



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
VI PROMOCIÓN

LATACUNGA, OCTUBRE 2013

PROYECTO DE GRADO II

**“ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA
SOCIOECONÓMICA DE LAS PYMES DEL
SECTOR TURÍSTICO EN LA PROVINCIA
DE TUNGURAHUA DURANTE EL
PERÍODO 2008 - 2012”**

Capítulo I

Aspectos Generales

Antecedentes.

En la economía moderna, la Pequeña y Mediana Empresa (PYME), es un sector estratégico de la economía nacional que agrupa a varias empresas, las que se dedican a la producción de bienes y servicios, son así de vital importancia económica y de interés científico-social. Así como el desarrollo estratégico del sector turístico está íntimamente ligado al desempeño de la PYME, lo cual hace necesario profundizar en los aspectos que lo caracterizan y definen.

Justificación e Importancia

- ▶ El turismo es uno de los sectores más fuertes de la economía, y abarca a su vez varias ramas, ya que se encuentran relacionadas con el desarrollo hotelero, gastronómico, inmobiliario y de transporte, entre otras, afectándolas de forma directa, pero indirectamente involucra a muchas más, por ejemplo: comercio, actividad financiera, servicios personales y empresariales.
- ▶ En la actualidad el subsector más competitivo es el del turismo receptivo, por su capacidad para generar ingreso de divisas y creación de puestos de trabajo a corto plazo, siendo, uno de los motores en la economía, ya sea a nivel local como a nivel provincial o nacional, hoy en día el turismo es la tercera en fuente de ingresos en el crecimiento de la economía, ocupa el cuarto lugar en el ingreso de divisas y representa el 8,98% del producto interno bruto (PIB) del país hasta el 2012. .

Objetivos

Objetivo General

- ▶ Analizar la incidencia socioeconómica de las PYMES del sector turístico en la Provincia de Tungurahua durante el período 2008 - 2012.

Objetivos Específicos

- ▶ Desarrollar el marco teórico y legal estableciendo las características de las PYMES en el país.
- ▶ Realizar el diagnóstico situacional de las PYMES y los involucrados que participan en el sector turístico de la Provincia de Tungurahua durante el período 2008-2012.
- ▶ Elaborar el estudio de mercado que determine la incidencia socioeconómica de los involucrados y las PYMES en el sector turístico de la Provincia de Tungurahua.
- ▶ Establecer la guía de indicadores socioeconómicos que demuestre la realidad de las PYMES en el sector turístico de la provincia de Tungurahua.

Hipótesis y variables

Hipótesis

- ▶ Las condiciones socioeconómicas de las PYMES turísticas en la Provincia de Tungurahua han influenciado en el crecimiento del sector en el periodo 2008-2012.

Variables

- ▶ **Variable independiente**
Condiciones socioeconómicas.
- ▶ **Variable dependiente**
Crecimiento del sector turístico.

Metodología

Esta Investigación es tomada desde un enfoque mixto quiere decir cuantitativa por que se medirán variables, parámetros e índices económicos así también será cualitativa por que se tomaran aspectos sociales. La profundidad de la investigación será exploratoria ya que se recogerán e identificarán los antecedentes de las PYMES, se documentará argumentos de parte de los colaboradores y propietarios de las PYMES.

La presente investigación se delimita de la siguiente manera será transversal ya que se realizará en un periodo de tiempo que es del año 2008 al 2012, espacial se realizará en la provincia de Tungurahua en las PYMES del sector turístico.

Por lo cual el estudio se apegará al método inductivo ya que se estudiará desde el aspecto social y económico de los involucrados de las PYMES del sector turístico hasta el mismo desarrollo social y económico de las PYMES.

Capítulo II

Las PYMES en el Ecuador

PYMES

Conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas

Características

- ▶ Monto de activos inferiores a cuatro millones de dólares;
- ▶ Registren un valor bruto de ventas anuales de hasta cinco millones de dólares; y,

TIPO DE EMPRESA	NÚMERO DE EMPLEADOS
MICROEMPRESA	Emplean de 1 a 9 trabajadores
PEQUEÑA	Emplean de 10 a 49 trabajadores
MEDIANA	Emplean de 50 a 99 trabajadores

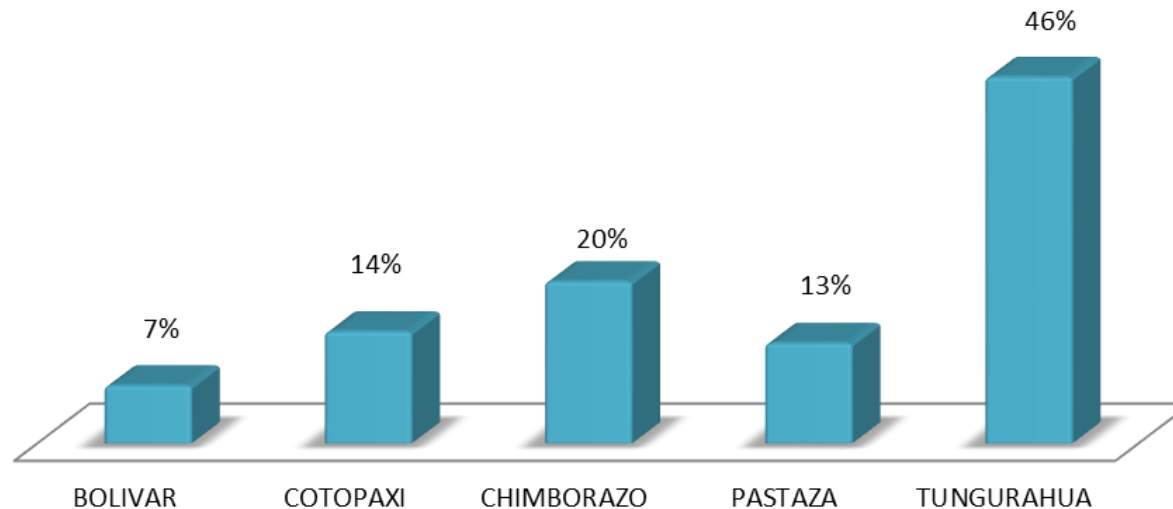
El turismo

- ▶ El turismo comprende aquellas actividades realizadas mediante el uso del tiempo libre y la recreación, sin embargo existen otros tipos de viajes aunque no sean de tipo turístico, pueden existir viajes por motivos de negocios u otro motivo diferente del netamente turístico y que llevan consigo un comportamiento de consumo similar a los viajes turísticos, debido a que los viajeros contratan servicio de los mismos medios de alojamiento y alimentación incluso comparte actividades de diversión en el punto de destino.

CAPÍTULO 3

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA DURANTE EL PERÍODO 2008-2012.

ESTABLECIMIENTOS EN LA ZONAL



Microambiente

Análisis Político

- ▶ Todas las acciones que se presenten para el desarrollo del turismo en Ecuador o en relación al mismo, estarán guiadas e inspiradas por la sostenibilidad. Este concepto se basa principalmente en sostenibilidad económica, social y ambiental; a la cual se integra la idea de calidad. Esta premisa política es la que da cabida y origen a todas las demás políticas, como subconceptos a desarrollar para contribuir a la sostenibilidad del turismo en Ecuador. Es decir, se toma como norma de país el apoyo a la sostenibilidad planteada en el PLANDETUR 2020 como criterio guía de cualquier política.

Análisis económico

- ▶ El servicio de las empresas turísticas en el Ecuador se caracterizan por la estacionalidad de la demanda, una gran parte de los turistas se movilizan en épocas y fechas concretas, siendo más previsibles las temporadas más visitadas. Obligando a la empresa a producir, comercializar y distribuir de forma específica.
- ▶ La calidad del servicio de las PYMES del sector turístico en la provincia de Tungurahua se basa mucho en la inversión de activo fijo, el cual necesita de mantenimiento constante una vez abierta sus puertas al público, así como una actualización tecnológica periódica, o la remodelación de sus infraestructuras que satisfaga las necesidades del consumidor actual.

Microambiente

Análisis del sector turístico de la Provincia de Tungurahua

Fortalezas:

- ▶ Infraestructura turística adecuada.
- ▶ Localización central en el Ecuador.
- ▶ Volcán Tungurahua.
- ▶ Diversidad de Flora y Fauna.
- ▶ Fiestas de Carnaval y fiestas populares reconocidas en Ecuador.
- ▶ Red vial inter-cantonal y vías de acceso en excelentes condiciones.

Oportunidades:

- ▶ Atractivos turísticos públicos.
- ▶ Universidades de la provincia ofertan las carreras de turismo.
- ▶ Gran actividad comercial.
- ▶ Inversionistas nacionales y locales.
- ▶ Adecuadas condiciones climáticas para el turismo.
- ▶ Eventos Deportivos Nacionales.
- ▶ Apoyo del gobierno por medio del Ministerio de Turismo.
- ▶ Reactivación del tren en la provincia.

Debilidades:

- ▶ Falta de Capacitación en el personal de las empresas turísticas.
- ▶ Desunión en el gremio hotelero.
- ▶ Falta de difusión de los atractivos turísticos en medios de comunicación.
- ▶ Existencia de empresas turísticas ilegales.
- ▶ Falta de seguridad para los turistas.

Amenazas:

- ▶ Preferencia por visitar otras provincias del Ecuador.
- ▶ Preferencia por visitar destinos en el extranjero.
- ▶ Desastres naturales.
- ▶ Políticas gubernamentales.
- ▶ Cambio climático.
- ▶ Difusión del turismo en otras provincias.

Capítulo IV

INVESTIGACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

- ▶ El campo investigado son las PYMES del sector turístico de la provincia de Tungurahua, los cuales se escogió por el número de empleados en total tenemos 25 empresas con un total de 660 empleados.

Tamaño de la muestra

El sector turístico de la provincia de Tungurahua tiene 25 PYMES, al ser la población menos de 100 se ha realizado la encuesta a todas ellas, mientras que para el cálculo de la muestra de los empleados de las PYMES se ha realizado el siguiente cálculo, siendo:

Datos:

$$\begin{aligned} N &= 660 \\ P &= 0,5 \\ Q &= 0,5 \\ Z &= 1,96 \\ e &= 0,05 \end{aligned}$$

Desarrollo:

$$n = \left(\frac{N * P * Q * Z^2}{(N * e^2) + (P * Q * Z^2)} \right)$$

$$n = \left(\frac{660 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(660 * 0.05^2) + (0.5 * 0.5) * (1.96^2)} \right)$$

$$n = \left(\frac{633.86}{2.6104} \right)$$

$$n = 242.82$$

$$n = \mathbf{243 \text{ encuestas}}$$

Capítulo IV

GUÍA DE INDICADORES SOCIOECONÓMICOS DE LAS PYMES EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

INDICADORES SOCIALES DE LOS PROPIETARIOS DE LAS PYMES EN EL SECTOR Turístico DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO			
Prácticas de responsabilidad social	Si	No	Total
Reciclaje de basura	21	4	25
Reciclaje de Agua	1	24	25
Ahorro de energía	15	10	25
Ahorro de agua	12	13	25
Uso de productos ecológicos	9	16	25
Uso de energías alternativas o renovables	4	21	25
Total	62	88	150
Porcentaje	41,3	58,7	

Elaborado por: Germanita Vayas, Andrea Pico.

Fuente: Investigación de campo.

INDICADORES SOCIALES DE LOS PROPIETARIOS DE LAS PYMES EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

INTERÉS POR LOS COLABORADORES	Si	%	No	%
Colaboradores viven en el sector del negocio	18	72	7	28
Buenas relaciones con colaboradores	25	100	0	0
Los trabajadores son estables	23	92	2	8
TOTAL PORCENTAJE		88		12

Elaborado por: Germana Vayas, Andrea Pico.

Fuente: Investigación de campo.

INDICADORES SOCIALES DE LOS COLABORADORES DE LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

Colaboradores que si tienen hijos

¿Cuántos Hijos?

de 1 a 2 hijos	163	91.06
de 3 a 4 hijos	16	8.94
Total	179	100
Edades de los hijos		
menos de un año	20	11.17
de un año a 3	21	11.73
de 4a 5	51	28.49
de 6 a 12	42	23.46
de 13 a 17	35	19.55
más de 18	10	5.59
Total	179	100
Hijos que estudian		
si estudian	138	77.09
no estudian	41	22.91
Total	179	100.00
En qué tipo de institución		
Pública	76	55.07
Privada	62	44.93
Total	138	100.00

INDICADORES SOCIALES DE LOS COLABORADORES DE LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

CONDICIONES DE VIVIENDA

Condiciones de vivienda	Si	%	No	%	Total
alcantarillado	228	93.83	15.00	6.17	243
agua	243	100.00	0.00	0.00	243
luz	243	100.00	0.00	0.00	243
teléfono convencional	166	68.31	77.00	31.69	243
Total	880	90.53	23.00	9.47	972.00

Elaborado por: Germanía Vayas, Andrea Pico.

Fuente: Investigación de campo.

INDICADORES SOCIALES DE LOS COLABORADORES DE LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

TIPO ADECUADO DE ALIMENTACIÓN EN COLABORADORES

Tipo adecuado de alimentación en Colaboradores	adecuado	%	no adecuado	%	total
Cereales 4-6porciones	71	29,22	172	70,78	243
Vegetales 2 porciones	160	65,84	83	34,16	243
Frutas 2-3 porciones	116	47,74	127	52,26	243
Lácteos 2 porciones	150	61,73	93	38,27	243
Proteínas 2 Porciones	118	48,56	125	51,44	243
Comida Chatarra Ocasional	152	62,55	91	37,45	243
Ejercicio diario (por lo menos 30 min.)	136	55,97	107	44,03	243
Agua (5 a 8 vasos diarios)	83	34,16	160	65,84	243
PORCENTAJE		50,72		49,28	100,00

Elaborado por: Germanía Vayas, Andrea Pico.
Fuente: Investigación de campo.

INDICADORES SOCIALES DE LOS COLABORADORES DE LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

Alimentación adecuada	Si	%	No	%
Considera que se alimenta adecuadamente	233	95,88	10	4,12
Resultado de la encuesta alimentación adecuada	123	50,72	120	49,28
TOTAL PORCENTAJE		73,30		26,70

Elaborado por: Germanía Vayas, Andrea Pico.

Fuente: Investigación de campo.

Se ha tomado la pregunta sobre si consideran tener una alimentación adecuada, la respuesta fue que el 95,88% si considera tener una buena alimentación, mientras que en el análisis global en cuanto al consumo adecuado de porciones recomendadas según la pirámide alimenticia, nos dice que el 50,72% se alimenta adecuadamente, es decir existen personas que creen estar bien alimentadas pero no ocurre de esta manera.

PERSONAS DEL SECTOR VULNERABLE QUE VIVEN CON COLABORADORES ENCUESTADOS:

En el hogar de los colaboradores viven:	Si	%	No	%
Personas con capacidades especiales	27	11,11	216	88,89
Personas de la tercera edad	30	12,35	213	87,65
TOTAL PORCENTAJE		11,73		88,27

Elaborado por: Germanía Vayas, Andrea Pico.
Fuente: Investigación de campo.

Para conocer si los colaboradores encuestados tienen en su hogar a personas con capacidades especiales, o personas de la tercera edad se han tomado dos preguntas referentes a este tema, teniendo como resultado que el 88,27% no tiene en su hogar a personas con estas características.

**INDICADORES ECONÓMICOS DE LAS PYMES EN EL
SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE
TUNGURAHUA**

INDICADORES ECONÓMICOS DE LOS PROPIETARIOS DE LAS PYMES EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

CRECIMIENTO DE LAS PYMES EN EL SECTOR TURÍSTICO PERIODO 2008/2012			
Características de crecimiento	Si	No	Total
infraestructura	18	7	25
Inversión	15	10	25
Sucursales	8	17	25
Socios	0	25	25
Colaboradores	13	12	25
Servicios	16	9	25
Clientela	22	3	25
Total	92	83	175
Porcentaje	52.57	47.43	100.00

Elaborado por: Germana Vayas, Andrea Pico.

Fuente: Investigación de campo.

INDICADORES ECONÓMICOS DE LOS PROPIETARIOS DE LAS PYMES EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

Ahorro en las empresas	Si	%	No	%
El negocio permite ahorrar	16	64	9	36
Ingresos cubren las necesidades del negocio	23	92	2	8
Total Porcentaje		78		22

Elaborado por: Germanita Vayas, Andrea Pico.

Fuente: Investigación de campo.

Con el objetivo de conocer si en las empresas hay ahorro , y si las necesidades del negocio se pueden cubrir con los ingresos se agruparon dos preguntas, y nos da como resultado general que el 78% de las empresas si pueden ahorrar y si cubren sus necesidades con los ingresos.

INDICADORES ECONÓMICOS COLABORADORES DE LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO

Se cubren las necesidades de:	cubre	%	No cubre	%	Total
Hogar	189	77,78	54	22,22	243
Salud	151	62,14	92	37,86	243
Educación	118	48,56	125	51,44	243
Vehículo	97	39,92	146	60,08	243
Entretenimiento	104	42,80	139	57,20	243
PORCENTAJE		54,24		45,76	100,00

Elaborado por: Germanía Vayas, Andrea Pico.

Fuente: Investigación de campo.

En general el 54,24% de los colaboradores encuestados si cubren necesidades mientras que un 45,76% no puede cubrir sus necesidades con sus ingresos.

INDICADORES ECONÓMICOS COLABORADORES DE LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO

Condiciones que el colaborador puede cubrir con sus ingresos	Si cubre	%	No	%	total
Celular	227	93,42	16	6,58	243
Tv por paga	74	30,45	169	69,55	243
Tablet	20	8,23	223	91,77	243
Computadora	162	66,67	81	33,33	243
Vehículo	110	45,27	133	54,73	243
Laptop	115	47,33	128	52,67	243
PORCENTAJE		48,56		51,44	100,00

Elaborado por: Germana Vayas, Andrea Pico.
Fuente: Investigación de campo.

MATRIZ DE RESULTADOS

Matriz Indicadores Económicos y Sociales PYMES							
Indicadores		Tamaño		Actividad del negocio			
		Pequeña	Mediana	Hotel	Hostería	Agencia de viajes	Restaurantes
Económicos	Crecimiento	50%	71,43%	47,62%	57,14%	42,86%	85,71%
	Solvencia	63,64%	66,67%	61,12%	75%	75%	66,67%
	Endeudamiento	18,18%	33,33%	11,11%	50%	50%	33,33%
Sociales	Practicas de responsabilidad Social (medio	33,33%	8%	64,66%	0,35%	1,77%	2,12%
	Relaciones y estabilidad con los colaboradores	95,45%	100%	97,22%	100%	100%	83,33%
	por el sector del negocio	79,55%	100%	77,78%	100%	100%	83,33%

Elaborado por: Germania Vayas, Andrea Pico.
Fuente: Investigación de campo.

MATRIZ DE RESULTADOS

Matriz Indicadores Económicos y Sociales Colaboradores PYMES								
Indicadores			Género		Actividad del negocio			
			Femenino	Masculino	Hotel	Hostería	Agencia de viajes	Restaurantes
Económicos	Remuneración	200-400	47,33%	32,10%	50,21%	22,63%	2,06%	4,53%
		401-600	7,00%	9,47%	3,29%	7,82%	2,47%	2,88%
		más de 600	4,12%	0%	4,12%	0%	0%	0%
	Ahorro		32,39%	46,53%	25,71%	50%	72,73%	66,67%
Sociales	Estabilidad Laboral		82,39%	72,77%	88,93%	62,84%	77,27%	61,11%
	Vivienda (que consta de Servicios Básicos)		92,61%	87,62%	90%	87,84%	100%	100%
	Educación Hijos		86,27%	79,22%	95,10%	66,67%	100%	66,67%
	Alimentación adecuada		30,25%	20,47%	29,37%	15,17%	2,47%	3,70%
	Sector vulnerable		7,39%	17,82%	8,93%	21,62%	0%	0%

Elaborado por: Germania Vayas, Andrea Pico.

Fuente: Investigación de campo.

CONCLUSIONES:

- Las empresas encuestadas tienen un crecimiento del 52,57%, siendo las características más representativas la clientela, la infraestructura y los servicios, generando así más fuentes de trabajo que traerá consigo un crecimiento económico de su sector y de la Provincia.
- Entre las características que se han escogido para conocer el impacto social de las empresas encuestadas se tiene a las prácticas de responsabilidad social que pueden o no realizar al brindar sus servicios, obteniendo que el 41,30% practica el reciclaje de basura, ahorro de energía y agua y la utilización de productos ecológicos.
- Se demuestra en la investigación que los colaboradores encuestados cuentan con características propias de calidad de vida, por ejemplo en las condiciones de vivienda se determinó que el 90,53% disponen de todos los servicios básicos, así también el 50,72% tiene una alimentación adecuada, el 77,09% de los colaboradores con hijos estudian, tomando en cuenta que aquellos que no estudian tienen menos de 3 años.

- El 33,74% de los colaboradores es la mayor fuente de ingreso en su hogar, siendo su remuneración de 200 a 400 dólares, mientras que el 8,23% es la mayor fuente de ingresos con una remuneración de 401 a 600 dólares, se adjunta el anexo 5.
- En relación a la remuneración y al porcentaje de ahorro al mes se puede concluir que de las personas que ganan de 200 a 400 dólares el 32,10% tiene capacidad de ahorro, de 401 a 600 dólares tienen el 6,17%, más de 600 el 0%, teniendo como conclusión que mientras más ganan menos capacidad de ahorro tienen. La tasa de ahorro a nivel general en las PYMES del sector turístico de la Provincia de Tungurahua es el 38,27%, se adjunta el anexo 6.

RECOMENDACIONES

- ▶ Se recomienda a los empleadores tomar en cuenta satisfacer necesidades básicas a sus colaboradores como es brindar una alimentación adecuada, de esta manera se motivarán y mejorarán su desempeño.
- ▶ Es necesario que los colaboradores sean reconocidos por su nivel académico y experiencia, tanto en el cargo a desempeñar y la remuneración acorde a este, se puede implementar un plan de ascensos y promociones y un plan de incentivos o remuneración variable de acuerdo al logro de objetivos.
- ▶ Se recomienda implantar proyectos en función al cuidado del medio ambiente, que beneficie a la comunidad y a la misma empresa en el ahorro de recursos.
- ▶
- ▶ La unión del gremio turístico es necesaria para impulsar este sector de gran importancia para el País, es necesario implementar promoción a través de la participación de ferias especializadas, ruedas de negocios, viajes de prensa, roadshows y publicaciones dentro del mercado objetivo.

GRACIAS