la iniciativa de un individuo para desarrollar un proyecto de negocios o una idea en particular que genere ingresos económicos

**Estrategia:** Es el conjunto de técnicas elaboradas con el propósito de alcanzar un objetivo.

**Expectativa:** Es lo que se cree que lo más probable que suceda. Es un supuesto, es predecir lo que sucederá en el futuro.

**Focalizar:** Es la acción de dirigir el interés o los esfuerzos que se encuentren al alcance, hacia un centro o foco, consiguiendo determinados resultados.

**Implementación:** Aplicación o ejecución de alguna actividad, es aplicar estrategias o medidas requeridas para realizar algo.

**Innovación:** Consiste en introducir al mercado productos nuevos o renovar una gama de productos, o realizar cambios en cualquier área de una empresa o en toda su gestión.

**Mercado:** Área dentro de la cual la oferta y la demanda se interrelacionan, intercambiando estrechas relaciones comerciales a través de un precio establecido.

**Plan estratégico:** Es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concentramos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente.

**Productividad:** Es la relación existente entre un producto y un insumo. Depende por lo tanto, de la tecnología, la organización, el comportamiento de los actores sociales involucrados.

**Segmentación de mercado:** es la división del mercado en grupos uniformes más pequeños cuyos miembros comparten ciertas características y necesidades, dichos grupos surgen tras una investigación de mercado.

**Turismo:** Según Walter Hunziker y Kart Krapf , el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.

## 2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 2.4.1. Hipótesis General

Por el desconocimiento en los empresarios de las características de las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay no han logrado cumplir sus metas y lo que se busca es la capacitación técnica del personal, la reducción de trámites y requisitos para la concesión de créditos, y un eficiente manejo administrativo

### 2.4.2. Hipótesis Particulares

- A. Se necesita que el capital humano sea más eficiente en el desempeño de las actividades operativas
- B. Se busca que los productos o servicios que ofertan sean más seguros
- C. Se necesita que las regiones que cubren las PYME impulsen su negocio para que sean más conocidas en el mercado

### 2.4.3 Declaración de las Variables

Cuadro 1.- Declaración de las Variables

Variable Independiente	Variable Dependiente
Posicionamiento en el mercado	Eficiencia en el personal
Confiabilidad	Mejorar infraestructura
Liquidez económica	Oferta laboral

Fuente: Hipótesis del proyecto

Elaborado por: Rosmery García y Lisette Cunalata

## 2.4.4 Operacionalización de las variables

**Cuadro 2.- Operacionalización de las Variables**

<b>Variables</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de Verificación</b>
Posicionamiento en el mercado	Consiste en la decisión, por parte de la empresa, acerca de los atributos que se pretende le sean conferidos a su producto por el público objetivo	Nivel de ventas de un producto frente al de la competencia	Encuesta Entrevista
Eficiencia en el personal	Se refiere al uso racional que el personal de una organización implementa en sus actividades con los medios a su disposición para alcanzar un objetivo predeterminado, es decir, cumplir un objetivo con el mínimo de recursos disponibles y tiempo	Número de metas alcanzadas por el personal de la empresa	Encuesta Entrevista
Confiabilidad	Se puede definir como la capacidad de un producto de realizar su función de la manera prevista. De otra forma, la confiabilidad se puede definir también como la probabilidad en que un producto realizará su función prevista sin incidentes por un período de tiempo especificado y bajo condiciones indicadas.	Nivel de Calidad de productos o servicios ofertados al mercado	Encuesta Entrevista
Mejorar infraestructura	Refinar a un conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar para que el mismo pase de un estadio regular o bueno a otro muy superior.	Cantidad de inversiones en propiedad, planta y equipo en el año de la empresa	Encuesta Entrevista
Liquidez económica	Es la capacidad de la empresa de hacer frente a sus obligaciones de corto plazo. También se define como la capacidad que tiene una empresa para obtener dinero en efectivo. Es la proximidad de un activo a su conversión en dinero.	Ratio Financieros: Activo corriente / Pasivo corriente	Encuesta Entrevista
Oferta laboral	Es la oferta de mano de obra (trabajo) que dan las familias a las empresas (demandantes de trabajo) a cambio de un salario.	Índice de desempleo vigente	Encuesta Entrevista

**Fuente: Hipótesis del proyecto**

**Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata**

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.**

El modelo analítico que se empleó en esta investigación es de tipo Descriptiva y de, ya que a través de estas metodologías establecidas nos permitirán descubrir, comprobar, y examinar, de forma puntualizada directamente a la raíz de la investigación, y constatar la realidad de las características existentes en las PYME del Sector Turístico de la ciudad de Bucay.

El tipo de investigación llevada a cabo y que está acorde a la investigación planteada es:

#### **Según su Finalidad**

**Investigación Aplicada:** Aquella que incluye un determinado esfuerzo sistemático y socializado para resolver problemas o intervenir situaciones, aunque no sea programático, es decir, aunque no pertenezca a una trayectoria de investigaciones descriptivas y teóricas. En ese sentido se concibe como investigación aplicada tanto el desarrollo técnico, artesanal y propiamente científico. (PADRON, José , 2011)

Este tipo de investigación permitirá escudriñar e interrogar la situación crítica de estas unidades de negocio con el objetivo de mejorar la situación por las

que se caracterizan las PYME del sector turístico del Cantón Bucay, utilizando y aplicando los conocimientos prácticos relacionados con el sector para su óptimo desarrollo.

### **Según su objetivo gnoseológico**

**Investigación Descriptiva:** Son el precedente de la investigación correlacional y tienen como propósito específico la descripción de eventos, situaciones propias y representativas de un fenómeno o unidad de análisis específica planteadas. (AVILA BARAY, Hector , 2006)

La investigación descriptiva nos ayudara a juntar datos importantes sobre los pequeños y medianos negocios del sector turístico del Cantón Bucay a través del planteamiento de una hipótesis planteada con el objetivo de maquinar un análisis detallado de las características internas de las PYME.

**Investigación Exploratoria:** Los estudios exploratorios buscan hechos sin el objetivo de pronosticar las relaciones existentes entre las variables. Se utilizan en situaciones en las que prácticamente no se dispone de información necesaria o el problema casi no se ha investigado. En este tipo de situaciones se inicia con un estudio exploratorio con el propósito de “preparar el terreno,” es decir, se gestionan a fin de ir archivando el tema de investigación. (AVILA BARAY, Hector , 2006)

Gracias al empleo de la Investigación exploratoria nos permitirá explorar las características propias y verídicas de las PYME del sector turístico del Cantón Bucay, con el objetivo de descubrir y entablar información necesaria que ayuden al desarrollo de cada uno de los pequeños y medianos negocios de la ciudad.

### **Según su contexto:**

**Investigación de Campo:** Esta investigación se presenta a través de manipulación de una variable externa aun no comprobada, en circunstancias rigurosamente controladas, con el objetivo de describir brevemente de qué manera o porque causas se produce un acontecimiento particular.

Podríamos definirla diciendo que es el proceso que, empleando el método científico, permite obtener nuevas enseñanzas y conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien analizar una situación específica para diagnosticar necesidades e inconvenientes a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada). (GRATEROL, Rafael , 2010)

Con la ayuda sustentable de la investigación de campo se podrá ir directamente a la raíz del problema a fin de verificar con la aplicación de datos relevantes característicos del sector turístico en las que interactúan las PYME del Cantón Bucay, con el objetivo de comprender y analizar la situación por la que transitan los pequeños y medianos negocios del sector.

## **3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.2.1 Delimitación de la población.**

La investigación planteada está dirigida a las PYME que conforman el sector turístico del Cantón Bucay, que específicamente representan todas las actividades derivadas del turismo, los negocios que existen en la región según información proporcionada por el GAD Municipal de Bucay relacionados con el turismo lo conforman 1 hostería, 2 hostales, 1 pensión, 13 restaurantes, 3 discotecas y 1 Karaoke, lo que en total hacen una sumatoria de 21 negocios pertenecientes al sector, los cuales serán objeto de nuestro estudio.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación, se contó con una Población Finita, la misma que está conformada por 21 PYME del Sector turístico. Lo que a su vez representa al Número Total de PYME que integran el Sector Turístico del Cantón Bucay.

### **3.2.2 Tipo de muestra**

Según el estudio efectuado tenemos un tipo de muestra No Probabilística porque se ha realizado una selección de los propietarios de negocios que serán encuestadas pertenecientes a las PYME del Sector turístico del Cantón Bucay.

### **3.2.3 Tamaño de la muestra**

En esta investigación se tomó como muestra la totalidad de las PYME que pertenecen al sector turístico del Cantón Bucay. Por lo que no se empleara ninguna fórmula para el proceso de investigación y recolección de datos. Ya que serán encuestadas la PYME en su totalidad, las cuales ascienden a 21.

### **3.2.4 Proceso de selección**

Este proceso radica en definir o establecer el lugar exacto donde se llevara a cabo la encuesta, que como se ha mencionado con anterioridad se ha realizado en la Zona 5, en el Sector Turístico pertenecientes al Cantón Bucay.

## **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

Con el propósito de conseguir la información necesaria para llevar a cabo el presente trabajo de investigación se utilizó los siguientes métodos y técnicas que permitieron obtener la mayor cantidad de datos necesarios relacionados con la problemática de estudio, de modo que se pudo adquirir un amplio conocimiento que permitió que esta investigación sea posible.

### **3.3.1 Métodos Teóricos**

Se lo utilizó para el estudio de algunos fenómenos individuales, para llegar a un resultado concluyente, la inducción y la deducción no son formas diferentes de razonamiento, ambas son formas de inferencia. (BERNAL, Cesar,, 2009)

### **3.3.2 Método empírico**

Se utiliza el método de la observación para mediante el método establecido poder captar una elevada cantidad necesaria de datos posibles sobre la problemática existente y así dar posibles soluciones.

### **3.3.3 Técnicas e instrumentos**

Las técnicas investigativas empleadas fueron:

**Observación:** A través de la metodología de esta técnica se logra interactuar entre el sujeto que se observa y el observado, este estudio ayudará a analizar

de forma directa las características principales de las PYME que integran el Sector turístico pertenecientes al Cantón Bucay.

**Encuesta:** Está integrada por un conjunto de preguntas que tienden a generar información específica con el fin de alcanzar los objetivos del análisis, es una técnica para recaudar datos de cada unidad, objeto de estudio y que representan el centro del problema de la investigación.

Esta herramienta nos ayudara a encuestar a los propietarios de las PYME que integran el Sector turístico pertenecientes al Cantón Bucay mediante un cuestionario compuesto por 10 preguntas en la que se emplearan interrogantes de carácter abierto con alternativas distintas que a través de estas se podrá acotar a la hipótesis planteada con lo que se recogerá información necesaria para su respectivo análisis.

**Entrevista:** Permite sostener un diálogo entre dos o más individuos inmersos en el tema tratado, este método permitirá conseguir información precisa sobre las características latentes y la descripción de cada una de las PYME que integran el Sector Turístico pertenecientes al Cantón Bucay.

### **3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

El desarrollo que se siguió para reunir los datos relevantes en esta investigación se conforma por recolectar información sobre las características básicas de las PYME que integran el Sector turístico pertenecientes al Cantón Bucay, luego de esto se plantea las preguntas que conformaran la encuesta, todas ellas referidas a la hipótesis general y específica, a continuación se procede a tabular los resultados mediante el sistema de Excel, en este paso además se grafican cuadros estadísticos por cada interrogante hecha, después con todos los resultados adquiridos a través del proceso de elaboración de la encuesta se procede al análisis respectivo cotejando la confirmación de cada hipótesis y aseverando la comprobación de cada una de ellas, para posteriormente proyectar las conclusiones y recomendaciones de acuerdo al resultado de cada una de las variables.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

#### **4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

El estudio investigativo propone un análisis exhaustivo de las razones que existen para que los empresarios desconozcan sobre las características primordiales que pertenecen a las PYME del sector turístico en la Zona 5, del Cantón Bucay, ya que se evidencia un escaso desarrollo productivo en cada una de las unidades de negocio, encarecidas presuntamente por la carencia de capacitación técnica del personal propio de cada una de las PYME ya que ellos proceden sus actividades diarias de manera retrograda sin fundamentación técnica ligada a los nuevos cambios que logren la revalorización de las PYME turísticas, además la excesiva documentación y requisitos por parte de las entidades financieras para la concesión de créditos a las PYME impiden la continuidad de la gestión tratante, también otro impedimento que afecta a la organización es el deficiente manejo administrativo por parte de los propietarios restando competitividad al negocio en el entorno en que se desenvuelve. Las PYME que pertenecen al sector Turístico de la ciudad de Bucay ascienden a 21 emprendimientos, las cuales serán objeto de estudio y fuentes de información del presente trabajo planteado.

Se utilizó como instrumento de investigación la encuesta y la entrevista, que contribuirán a la verificación de las hipótesis enunciadas luego del análisis respectivo de la información percibida.

#### 4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Encuesta aplicada a las PYME del Sector Turístico del Cantón Bucay

1.- Según su percepción la capacitación técnica del personal es una acción que ayuda al desarrollo competitivo del negocio

Cuadro 3.- Percepción acerca de la capacitación técnica del personal como acción para el desarrollo competitivo del negocio

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi siempre	2	10%
Ocasionalmente	0	0%
Rara vez	4	19%
Nunca	15	71%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata

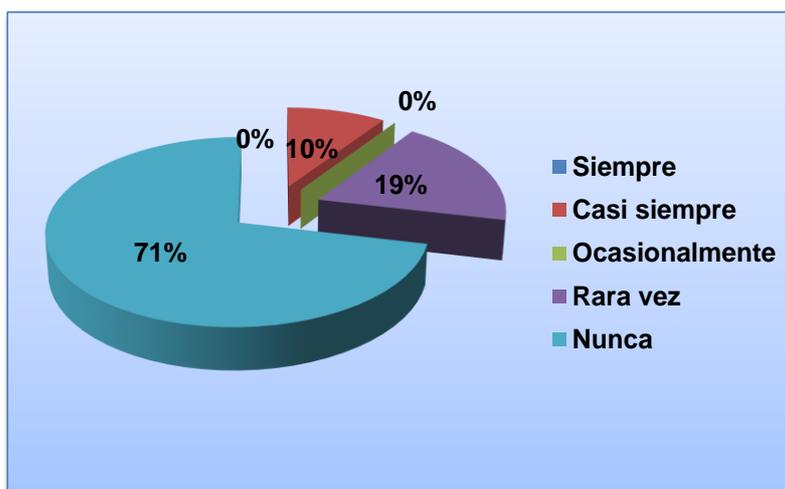


Figura 1. Percepción acerca de la capacitación técnica del personal como acción para el desarrollo competitivo del negocio

**Análisis:** Los encuestados indicaron que casi siempre la capacitación técnica del personal es una acción que ayuda al desarrollo competitivo del negocio con un 10%, otro 19% de ellos opinó que rara vez, y un 71% de la totalidad informó que nunca consideraría a una inducción técnica hacia el personal como estrategia de desarrollo competitivo para la empresa, lo que evidencia que más de la mitad de los encuestados tienen una equivocada formación hacia esto.

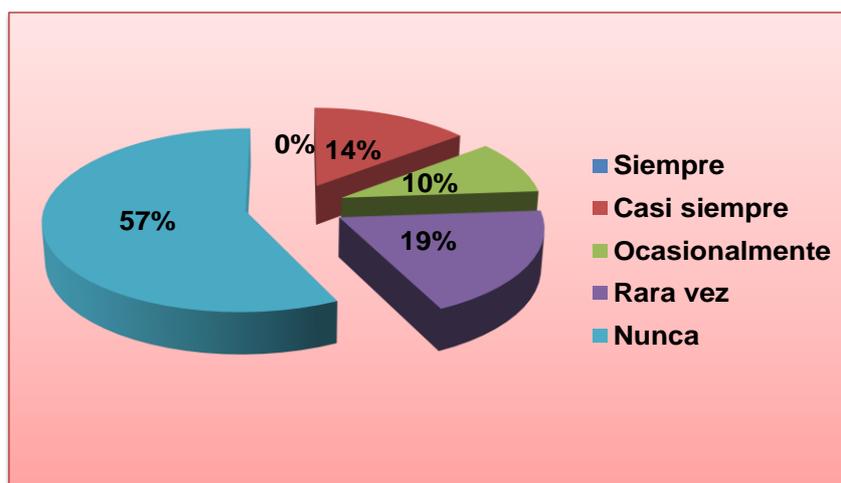
## 2.- Ha recibido propuestas de mejoramiento y preparación técnica hacia el personal por parte del Ministerio de Turismo

**Cuadro 4.- Recibimiento de propuesta del Ministerio de Turismo sobre preparación del personal a la empresa**

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi siempre	3	14%
Ocasionalmente	2	10%
Rara vez	4	19%
Nunca	12	57%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata



**Figura 2. Recibimiento de propuesta del Ministerio de Turismo sobre preparación del personal a la empresa**

**Análisis:** El 14% de personas indagadas casi siempre ha recibido propuestas por parte del Ministerio de Turismo sobre mejoramiento y preparación técnica

hacia el personal, un 10% afirma que ocasionalmente pasa esto, otro 19% comunica que rara vez, y un 57% más de la mitad del total informa que nunca se presenta esta oportunidad por parte del Ministerio.

### 3.- Las Instituciones Bancarias facilitan la concesión de créditos hacia las PYME del sector turístico

Cuadro 5.- Facilitación de las Instituciones Bancarias para la concesión de créditos

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi siempre	1	5%
Ocasionalmente	0	0%
Rara vez	5	24%
Nunca	15	71%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata

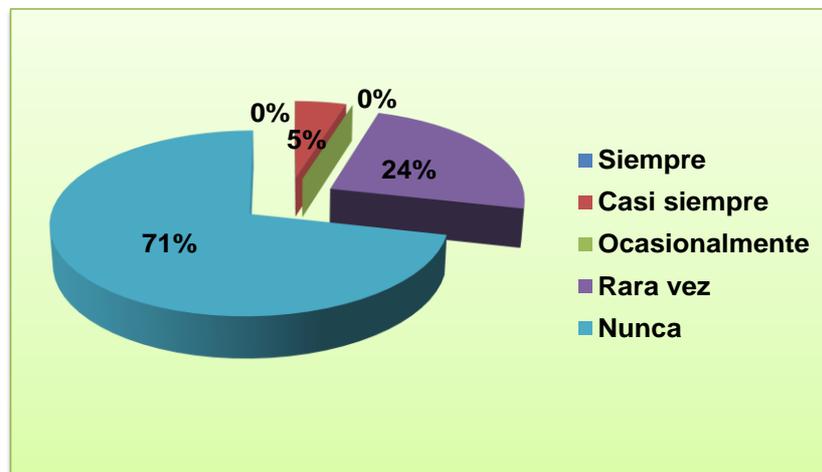


Figura 3. Facilitación de las Instituciones Bancarias para la concesión de créditos

**Análisis:** Las personas abordadas consideran con un 5% de ellos que casi siempre las Instituciones Bancarias les facilitan la concesión de créditos, mientras que un 24% del total cree que rara vez se presenta esta facilidad, y un 71% restante siendo también la mayor cantidad porcentual, opinan que nunca ha existido asequibilidad por parte de los organismos bancarios en la asignación de préstamos a las PYME del sector turístico.

#### 4.- Existe exceso de trámites para la concesión de créditos en las Instituciones bancarias que complican la agilidad del papeleo

Cuadro 6.- Apreciación de tramitación excesiva para la concesión de créditos bancarios

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	13	62%
Casi siempre	2	10%
Ocasionalmente	6	29%
Rara vez	0	0%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata

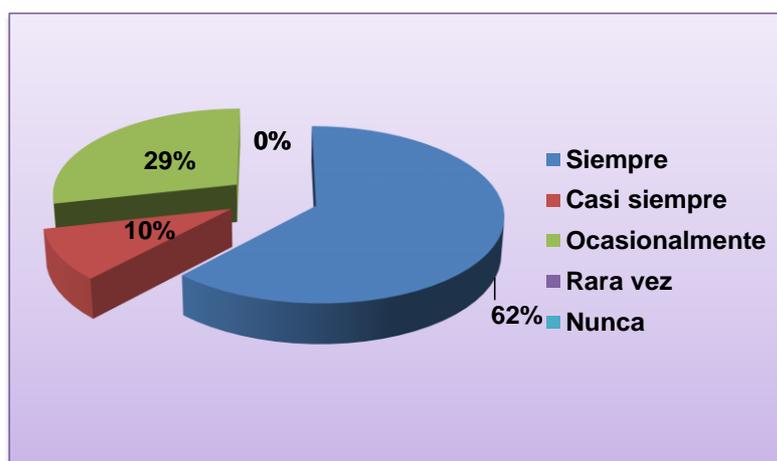


Figura 4. Apreciación de tramitación excesiva para la concesión de créditos bancarios

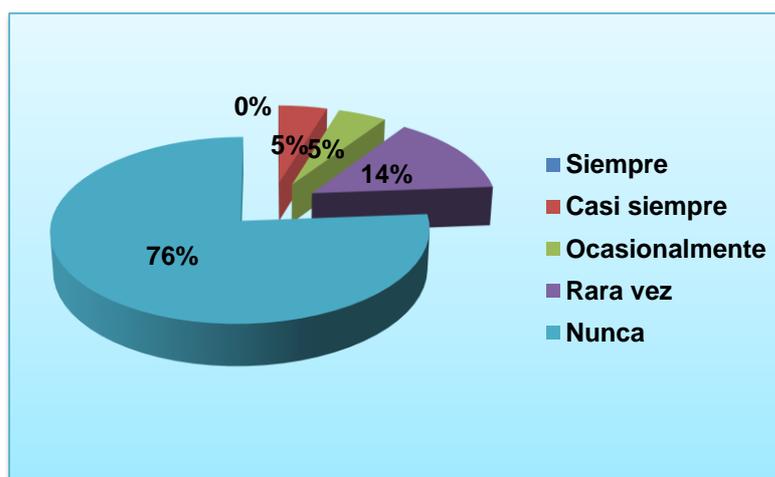
**Análisis:** De los individuos indagados un 62% de ellos, siendo más de la mitad de su totalidad confirma que siempre ha existido exceso de trámites para la concesión de créditos en las Instituciones bancarias lo cual dificulta la agilidad del papeleo, un 10% manifiesta que casi siempre, y un 29% restante de ellos comunica que es ocasional el excesivo papeleo pertinente que se realiza para la aprobación del crédito, lo que además incide en la continuidad y paralización del trámite por barreras que imponen estas instituciones.

**5.- El Ministerio de Turismo les ha ofrecido inducciones técnicas para un eficiente manejo administrativo del negocio**

**Cuadro 7.- Ofrecimiento del Ministerio de Turismo de inducciones técnicas para un eficiente manejo administrativo del negocio**

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi siempre	1	5%
Ocasionalmente	1	5%
Rara vez	3	14%
Nunca	16	76%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.  
Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata



**Figura 5. Ofrecimiento del Ministerio de Turismo de inducciones técnicas para un eficiente manejo administrativo del negocio**

**Análisis:** Los encuestados expresaron que casi siempre el Ministerio de Turismo les ha ofrecido inducciones técnicas para un eficiente manejo administrativo del negocio representando el 5%, mientras que otro 5% dice que es ocasional, otro 14% de los encuestados considera que rara vez se presenta este ofrecimiento, y un 76% más de la mitad de ellos manifiesta que nunca se ha presentado esta oportunidad de inducciones técnicas.

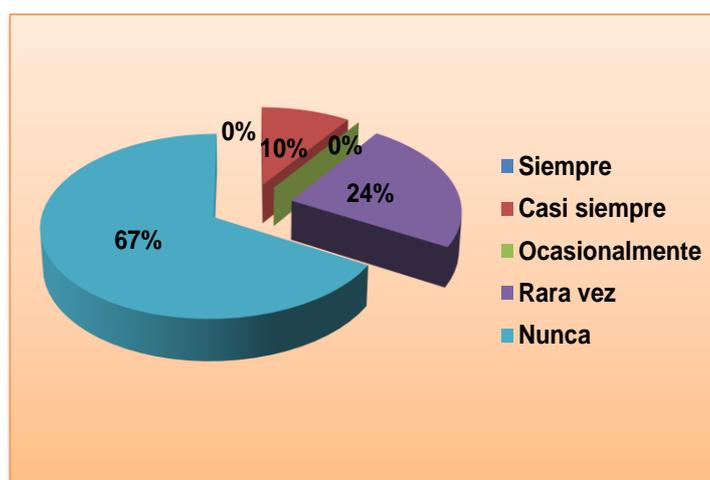
**6.- El Ministerio de Turismo les ha facilitado estrategias de mejora necesarias para el posicionamiento del negocio en el sector**

**Cuadro 8.- Facilitación del Ministerio de Turismo de estrategias de mejora necesarias para el posicionamiento del negocio en el sector**

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi siempre	2	10%
Ocasionalmente	0	0%
Rara vez	5	24%
Nunca	14	67%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata



**Figura 6. Facilitación del Ministerio de Turismo de estrategias de mejora necesarias para el posicionamiento del negocio en el sector**

**Análisis:** De las personas cuestionadas un 10% de estos opina que casi siempre el Ministerio de Turismo les ha facilitado estrategias de mejora necesarias para el posicionamiento del negocio en el sector, mientras que otro 24% de ellos cree que rara vez ocurre esto, y un 67% del resto considera que nunca el Ministerio de Turismo les ha ofrecido estrategias de desarrollo del negocio lo que a su vez representa la mayor cantidad porcentual.

7.- La asociación de negocios del sector turístico representa una alternativa para originar barreras de entradas hacia grandes posibles competidores

Cuadro 9.- Apreciación de creación de barreras de entrada mediante la asociación de negocios del sector turístico

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	2	10%
Casi siempre	3	14%
Ocasionalmente	0	0%
Rara vez	12	57%
Nunca	4	19%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata

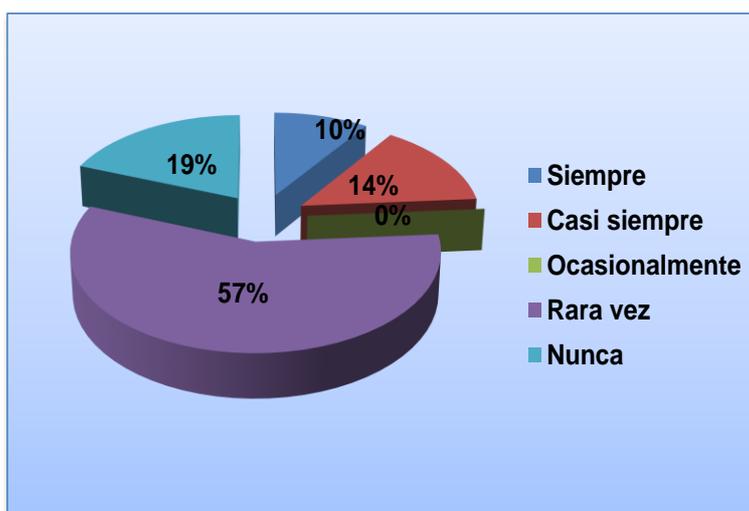


Figura 7. Apreciación de creación de barreras de entrada mediante la asociación de negocios del sector turístico

**Análisis:** Un 10% de las personas abordadas indica que siempre la asociación de negocios del sector turístico representará una alternativa para originar barreras de entradas, otro 14% de la totalidad manifiesta que casi siempre es posible esta posibilidad, un 57% del resto considera que rara vez siendo también la mayor cantidad porcentual, y finalmente un 19% informa que nunca la asociación representaría una estrategia de creación de barreras,

evidenciándose además una carencia del significado y ventajas de la asociación de negocios por parte de ellos.

## 8.- Los organismos competentes les han propuesto incentivos de mejoramiento para la gestión y desarrollo del negocio

Cuadro 10.- Propuesta de los organismos competentes para el mejoramiento de la gestión y desarrollo del negocio

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	1	5%
Casi siempre	0	0%
Ocasionalmente	4	19%
Rara vez	11	52%
Nunca	5	24%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata

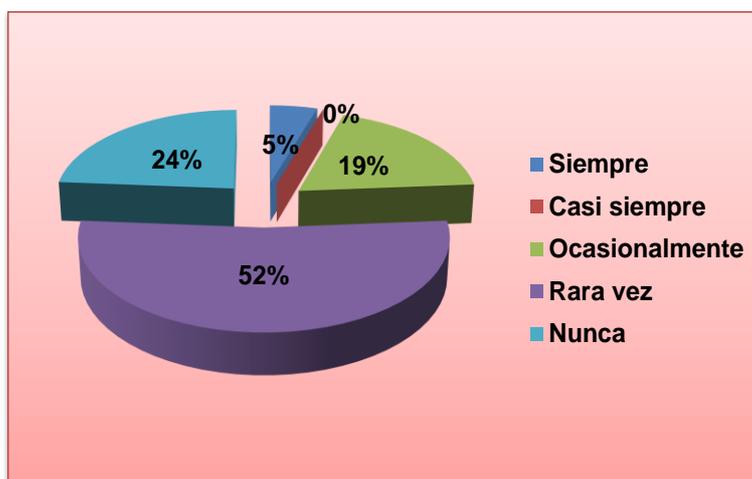


Figura 8. Propuesta de los organismos competentes para el mejoramiento de la gestión y desarrollo del negocio

**Análisis:** De las personas encuestadas un 5% de ellos opina que siempre los organismos competentes le han propuesto incentivos de mejoramiento para la gestión y desarrollo del negocio, mientras que un 19% de ellos comunica que ocasionalmente se presenta esto, un 52% siendo la mitad del porcentaje total expresa que es rara vez y un 24% afirma que nunca.

## 9.- Los productos y servicios que ofrece su negocio están acorde a la satisfacción de necesidades del cliente

Cuadro 11.- Apreciación sobre productos y servicios acordes a la satisfacción del cliente

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi siempre	1	5%
Ocasionalmente	6	29%
Rara vez	10	48%
Nunca	4	19%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata

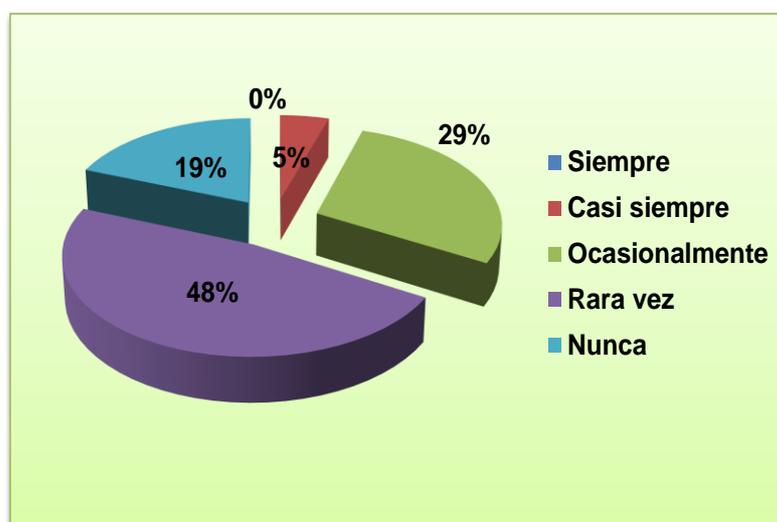


Figura 9. Apreciación sobre productos y servicios acordes a la satisfacción del cliente

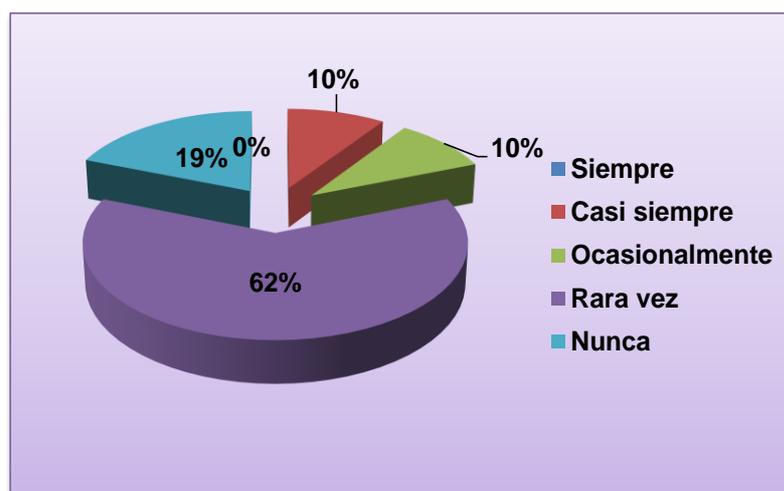
**Análisis:** De la totalidad de las personas examinadas un 5% de ellos comunica que casi siempre los productos y servicios que ofrece su negocio están acorde a la satisfacción de necesidades del cliente, un 29% informa que es ocasional su satisfacción, otro 48% de ellos asevera que rara vez ocurre esto, y un 19% del resto manifiesta que nunca están acorde a la satisfacción de necesidades del cliente.

**10.- Los productos y servicios que brinda su local se ajustan a la calidad estandarizada que el mercado requiere**

**Cuadro 12.- Percepción de productos y servicios con calidad estandarizada en el mercado**

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi siempre	2	10%
Ocasionalmente	2	10%
Rara vez	13	62%
Nunca	4	19%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.  
Elaborado por: Rosmery García y Lissette Cunalata



**Figura 10. Percepción de productos y servicios con calidad estandarizada en el mercado**

**Análisis:** De las personas encuestadas un 10% de estos considera que casi siempre los productos y servicios que brinda su local se ajustan a la calidad estandarizada que el mercado requiere, mientras que otro 10% informa que es ocasional, un 62% de la totalidad porcentual indica que rara vez se acoplan a la calidad requerida, y finalmente un 19% expresa que nunca, además el 62% representa la mayor cantidad de la circunferencia estadística.

### 4.3 RESULTADOS

Los datos obtenidos a través de las preguntas planteadas en la encuesta y ejecutadas a los dueños de los negocios del sector turístico de las PYME del Cantón Bucay ayudaron a la comprobación de las hipótesis sostenidas, lo que con cantidades porcentuales mayores indican la cruda realidad por la que atraviesan estos emprendimientos en el mercado, en la interrogante 1 un 71% de los encuestados asevero que la capacitación técnica al personal nunca es una acción que ayuda al desarrollo competitivo del negocio evidenciándose la errada intelectualidad, propia del dueño de un negocio, relacionada con el 57% que nunca ha recibido propuestas de mejoramiento y preparación técnica hacia el personal por parte del Ministerio de Turismo, otro inconveniente es la dificultad para la concesión de préstamos de parte de las instituciones bancarias que no facilitan la concesión del mismo hacia los propietarios de los negocios cotejándolo con un 71% que afirma la pregunta, además un 62% considera que siempre existe exceso de trámites para la concesión de créditos en las Instituciones bancarias que complican la agilidad del papeleo.

Otra dificultad reflejada es la falta de importancia por parte del Ministerio de Turismo hacia las pequeñas y medianas unidades de negocio, ya que un 76% revela que nunca les ofrecen inducciones técnicas para un eficiente manejo administrativo, y un 67% confirma que nunca les ha facilitado estrategias de mejora necesarias para el posicionamiento del negocio en el sector turístico.

Existe una incorrecta percepción de los beneficios de la asociación de negocios del sector turístico por parte de los encuestados ya que representaría una alternativa para originar barreras de entradas hacia grandes posibles competidores, de esto un 57% cree que la asociación no representaría una estrategia de creación de barreras. También un 52% manifiesta que rara vez los organismos competentes le han propuesto incentivos de mejoramiento para la gestión y desarrollo del negocio lo que resta competitividad en el mercado. Un 48% de los encuestados opina que rara vez los productos y servicios que ofrece su negocio están acorde a la satisfacción de necesidades del cliente relacionada también con el 62% de la siguiente pregunta que

expone que rara vez sus productos se ajustan a la calidad estandarizada que el mercado requiere.

#### 4.4. VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

**Cuadro 13. Verificación de la hipótesis general y las particulares**

VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	
Por el desconocimiento en los empresarios de las características de las PYME del sector turístico localizadas en la zona 5, del Cantón Bucay no han logrado cumplir sus metas y lo que se busca es la capacitación técnica del personal, la reducción de trámites y requisitos para la concesión de créditos, y un eficiente manejo administrativo	En la pregunta 3, se confirma la hipótesis general, ya que un 71% expone que nunca las Instituciones Bancarias facilitan la concesión de créditos hacia las PYME del sector turístico y en la pregunta 4 un 62% afirma que siempre existe exceso de trámites para la concesión de los mismos, razón para confirmar la hipótesis.
Se necesita que el capital humano sea más eficiente en el desempeño de las actividades operativas	En la pregunta 1, se verifica la hipótesis particular ya que un 71% de los encuestados informa que nunca la capacitación técnica del personal es una acción que ayuda al desarrollo competitivo del negocio evidenciándose que el capital humano no es eficiente en su desempeño, además con la pregunta 2 con un 57% que nunca ha recibido propuestas de mejoramiento y preparación técnica hacia el personal razón por la que se confirma esta hipótesis.
Se busca que los productos o servicios que ofertan sean más seguros	En la pregunta 9, se verifica la hipótesis particular ya que un 48% de los encuestados expresa que rara vez los productos y servicios que ofrece su negocio están acorde a la satisfacción de necesidades del cliente y en la pregunta 10 un 62% de ellos comunica que rara vez se ajustan a la calidad estandarizada que el mercado requiere lo que evidencia que no son seguros, razón por lo que se confirma esta hipótesis.
Se necesita que las regiones que cubren las PYME impulsen su negocio para que sean más conocidas en el mercado	En la pregunta 6, se verifica la hipótesis particular ya que un 67% de los abordados considera que nunca ha recibido estrategias de mejora necesarias para el posicionamiento del negocio en el sector por lo que se confirma el escaso impulso y posicionamiento del sector en el mercado, lo que confirman esta hipótesis.

**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.

**Elaborado por:** Rosmery García y Lissette Cunalata

## 5. CONCLUSIONES

- Las características principales que poseen las PYME del sector turístico del canton Bucay son la presencia del capital humano, los diferentes tipos de productos y servicios que ofertan en el mercado y las regiones que cubren los pequeños y medianos negocios del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay.
- El capital humano de las PYME del sector turístico en la Zona 5, Cantón Bucay carece de programas de capacitación técnica siendo una desventaja para el desarrollo y competitividad del emprendimiento en el medio debido a la carencia de relaciones del Ministerio de Turismo con las PYME turísticas de la ciudad de Bucay.
- Los productos y servicios que ofrecen las PYME del sector turístico de la ciudad de Bucay no están diseñados acorde a la generación de satisfacción de necesidades del cliente, y a la vez estos no tienen la calidad estandarizada que el mercado exige, motivo por el que el nivel de ventas es bajo.
- Existe falta de compromiso de parte de los organismos competentes hacia las PYME del sector turístico por la falta de incentivos para la mejora y posicionamiento del negocio en el mercado, existiendo un escaso auge turístico que reivindique al sector y desarrolle económica y comercialmente las regiones que cubren y explote sus recursos turísticos de manera continua.
- Uno de los inconvenientes que atraviesan las PYME del sector turístico en la ciudad de Bucay es la dificultad que se les presenta en las instituciones bancarias al momento de la petición de un crédito, no existe la facilidad necesaria para ejecutarlo, ya que la falta de credulidad por parte de estas instituciones hacia las PYME es considerable, además el excesivo tramite impide la continuidad del mismo y desmotiva a los peticionarios.

## 6. RECOMENDACIONES

- Renovar a las PYME que conforman el sector turístico de la ciudad de Bucay con el fin de aprovechar al máximo todos los atractivos naturales a través de un óptimo desarrollo que favorezca a la región y al mercado.
- Entablar relaciones con el sector bancario a fin de establecer niveles de confianza hacia la PYME del sector turístico de Bucay que les permitan el acceso a los créditos financieros y a su vez la eliminación del excesivo papeleo que motive a la continuidad del trámite.
- Brindar programas de capacitaciones técnicas hacia el personal que integra las PYME del sector turístico de Bucay de parte del Ministerio de Turismo, con el fin de empapar a los empleados de nuevos conocimientos y metodologías que aporten al desarrollo productivo de la organización.
- Rediseñar el modelo de los productos y servicios que ofrecen las PYME del sector turístico de la ciudad de Bucay acorde a la satisfacción plena de las necesidades del cliente y a la calidad exigente que requiere cada producto, logrado a través de un estudio de mercado.

# **Anexos**

## 7. ANEXOS

### ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA



Universidad Estatal de Milagro

#### Encuesta dirigida a las PYME del Sector Turístico de la ciudad de Bucay

La siguiente lista de preguntas tienen el propósito de mostrar la apreciación directa de los propietarios de las PYME del Sector Turístico del Cantón Bucay en relación a las principales características positivas o negativas que presenta cada uno de los sitios, posteriormente con los datos recolectados se verificarán las hipótesis planteadas

Escoga las alternativas de acuerdo a lo indicado:

Marque con una x la opción que considere correcta según lo indagado.

Utilice la siguiente escala:

1 = Siempre 2 = Casi siempre 3 = Ocasionalmente 4 = Rara vez 5 = Nunca

1.- Según su percepción la capacitación técnica del personal es una acción que ayuda al desarrollo competitivo del negocio

1 = Siempre  2 = Casi siempre  3 = Ocasionalmente  4 = Rara vez   
5 = Nunca

2.- Ha recibido propuestas de mejoramiento y preparación técnica hacia el personal por parte del Ministerio de Turismo

1 = Siempre  2 = Casi siempre  3 = Ocasionalmente  4 = Rara vez   
5 = Nunca

3.- Las Instituciones Bancarias facilitan la concesión de créditos hacia las PYME del sector turístico

1 = Siempre  2 = Casi siempre  3 = Ocasionalmente  4 = Rara vez   
5 = Nunca

4.- Existe exceso de trámites para la concesión de créditos en las Instituciones bancarias que complican la agilidad del papeleo

1 = Siempre  2 = Casi siempre  3 = Ocasionalmente  4 = Rara vez   
5 = Nunca

5.- El Ministerio de Turismo les ha ofrecido inducciones técnicas para un eficiente manejo administrativo del negocio

1 = Siempre  2 = Casi siempre  3 = Ocasionalmente  4 = Rara vez   
5 = Nunca

6.- El Ministerio de Turismo le ha facilitado estrategias de mejora necesarias para el posicionamiento del negocio en el sector

1 = Siempre  2 = Casi siempre  3 = Ocasionalmente  4 = Rara vez   
5 = Nunca

7.- La asociación de negocios del sector turístico representa una alternativa para originar barreras de entradas hacia grandes posibles competidores

1 = Siempre  2 = Casi siempre  3 = Ocasionalmente  4 = Rara vez   
5 = Nunca

8.- Los organismos competentes les han propuesto incentivos de mejoramiento para la gestión y desarrollo del negocio

1 = Siempre  2 = Casi siempre  3 = Ocasionalmente  4 = Rara vez   
5 = Nunca

9.- Los productos y servicios que ofrece su negocio están acorde a la satisfacción de necesidades del cliente

1 = Siempre  2 = Casi siempre  3 = Ocasionalmente  4 = Rara vez   
5 = Nunca

10.- Los productos y servicios que brinda su local se ajustan a la calidad estandarizada que el mercado requiere

1 = Siempre  2 = Casi siempre  3 = Ocasionalmente  4 = Rara vez   
5 = Nunca

## **ANEXO 2. FORMATO DE ENTREVISTA**

1. Considera que el sector turístico ha presentado mejoras de desarrollo en los últimos años
2. El sector turístico de Bucay se ajusta al cambio de la matriz productiva que propone el gobierno actual
3. Considera que la escasa concesión de créditos por parte de las instituciones financieras es por la falta de confiabilidad hacia las PYME
4. Cree usted que el contar con un personal capacitado ayuda a la modernización del negocio en el mercado
5. El Ministerio de Turismo le ha ofertado programas de mejora y cambio para una óptima gestión del negocio
6. Considera que para el posicionamiento del negocio en el sector turístico se necesita de incentivos y publicidad agresiva en los medios

**ANEXO 3. FOTOS DE LA INVESTIGACIÓN**  
**ENCUESTA A LAS PYME DEL SECTOR TURISTICO EN LA ZONA 5**  
**CANTON BUCAY**

**FIGURA 11.- Ruta de las cascadas**  
**Grillo de la Peña**



**FIGURA 12.- Ruta de las cascadas**  
**Grillo de la Peña**



**FIGURA 13.- Comunidad Shuar**



**FIGURA 14.- Encuesta al Guía Turístico Roberto Bustamante en la Hostería Casa de Piedra**



**FIGURA 15.- Diálogo a turista visitando Casa Modelo de Bucay**



**FIGURA 16.- Conversación con turista visitando la Estación de Ferrocarril en Bucay**



**FIGURA 17.- Diálogo con turista visitando la Estación de Ferrocarril en Bucay**



**FIGURA 18.- Conversación con el Alcalde de Bucay, Lic. Rubén Miranda**



**FIGURA 19.- Turistas visitando el Rio Chimbo en el Puente de Bucay**



## 8. BIBLIOGRAFÍA

1. ALOMOTO ALMACHI, J. M. (2013). *LA ECONOMÍA DIGITAL COMO MECANISMO PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR TURÍSTICO*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de LA ECONOMÍA DIGITAL COMO MECANISMO PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR TURÍSTICO: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2562/1/T-UCE-0005-423.pdf>
2. AVILA BARAY, Hector . (2006). *INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DEL LA INVESTIGACIÓN*. Recuperado el 8 de Octubre de 2015, de INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DEL LA INVESTIGACIÓN: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/index.htm>
3. BERNAL, Cesar. (2006). *Metodología de la Investigación. Para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2015, de Metodología de la Investigación. Para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales: <https://desarrollopnunah.files.wordpress.com/2011/02/introduccion-al-seminario-de-investigacion.pdf>
4. BERNAL, Cesar,. (2009). : *Metodología de la Investigación. Para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. México: Pearson Educación.
5. Buratti, L. V. (2002). *La Re-Evolucion Empresarial del siglo XXI* . Bogota, Colombia : Norma.
6. CAMPOS CASTRO, B. (Septiembre de 2013). *Incidencia del sistema organizacional en el desarrollo turístico de la parroquia Matilde Esther*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de Incidencia del sistema organizacional en el desarrollo turístico de la parroquia Matilde Esther.: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/520>
7. CASICARA, P. (2011). *Definicion de Sector Manufacturero*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2014, de Definicion de Sector Manufacturero: [http://www.ehowenespanol.com/definicion-industria-manufacturera-hechos\\_468130/](http://www.ehowenespanol.com/definicion-industria-manufacturera-hechos_468130/)
8. Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa; FLACSO - MIPRO. (Octubre de 2011). *Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES Sector Turismo*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES Sector Turismo: <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/hsbazo76dbvb0873wkb44e8150dwqs.pdf>
9. CISNEROS, Cristian . (2013). *El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento*. Recuperado el 27 de Agosto de 2015, de El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento: <http://www.revistalideres.ec/lideres/sector-mipymes-pleno-crecimiento.html>
10. COLOMA, Katherine. (Abril de 2013). *CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EL USO APROPIADO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS, APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA EN SUS NIVELES DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE MILAGRO*. Recuperado el 8 de Octubre de 2015, de Repositorio UNEMI :

- <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1204/3/CREACI%C3%93N%20DE%20UN%20CENTRO%20DE%20CAPACITACI%C3%93N%20PARA%20EL%20USO%20APROPIADO%20DE%20HERRAMIENTAS%20TECNOL%C3%93GICAS%2c%20APROVECHANDO%20LAS%20OPORTUNIDADES%20DE%20MEJORA%20EN%20SUS%20N>
11. DE MATIAS BATALLA, D. (Octubre de 2012). *El fordismo, la producción en cadena que puso en marcha Henry Ford*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de <https://nocionesdeeconomaiayempresa.wordpress.com/2012/10/24/el-fordismo-la-produccion-en-cadena-que-puso-en-marcha-henry-ford/>
  12. DIARIO EL UNIVERSO. (9 de Abril de 2015). Turismo dejó \$ 1.487 millones en ingresos a Ecuador en 2014. *EL UNIVERSO*, págs. <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/09/nota/4749676/turismo-dejo-14872-millones-ingresos-ecuador-2014>.
  13. DIARIO EL UNIVERSO. (9 de Abril de 2015). Turismo dejó \$ 1.487 millones en ingresos a Ecuador en 2014. *EL UNIVERSO* .
  14. EL TELEGRAFO . (Diciembre de 2013). *Pequeños negocios, gran potencial. Las claves de las Mipymes* . Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de Pequeños negocios, gran potencial. Las claves de las Mipymes : <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/pequenos-negocios-gran-potencial-las-claves-de-las-mipymes.html>
  15. EOI.ES . (2013). *El sector turístico: notas preliminares en Turismo 2*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de El sector turístico: notas preliminares en Turismo 2: [http://www.eoi.es/wiki/index.php/El\\_sector\\_tur%C3%ADstico:\\_notas\\_preliminares\\_en\\_Turismo\\_2](http://www.eoi.es/wiki/index.php/El_sector_tur%C3%ADstico:_notas_preliminares_en_Turismo_2)
  16. ESCALANTE RODRIGUEZ, G. (2003). *Bucay, un recurso turístico para actividades de eco-aventura* . Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de Bucay, un recurso turístico para actividades de eco-aventura : [http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D\\_Tesis\\_PDF/D-31754.pdf](http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-31754.pdf)
  17. GIRALDO, J. (2011). *Definición Técnica de Comercio* . Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de Definición Técnica de Comercio : <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/comeco.htm>
  18. GRATEROL, Rafael . (2010). *LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO* . Recuperado el 8 de Octubre de 2015, de LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO : <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/metoprot/10.pdf>
  19. GRUPO ENROKE. (2013). *Qué son PYMES*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de <http://www.grupoenroke.com/index.php/proyectopymes/46-que-son-las-%20pymes>
  20. GUALOTUÑA REIMUNDO, M. (Octubre de 2011). *ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LAS PYMES UBICADAS EN LA CIUDAD DE QUITO Y SU APERTURA A MERCADOS INTERNACIONALES EN EL PERÍODO 2005 - 2009*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LAS PYMES UBICADAS EN LA CIUDAD DE QUITO Y SU APERTURA A MERCADOS INTERNACIONALES EN EL PERÍODO 2005 - 2009.: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5005/1/UPS-QT00080.pdf>

21. GUANO MOLINA, K. E. (Abril de 2014). *Análisis e implementación de estrategias de marketing para impulsar el sector turístico del cantón Milagro*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/787>
22. GUEVARA, Washington Olivo. (Abril de 2013). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OFICINA DEDICADA A OFERTAR SERVICIOS DE ASESORÍA ADMINISTRATIVA, FINANCIERA, TECNOLÓGICA Y MERCADOTÉCNICA PARA CONTRIBUIR CON LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE LAS MIPYMES DE LA ZONA CÉNTRICA DE MILAGRO*. Recuperado el 8 de Octubre de 2015, de Repositorio UNEMI: <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1191/3/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20UNA%20OFICINA%20DEDICADA%20A%20OFERTAR%20SERVICIOS%20DE%20ASESOR%C3%8DA%20ADMINISTRATIVA%2c%20FINANCIERA%2c%20TECNOL%C3%93GICA%20Y%20MERCADOT%C3%A9CNICA%20PARA%20CONTRIBUIR%20CON%20LA%20INNOVACI%C3%93N%20Y%20DESARROLLO%20DE%20LAS%20MIPYMES%20DE%20LA%20ZONA%20C%C3%A9NTRICA%20DE%20MILAGRO>
23. LOPEZ SALAZAR, A. (2011). *La realidad de la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de La realidad de la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina : <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1389/realidad-empresa.htm>
24. María, P. (2007). SURGIMIENTO DE LAS PYMES. MARACAIBO, VENEZUELA.
25. MEMORIA TÉCNICA CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE BUCAY. (Marzo de 2013). *GENERACIÓN DE GEOINFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN DEL TERRITORIO A NIVEL NACIONAL ESCALA 1: 25 000*". Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDOT/IEE%202014/GENERAL\\_ANTONIO\\_ELIZALDE%20\(BUCAY\)/MEMORIAS\\_TECNICAS/mt\\_antonio%20elizalde\\_socioecon%C3%B3mico.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDOT/IEE%202014/GENERAL_ANTONIO_ELIZALDE%20(BUCAY)/MEMORIAS_TECNICAS/mt_antonio%20elizalde_socioecon%C3%B3mico.pdf)
26. MORENO ZAPATA, E. (2007). *"El turismo en Ecuador"*. Quito, Ecuador : Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito.
27. NIETO, Maybeline Lorena. (Abril de 2014). *"ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR PARA LOGRAR UNA APLICACIÓN EXITOSA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN COACHING PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE LAS PYMES DE MILAGRO*. Recuperado el 8 de Octubre de 2015, de Repositorio UNEMI : <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/652/3/ESTRATEGIAS%20A%20IMPLEMENTAR%20PARA%20LOGRAR%20UNA%20APLICACION%20EXITOSA%20DE%20UN%20PROGRAMA%20DE%20CAPACITACION%20EN%20COACHING%20PARA%20MEJORAR%20LA%20GESTION%20DE%20LAS%20PYMES>
28. ORELLANA, Holger Luis . (Julio de 2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍA Y CAPACITACIÓN INTEGRAL PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LAS PYMES EN LA CIUDAD DE MILAGRO*. Recuperado el 8 de Octubre de 2015, de Repositorio UNEMI : <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/944/3/Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20un%20centro%20de%20asesor%C3%ADa%20y%20capacitaci%C3%B3n%20integral%20para%20el%20crecimiento%20y%20desarrollo%20de%20las%20Pymes%20en>
29. PADRON, José . (Mayo de 2011). *BASES DEL CONCEPTO DE "INVESTIGACIÓN APLICADA"*. Recuperado el 8 de Octubre de 2015, de BASES DEL

- CONCEPTO DE "INVESTIGACIÓN APLICADA" :  
<http://padron.entretemas.com/InvAplicada/>
30. PANDO MORENO, J. P. (Septiembre de 2013). *Diseño de una operadora de turismo para el desarrollo del turismo sostenible del cantón General Antonio Elizalde (Bucay), provincia del Guayas*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/759>
  31. PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR . (2013-2017). Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
  32. Revista Venezolana de Gerencia. (2007). Consideraciones teóricas para el análisis de las pequeñas y medianas empresas como fuente de generación de empleo. *Impact Factor*.
  33. RODRIGUEZ, Rosibel. (Abril de 2013). *CREACIÓN DE UNA OFICINA DE ASESORÍA Y DESARROLLO INTEGRAL PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LAS PYMES DEDICADAS A PRESTAR SERVICIOS EN EL CANTÓN MILAGRO*. Recuperado el 8 de Octubre de 2015, de Repositorio UNEMI :  
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/362/3/CREACI%C3%93N%20DE%20UNA%20OFICINA%20DE%20ASESOR%C3%8DA%20Y%20DESARROLLO%20INTEGRAL%20PARA%20EL%20CRECIMIENTO%20Y%20DESARROLLO%20DE%20LAS%20PYMES%20DEDICADAS%20A%20PRESTAR%20SERVICIOS%20EN%20EL%20C>
  34. VASCONES MARTINEZ, J. (2013). *Análisis, crecimiento y evolución del perfil financiero de las Pymes en el sector manufacturero para el periodo 1997-2009 en la provincia del Guayas*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de Análisis, crecimiento y evolución del perfil financiero de las Pymes en el sector manufacturero para el periodo 1997-2009 en la provincia del Guayas:  
<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1646/1/106522.pdf>
  35. VIAJANDOX COLOMBIA-ECUADOR . (2013). *Historia del Canton Bucay* . Recuperado el 28 de Septiembre de 2015, de Historia del Canton Bucay :  
<http://www.viajandox.com/guayas/bucay-historia.htm>
  36. ZAPATA, Eibi Sulay. (Abril de 2014). *ESTUDIO Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS ENFOCADAS EN LAS ÁREAS DE COMERCIALIZACIÓN Y TALENTO HUMANO PARA LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO*. Recuperado el 8 de Octubre de 2015, de Repositorio UNEMI:  
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/692/3/ESTUDIO%20Y%20DISE%C3%91O%20DE%20ESTRATEGIAS%20DE%20NEGOCIOS%20ENFOCADAS%20EN%20LAS%20%C3%81REAS%20DE%20COMERCIALIZACI%C3%92N%20Y%20TALENTO%20HUMANO%20PARA%20LAS%20PYMES%20DEL%20CANT%C3%93N%20MILAG>



# UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

Milagro, 18 de noviembre del 2015

Señor Ingeniero  
Félix Villegas Yagual, MAE  
Decano de FCAC  
Presente

Señor Decano:

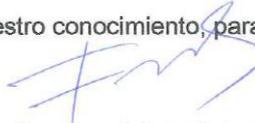
Para los fines legales consiguientes, certifico que se ha revisado la tesis, de las señoritas García Mora Rosmery Marlene con C.I. 0924186786 y Cunalata Fuentes Lissette Roxana con C.I. 0928424845 Egresadas de la carrera de **INGENIERIA COMERICAL** con el Tema de Tesis Titulado **"CARACTERISTICAS DE LAS PYMES DEL SECTOR TURISTICO LOCALIZADAS EN LA ZONA 5, DEL CANTON BUCAY PERIODO JUNIO 2014 A JUNIO 2015"**, habiendo realizado las correcciones siguientes:

- 1.- Modificar el tema
- 2.- Colocar mas bibliografias
- 3.- En las conclusiones colocar mas especificas las características
- 4.- Incorporar 1 objetivo específico -1 hipótesis

Concluyendo la redacción de la tesis, la misma que ha sido revisada por el suscrito y el tribunal de sustentación.

Particular que ponemos a vuestro conocimiento, para los fines consiguientes.

Atentamente

  
Ing. Guevara Viejo Fabricio

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

  
Ing. Andosilla Cabrera Jaime

**SECRETARIO DEL TRIBUNAL.**

  
Ing. Icaza Rivera Dalva

**VOCAL DEL TRIBUNAL**

**VISION**

Ser una institución de educación superior, pública, autónoma y acreditada, de pregrado y posgrado, abierta a los corrientes del pensamiento universal, fide en la formación de profesionales

**MISION**

Es una institución de educación superior, pública, que forma profesionales de calidad, mediante la investigación científica y la vinculación con la sociedad, a través de un modelo educativo