



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TEMA: ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS COMO MODELOS  
DE DESARROLLO Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DEL  
SECTOR TURÍSTICO DURANTE EL PERÍODO 2015-2016 EN LAS  
CIUDADES DE BAÑOS Y EL PUYO**

**AUTORES:**

**CAIZA CAIZA, EDISON FABRICIO**

**CUEVA PERDOMO, CRISTINA LIZBETH**

**DIRECTOR: ING. ALVEAR PEÑA, HORFAYT ALONSO**

**SANGOLQUÍ**

**2018**

**CERTIFICADO DEL DIRECTOR**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, “ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS COMO MODELOS DE DESARROLLO Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISTICO EN LAS CIUDADES DE BAÑOS Y EL PUYO DURANTE EL PERIODO 2015-2016” fue realizado por el señor Caiza Caiza, Edison Fabricio y la señorita Cueva Perdomo, Cristina Lizbeth el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por las herramientas de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito autorizar la continuación del proceso de titulación.

Sangolqui, 23 de Mayo del 2018

**Firma**

**Ing. Horfayt Alvear Peña**

C.C. 1710-117597.....

*Ing. Alonso Alvear S.*  
DOCENTE - TUTOR



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, *Cueva Perdomo, Cristina Lizbeth y Caiza Caiza, Edison Fabricio*, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: *Encadenamientos Productivos como modelos de desarrollo y su incidencia en la competitividad del sector turístico durante el período 2015-2016 en las ciudades de Baños y el Puyo*, es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

**Sangolquí, 23 de Julio de 2018**

Firma

**Cristina Cueva P.**

**C.C.: 1723154744**

Firma

**Edison Caiza C.**

**C.C.: 1721752465**

**AUTORIZACIÓN**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**AUTORIZACIÓN**

*Nosotros, **Cueva Perdomo, Cristina Lizbeth y Caiza Caiza, Edison Fabricio** autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Encadenamientos Productivos como modelos de desarrollo y su incidencia en la competitividad del sector turístico durante el período 2015-2016 en las ciudades de Baños y el Puyo**, en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.*

**Sangolquí, 23 de Julio del 2018**

Firma

**Cristina Cueva P.**

**C.C.: 1723154744**

Firma

**Edison Caiza C.**

**C.C.: 1721752465**

## DEDICATORIA

A Dios quien me ha brindado salud y vida para culminar mi carrera, por otorgarme la sabiduría necesaria para tomar las decisiones correctas y por darme fortaleza para no decaer en los momentos difíciles de la vida.

De igual forma este trabajo dedico a mis amados padres, Edison y Pilar por ser mi apoyo incondicional, por sus consejos los cuales me han permitido ser una persona de bien y responsable; a mi querida hermana Maribel, decirles que son mi motivación y el motor de mi vida.

A mis abuelitos quienes inculcaron mis principios y valores, por apoyarme y entregarme todo su cariño.

A mi grupo de amigos Senecyots quienes me acompañaron durante toda mi vida universitaria, y a todos mis amigos los cuales me ayudaron a cumplir uno de mis objetivos.

A Cristina mi compañera y soporte durante este tiempo. Por su cariño y apoyo, por haber recorrido este camino conmigo y lograr esta meta juntos.

**Fabricio**

## **DEDICATORIA**

Se lo dedico de una manera muy especial a mi Dios y mi Virgen de Guadalupe, que me brindaron sus bendiciones, sabiduría, fortaleza y me acompañaron en cada paso que he dado en esta gran etapa de mi vida.

A mis adorados padres Víctor y Sandra, que me han brindado sus consejos y su apoyo incondicional, han sido mi fortaleza, mi ejemplo a seguir y que a pesar de las dificultades que se nos han presentado han sabido salir adelante; de igual manera a mi amado hermano Gonzalo que me ha acompañado en mis noches de desvelo y que ha sabido tener sus palabras precisas para reanimarme y motivarme a seguir luchando por mis metas.

A mis queridos abuelitos que han sido un apoyo incondicional en toda mi vida, por su enorme cariño y siempre estar al pendiente de mí, ya que han sido el pilar fundamental de mi hogar.

A mi tía Valeria que ha sido como una segunda madre, por cuidarme durante toda mi infancia, por apoyarme a seguir adelante y por estar pendiente de mí.

A Fabricio, por ser un gran apoyo en esta etapa de mi vida, por tener los consejos precisos para ayudarme a no decaer, su paciencia y su cariño incondicional.

**Cristina**

## AGRADECIMIENTO

Mis más grandes agradecimientos es para Dios y la Virgen de Guadalupe por darme la vida, la salud y la sabiduría para las situaciones buenas y malas, por no dejarme sola y escuchar mis plegarias y por ayudarme a cumplir esta meta muy esencial en mi vida.

A la Universidad de la Fuerzas Armadas “ESPE” por haberme permitido formar parte de esta gran institución la cual me brindo maravillosas experiencias buenas y malas, y a mis docentes los cuales me llenaron de enseñanzas para mi futura vida profesional.

A mis padres, abuelitos, hermano y mi tía por sus sabios consejos, por ayudarme a no darme por vencida, por los valores y principios que supieron enseñarme desde niña, gracias a ellos soy lo que soy y son mi ejemplo a seguir, por el amor incondicional de cada uno.

Un profundo agradecimiento a nuestro tutor el Ing. Horfayt Alvear por su paciencia, tiempo y sus enseñanzas en la elaboración de esta investigación.

Un especial agradecimiento a Fabricio por su responsabilidad y apoyo en el desarrollo de la investigación, por incentivar me a ser mejor persona y cumplir juntos esta meta.

A mis amiga Ariana, y a mi grupo de amigos Senecyos que supieron ganarse mi amistad y confianza, que estuvieron durante mi vida universitaria apoyándome en las buenas y en las malas, cuidándome e incentivándome a seguir adelante y conseguir este gran logro.

**Cristina**

## AGRADECIMIENTO

A Dios quien me ha brindado salud y vida para culminar mi carrera, por otorgarme la sabiduría necesaria para tomar las decisiones correctas y por darme fortaleza para no decaer en los momentos difíciles de la vida.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE”, querida institución, la cual me brindó momentos de alegría, tristeza, de retos y esfuerzo; a cada uno de mis docentes los cuales me formaron profesionalmente y poder ser un Ingeniero Comercial.

A mi familia en general, quienes me brindaron su apoyo incondicional, sus consejos, por su preocupación y su tiempo, por confiar en mis capacidades y motivarme a cumplir mis sueños.

Un agradecimiento especial a nuestro tutor de tesis el ingeniero Horfayt Alvear que con su atención, conocimiento, paciencia y experiencia supo orientarnos en el desarrollo de esta investigación.

A mi grupo de amigos y todos los que formaron parte de una grata etapa de mi vida, gracias por su apoyo, compañerismo y solidaridad.

A Cristina Cueva mi compañera de tesis, por su responsabilidad, constancia, compromiso y esfuerzo para culminar esta investigación.

**Fabricio**



**ÍNDICE**

<b>CERTIFICADO DEL DIRECTOR</b> .....	i
<b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	ii
<b>AUTORIZACIÓN</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	vi
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xi
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	xiii
<b>RESUMEN DEL PROYECTO</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO</b> .....	xvi
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>1. Delimitación del problema</b> .....	1
1.1 Objeto del estudio Enfoque cartesiano.....	1
1.1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.1.2. Árbol de Problemas.....	3
1.1.3. Árbol de problemas simplificado:.....	4
1.2 Antecedentes.....	4
1.3 Justificación e Importancia.....	5
1.4 Contexto y lugar donde se desarrollará el estudio.....	7
1.5 Delimitación temporal y espacial.....	7
1.6 Objetivo general.....	10
1.6.1 Objetivos específicos.....	10
<b>1.7. Hipótesis</b> .....	10
<b>CAPÍTULO II</b> .....	11
<b>2. Análisis situacional del sector</b> .....	11
2.1. MACRO AMBIENTE.....	11
2.1.1. Análisis Externo.....	11
2.1.1.1. Factor Político.....	11
2.1.1.2. Factor Económico.....	12
2.1.1.3. Factor Sociocultural.....	16

2.1.1.4. Factor Tecnológico.....	19
2.1.1.5. Factor Ambiental.....	20
<b>2.2. Micro Ambiente .....</b>	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>30</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>30</b>
<b>Marco teórico de referencias.....</b>	<b>30</b>
3.1.1. Teoría de los clústers económicos .....	34
3.1.2 Teoría de la estrategia y la competitividad .....	41
3.1.3. Teoría de los encadenamientos hacia atrás y hacia delante .....	43
3.1.4. Teoría de la Localización.....	45
3.2. Marco conceptual.....	47
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>54</b>
<b>4. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>54</b>
4.1 Metodología de la investigación .....	54
4.2 Tipología de investigación .....	55
4.2.1 Por su finalidad Aplicada.....	55
4.2.2 Por las fuentes de información Mixto .....	55
4.2.3 Por las unidades de análisis In situ .....	56
4.2.4 Por el control de las variables No experimental .....	57
4.2.5 Por el alcance Correlacional .....	57
4.3 Procedimiento para recolección de datos Técnica de campo.....	58
4.4 Población o Universo de Estudio .....	58
4.5 Segmentación .....	59
4.5.1 Criterios de Segmentación.....	59
4.6 Muestra.....	65
4.7 Muestra probabilística estratificada .....	66
4.8 Procedimiento para tratamiento y análisis de información Varios .....	68
4.9 Instrumentos de recolección de información Varios.....	68
4.9.1. Entrevista.....	68
4.9.2. Encuesta .....	69

4.9.2.1. Validación de la encuesta .....	70
4.9.3. Encuesta Piloto .....	72
4.9.3.1. Informe de la Encuesta Piloto.....	72
4.10 Codificación de variables.....	<b>74</b>
4.11 Encuesta definitiva.....	<b>79</b>
4.12 Procedimiento para la recopilación de la información y análisis de datos.....	<b>79</b>
4.13 Codificación e ingreso de la información .....	<b>80</b>
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>82</b>
<b>5. MARCO EMPÍRICO</b> .....	<b>82</b>
<b>Análisis e interpretación de resultados</b> .....	<b>82</b>
5.1. Análisis de las entrevistas .....	<b>82</b>
5.2. Análisis Univariado .....	<b>83</b>
5.2.1. Encuesta realizada a los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo .....	83
5.3. Comprobación de la hipótesis .....	<b>111</b>
5.4. Hallazgos de la encuesta a través del análisis bivariado .....	<b>114</b>
<b>CAPÍTULO VI</b> .....	<b>127</b>
<b>Propuesta</b> .....	<b>127</b>
Antecedentes .....	127
Introducción.....	127
Fundamentación de la propuesta .....	128
Diseño de la propuesta .....	130
Beneficios de la propuesta.....	133
Financiamiento para la implementación de la propuesta.....	137
Precio propuesto al cliente final.....	137
<b>CAPÍTULO VII</b> .....	<b>138</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>138</b>
<b>Recomendaciones</b> .....	<b>139</b>
Bibliografía.....	140

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Tasa de interés activa</i> .....	12
<b>Tabla 2</b> <i>Tasa pasiva</i> .....	13
<b>Tabla 3</b> <i>Inflación</i> .....	14
<b>Tabla 4</b> <i>Balanza Turística (millones dólares) años 2012-2016</i> .....	15
<b>Tabla 5</b> <i>Participación turística en el PIB</i> .....	16
<b>Tabla 6</b> <i>Tasa de desempleo</i> .....	17
<b>Tabla 7</b> <i>Proyección de la población de Baños</i> .....	18
<b>Tabla 8</b> <i>Proyección de la población del Puyo</i> .....	18
<b>Tabla 9</b> <i>Plan hospitalario ante emergencias y desastres HGP</i> .....	24
<b>Tabla 10</b> <i>Oferta turística de Baños y el Puyo</i> .....	28
<b>Tabla 11</b> <i>Desarrollo de clúster competitivos</i> .....	37
<b>Tabla 12</b> <i>Población o universo de estudio</i> .....	58
<b>Tabla 13</b> <i>Pymes</i> .....	59
<b>Tabla 14</b> <i>Segmentación</i> .....	60
<b>Tabla 15</b> <i>Alojamiento en Baños</i> .....	61
<b>Tabla 16</b> <i>Comidas y bebidas en Baños</i> .....	61
<b>Tabla 17</b> <i>Intermediación Por Provincia y Cantón</i> .....	62
<b>Tabla 18</b> <i>Recreación por Provincia y Cantón</i> .....	62
<b>Tabla 19</b> <i>Transporte Turístico Por Provincia y Cantón</i> .....	62
<b>Tabla 20</b> <i>Información general Puyo</i> .....	63
<b>Tabla 21</b> <i>Intermediación Por Provincia y Cantón</i> .....	63
<b>Tabla 22</b> <i>Recreación Por Provincia y Cantón</i> .....	64
<b>Tabla 23</b> <i>Transporte Turístico Por Provincia y Cantón</i> .....	64
<b>Tabla 24</b> <i>Total de establecimientos de Baños y el Puyo</i> .....	64
<b>Tabla 25</b> <i>Fijación de la muestra</i> .....	67
<b>Tabla 26</b> <i>Cantidad de encuestas a aplicar</i> .....	67
<b>Tabla 27</b> <i>Codificación de variables</i> .....	74
<b>Tabla 28</b> <i>Edad del encuestado</i> .....	84
<b>Tabla 29</b> <i>Género del encuestado</i> .....	85
<b>Tabla 30</b> <i>Actividad del negocio</i> .....	86
<b>Tabla 31</b> <i>Número de empleados</i> .....	87
<b>Tabla 32</b> <i>Ciudad a la que pertenece</i> .....	88
<b>Tabla 33</b> <i>Pregunta 1</i> .....	89
<b>Tabla 34</b> <i>Pregunta 2</i> .....	90
<b>Tabla 35</b> <i>Resumen de caso Pregunta 3</i> .....	91
<b>Tabla 36</b> <i>Pregunta 3</i> .....	91
<b>Tabla 37</b> <i>Pregunta 4</i> .....	92
<b>Tabla 38</b> <i>Pregunta 5</i> .....	94
<b>Tabla 39</b> <i>Pregunta 6</i> .....	95

<b>Tabla 40</b> <i>Resumen de caso pregunta 7</i> .....	96
<b>Tabla 41</b> <i>Pregunta 7</i> .....	96
<b>Tabla 42</b> <i>Resumen de casos pregunta 8</i> .....	97
<b>Tabla 43</b> <i>Pregunta 8</i> .....	97
<b>Tabla 44</b> <i>Pregunta 9</i> .....	99
<b>Tabla 45</b> <i>Pregunta 10</i> .....	100
<b>Tabla 46</b> <i>Pregunta 11</i> .....	101
<b>Tabla 47</b> <i>Pregunta 12</i> .....	102
<b>Tabla 48</b> <i>Pregunta 13</i> .....	103
<b>Tabla 49</b> <i>Pregunta 14</i> .....	104
<b>Tabla 50</b> <i>Pregunta 15</i> .....	105
<b>Tabla 51</b> <i>Resumen de caso pregunta 16</i> .....	106
<b>Tabla 52</b> <i>Pregunta 16</i> .....	106
<b>Tabla 53</b> <i>Pregunta 17</i> .....	108
<b>Tabla 54</b> <i>Pregunta 18</i> .....	109
<b>Tabla 55</b> <i>Pregunta 19</i> .....	110
<b>Tabla 56</b> <i>Cruce de variable Chi cuadrado</i> .....	113
<b>Tabla 57</b> <i>Pruebas de Chi cuadrado</i> .....	113
<b>Tabla 58</b> <i>Cruce actividad del negocio-Número de empleados</i> .....	114
<b>Tabla 59</b> <i>Cruce ¿Conoce usted que es un encadenamiento productivo?</i> .....	115
<b>Tabla 60</b> <i>Cruce: Actividad del negocio- Pregunta 2</i> .....	116
<b>Tabla 61</b> <i>Cruce ¿Con qué tipo de establecimiento se asoció?</i> .....	117
<b>Tabla 62</b> <i>Cruce ¿Qué tipo de unión considera que tiene su establecimiento?</i> .....	118
<b>Tabla63</b> <i>Cruce ¿Qué beneficios obtuvo al pertenecer a una asociación?</i> .....	119
<b>Tabla64</b> <i>¿Cuál de los siguientes factores considera determinantes para realizar una asociación?</i> .....	120
<b>Tabla 65</b> <i>Cruce: Actividad del negocio – Pregunta 9</i> .....	121
<b>Tabla 66</b> <i>Cruce -Un encadenamiento ayuda a mejorar la competitividad de las Pymes</i> .....	122
<b>Tabla 67</b> <i>Cruce -¿Estaría dispuesto a formar parte de un encadenamiento productivo?</i> .....	123
<b>Tabla 68</b> <i>Cruce -Factores limitantes para asociarse con otras empresas</i> .....	124
<b>Tabla69</b> <i>Cruce Actividad de negocio – Pregunta 18</i> .....	125
<b>Tabla 70</b> <i>Cruce: Actividad del negocio – Pregunta 9</i> .....	126
<b>Tabla 71</b> <i>Precio del funcionamiento</i> .....	137

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Árbol de problemas.....	3
<i>Figura 2.</i> Distancia Baños y Puyo .....	8
<i>Figura 3.</i> Cantones Tungurahua .....	9
<i>Figura 4.</i> Cantones de Pastaza.....	9
<i>Figura 5.</i> Proyección de la población Ecuatoriana, por años calendario, según cantones.....	18
<i>Figura 6.</i> Proyección de la población Ecuatoriana, por años calendario según cantones.....	19
<i>Figura 7.</i> Refugios temporales en Baños.....	22
<i>Figura 8.</i> Edad del encuestado.....	84
<i>Figura 9.</i> Género del encuestado .....	85
<i>Figura 10.</i> Actividad del negocio .....	86
<i>Figura 11.</i> Número de empleados .....	87
<i>Figura 12.</i> Ciudad a la que pertenece .....	88
<i>Figura 13.</i> Pregunta 1 .....	89
<i>Figura 14.</i> Pregunta 2 .....	90
<i>Figura 15.</i> Pregunta 3 .....	91
<i>Figura 16.</i> Pregunta 4 .....	93
<i>Figura 17.</i> Pregunta 5 .....	94
<i>Figura 18.</i> Pregunta 6 .....	95
<i>Figura 19.</i> Pregunta 7 .....	96
<i>Figura 20.</i> Pregunta 8 .....	98
<i>Figura 21.</i> Pregunta 9 .....	99
<i>Figura 22.</i> Pregunta 10 .....	100
<i>Figura 23.</i> Pregunta 11 .....	101
<i>Figura 24.</i> Pregunta 12 .....	102
<i>Figura 25.</i> Pregunta 13 .....	103
<i>Figura 26.</i> Pregunta 14.....	104
<i>Figura 27.</i> Pregunta 15 .....	105
<i>Figura 28.</i> Pregunta 16 .....	107
<i>Figura 29.</i> Pregunta 17 .....	108
<i>Figura 30.</i> Pregunta 18 .....	109
<i>Figura 31 .</i> Pregunta 19 .....	110
<i>Figura 32.</i> Diamante de Porter .....	129
<i>Figura 33.</i> Propuesta del modelo de encadenamiento .....	130
<i>Figura 34.</i> Modelo de encadenamiento propuesto.....	134

## **RESUMEN DEL PROYECTO**

El presente trabajo de titulación, tuvo como objetivo analizar los encadenamientos productivos y su relación con la competitividad del sector turístico de las ciudades de Baños y el Puyo durante los años 2015-2016, para lo que se utilizó datos cuantitativos y cualitativos recolectados a través de encuestas y entrevistas. Dichos datos permitieron observar la relación existente entre la competitividad con los encadenamientos, también se pudo determinar que los establecimientos que otorgan servicio dentro del sector turístico tienen algún tipo de asociación pero de una manera empírica; el alcance del proyecto comprendió el análisis de varios factores como la inversión en infraestructura y tecnología en la cual se pudo observar que los establecimientos realizaron esta inversión mayormente en el año 2015; otro de los factores analizados son los beneficios, barreras para su formación, tipos de unión entre establecimientos y la relación entre el sector productivo y turístico, los cuales están detallados en el marco empírico. Las teorías implicadas en este estudio serán las que estén vinculadas con los clústers económicos, estrategia y competitividad, de los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante y la localización. El uso de prueba Chi-cuadrado, anova, correlación de Pearson permitió afirmar la influencia de los encadenamientos productivos en el sector turístico sobre la competitividad.

### **.PALABRAS CLAVE:**

- **ENCADENAMIENTO**
- **COMPETITIVIDAD**
- **CLÚSTERS**
- **ASOCIATIVIDAD**

## **ABSTRACT**

The objective of the degree work was to analyze the productive chain and its relationship with the competitiveness of the tourism sector of the cities of Baños and Puyo during the years 2015-2016, for which qualitative and quantitative data collected through surveys and interviews were used. These information allowed observing the existing relationships between competitiveness with the productive chain. It was also possible to determine that the establishments that provide service within the tourist sector have some type of association but in an empirical way. The scope of the Project included the analysis of several factors such as investment in infrastructure and technology in which it was observed that the establishments made this investment mostly in 2015. Another factor analyzed are the benefits, barriers to their information, types of union between establishments and the relationship between the productive sector and tourism which are detailed in the empirical framework. The theories involved in this study will be those that are linked to the economic clusters, strategy and competitiveness of the chain backwards or forwards and the location. The use of the test Chi square distribution, Anova, correlation of Pearson allowed to make sure and affirm the influence of the productive chains in the tourist sector on the competitiveness.

### **KEYWORDS:**

- **CHAINS**
- **COMPETITIVENESS**
- **CLUSTERS**
- **ASSOCIATIVITY**



## **ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO**

La presente investigación, sirve para analizar los encadenamientos productivos como modelos de desarrollo y su influencia en la competitividad del sector turístico en las ciudades de Baños y el Puyo.

La investigación consta de siete capítulos, el primer capítulo contiene el enfoque del estudio, el planteamiento del problema a investigarse, su respectiva justificación, además de esto se explica los objetivos de la investigación, la realización del árbol de problemas, la definición del contexto, lugar y por último se detalla la delimitación del tiempo que se va a tomar en cuenta para poder desarrollar el estudio.

En el segundo capítulo encontraremos el desarrollo del análisis situacional del sector turístico, en el cual se realizará el análisis externo y el micro ambiente.

En el tercer capítulo se detallará las diferentes teorías de soporte de la investigación que sustentan a las variables de estudio, a continuación se desarrollará el marco referencial en el cual se tomará como guía para poder tener claro el panorama del estudio y por último en este capítulo se realizará el marco conceptual.

En el cuarto capítulo se realizará el marco metodológico en el cual se va a detallar el enfoque; la tipología de la investigación que se desarrollará, además se explicará la finalidad, la cual va a ser investigación aplicada, por las fuentes de información, que pertenecen a un estudio mixto y por las unidades de análisis que de acuerdo a la investigación es In situ; detallando primero de que trata cada uno de los términos antes mencionados para luego explicar por qué se ha escogido las diferentes metodologías de acuerdo a la investigación, a continuación se describirá la muestra

y por último se detallarán los instrumentos de recolección de información y el procedimiento que se va a realizar.

Para el quinto capítulo se presentarán las respuestas de las entrevistas realizadas a expertas y los resultados recopilados que serán obtenidos de la investigación, la comprobación de la hipótesis, y por último se presentarán los cruces de variables más relevantes para el estudio.

En el sexto capítulo se presentará una propuesta como alternativa de mejora en el sector turístico, la misma que trata de un encadenamiento productivo en las ciudades de Baños y el Puyo, de acuerdo al análisis realizado en la investigación.

Y por último en el séptimo capítulo se explicarán las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado después de realizar toda la investigación.

## CAPÍTULO I

### 1. Delimitación del problema

#### 1.1. Objeto del estudio Enfoque cartesiano

Los estudios de corte cartesiano “pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable” (Galeano, 2004).

En la presente investigación se utiliza el enfoque cartesiano, ya que se realizará encuestas abiertas, técnicas de observación y observación participante. Al utilizar el enfoque cartesiano podemos determinar las preferencias que tienen los turistas tanto en Baños como en el Puyo, además mediante los datos se podrá conocer en qué porcentaje aporta al desarrollo turístico la conformación de encadenamientos; también nos permitirá observar qué características son las que se asemejan en cada una de las empresas turísticas para ir formando encadenamientos productivos.

Otro motivo por el cual se escogió este enfoque es porque nos ayudará a comprobar nuestra hipótesis por medio de los análisis estadísticos obtenidos por los resultados cuantificables que serán generados después de aplicar las encuestas y las técnicas mencionadas anteriormente.

El objeto de estudio será: La Cámara de Comercio y la Cámara de Turismo del cantón de Baños de Agua Santa y de la ciudad del Puyo, Pymes (Pequeñas y medianas empresas),

operadoras turísticas, hoteles, medios de transporte, artesanos, proveedores, restaurantes, discotecas, oferta turística de la ciudad, demanda turística internacional y Ministerios de Turismo.

### **1.1.1. Planteamiento del problema**

Son algunos factores los que impulsaron al desarrollo de esta investigación, el turismo en las ciudades de Baños de Agua Santa y el Puyo ha ido incrementado en los últimos años, pero existe varias molestias por parte de los extranjeros que generan insatisfacción por los servicios recibidos, como la limitada diversificación de la oferta turística, reducidos medios de transporte, ausencia de encadenamientos productivos, mala infraestructura, carencia de insumos, lentitud en los servicios, personal no capacitado, entre otros. Es por eso que nos hemos enfocado en la dinámica que podría generarse al momento de asociar proveedores de las zonas rurales con la especialización productiva de la zona urbana, permitiendo un mayor desarrollo territorial.

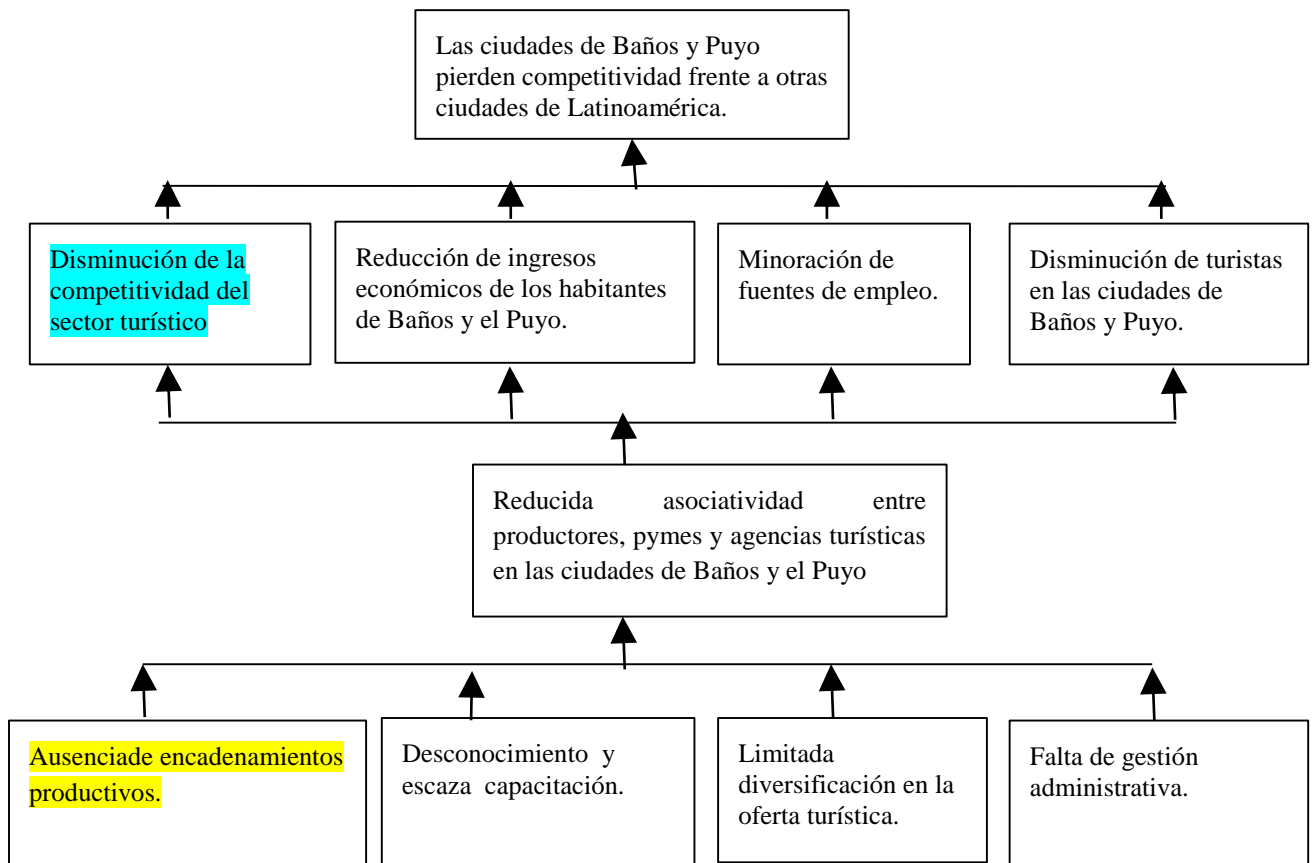
En el Ecuador los encadenamientos están mayormente dirigidos al sector productivo, sin darse cuenta que dentro del sector turístico se puede generar una gran fuente económica para el país mediante la creación y formación de clústers, que son agrupaciones de empresas especializadas un mismo sector. El estado ecuatoriano no ha realizado alguna normativa donde se promueva y se incentive el establecimiento de encadenamientos productivos en todas las zonas turísticas a nivel nacional.

El creciente flujo de ingreso de turistas da como resultado una aparente mejora en la calidad de vida de la población; sin embargo, esto no evidencia una buena impresión de las ciudades de Baños como el Puyo frente a otras ciudades Latinoamericanas, esto es debido a la limitada asociatividad entre productores, pymes y agencias turísticas, que priorizan el incremento de los

ingresos económicos frente a la calidad de servicios prestados, por lo cual los visitantes tienden a crear una mala imagen de estas ciudades.

Por otro lado las actividades turísticas en el área rural de las ciudades de Baños y el Puyo no tienen el mismo impacto que la actividad turística en el área urbana frente a los turistas, siendo uno de los principales motivos la falta de publicidad tanto en los medios locales como internacionales, redes sociales, vallas publicitarias, promociones, entre otras; que son las causas suficiente para poder pensar en formar encadenamientos productivos entre pymes y así mejorar la calidad del servicio para ser más competitivos a nivel nacional e internacional.

**1.1.2. Árbol de Problemas**



*Figura 1.* Árbol de problemas

### 1.1.3. Árbol de problemas simplificado:

EFEECTO (V.D): Disminución de la competitividad del sector turístico.

PROBLEMA: Reducida asociatividad entre productores, pymes y agencias turísticas en las ciudades de Baños y el Puyo.

CAUSA (V.I.): Ausencia de encadenamientos productivos como modelos de desarrollo.

**Problema establecido:** ¿Es la ausencia de encadenamientos productivos como modelos de desarrollo la principal causa de la reducida asociatividad entre productores, pymes y agencias turísticas lo que provoca la disminución de la competitividad del sector turístico durante el período 2015-2016 en las Ciudades de Baños y el Puyo?

## 1.2. Antecedentes

El turismo ha existido desde hace muchos años atrás, pero “el turismo como una actividad económica surge a partir de la Revolución Industrial y el progreso de la burguesía como clase dominante” (Dalles, 2012). Desde ese entonces ha ido creciendo de una manera continua y sostenida a nivel mundial, se puede decir que es un fenómeno social vinculado con el crecimiento económico de un país, primordialmente en los territorios rurales o urbanos donde se realiza dicha actividad.

En el Ecuador a mediados de los años cuarenta “en la segunda presidencia de Velasco Ibarra (1944), a raíz del aporte del gobierno anterior al turismo se institucionaliza la Dirección de Turismo del Estado (DITURIS), que estaba a cargo de la promoción de los recursos turísticos” (Caiza & Molina, 2012). Las agencias de viajes y las operadoras turísticas fueron las encargadas

de instaurar al turismo como una actividad económica, llegando a varios acuerdos con las autoridades de turno para aprovechar la riqueza natural y cultural de nuestro país.

Hoy en día a nivel mundial, el turismo es una de las principales fuentes de ingresos económicos, permitiendo el desarrollo de las ciudades; según el último número del Barómetro de la OMT (Organización Mundial del Turismo). “El número de visitantes notificados por los destinos de todo el mundo refleja una fuerte demanda de turismo internacional en el primer semestre de 2017” (Gomez, 2017). Además contribuye a la conservación de los sistemas naturales y la biodiversidad de cada nación.

En nuestro país “en la actualidad la oferta del Ecuador está dividida por el mundo, lo que ha permitido que el sector Turismo pueda disponer de una oferta más amplia y el desarrollo del sector sea equitativo” (Caiza & Molina, 2012). Tomando en cuenta a todos los actores involucrados desde el pequeño agricultor hasta las grandes agencias de turismo, generando grandes beneficios para todas las partes y creando nuevas fuentes de empleo.

### **1.3. Justificación e Importancia**

De acuerdo al cambio de la Matriz Productiva, el turismo viene a ser un eje fundamental para el sector económico del país; hoy en día la nueva estructura instaurada por el Ministerio de Turismo permite atender de manera coordinada y eficiente la demanda turística, basándose en distintos pilares como la calidad que origina mayor satisfacción en los visitantes, promoción que genera incremento de la demanda, seguridad que provoca confianza en los turistas, conectividad que genera eficiencia y por último productos que permiten la diferenciación.

El Gobierno Ecuatoriano ha impulsado a este sector invirtiendo gran cantidad de dinero y facilitando el acceso al financiamiento para el desarrollo de los GAD'S (Gobiernos Autónomos

Descentralizados), disminuyeron impuestos y trámites a las empresas que se desempeñan en este sector; además el turismo ecuatoriano está viviendo un buen momento y creciendo rápidamente a nivel mundial. El objetivo del Estado ecuatoriano es mejorar la poca rentabilidad de la producción primaria y llegar a una producción con valores agregados que favorezcan y mejoren la vida de los campesinos y de todos los sectores productivos, haciendo un especial énfasis en los encadenamientos productivos.

Los encadenamientos productivos trabajan como una asociación de un gran número de empresas, donde cada una de ellas realiza una actividad especializada, que puede ser el desarrollo de una fase determinada del proceso de entrega del servicio turístico. Por otra parte, desde el punto de vista económico, las actividades que realizan cada empresa deben resultar ventajosas para sí mismas, debido a que poseen cierta especialización u ofrecen un valor agregado, los cuales les permite incrementar el precio de sus servicios o productos para aumentar sus ingresos económicos.

Por medio de los modelos de encadenamientos productivos se busca mejorar la competitividad, e impulsar el desarrollo del conjunto de empresas que lo conforman. Formarían parte de los encadenamientos productivos no solamente empresas turísticas del destino (empresas de alojamiento, empresas de transporte, de restauración y de animación), sino también proveedores específicos e intermediarios muy relacionados con el lugar.

Realizar esta investigación tiene una gran importancia ya que aportará de gran manera al país, permitiendo un crecimiento económico en el PIB y aumentando las plazas de empleo por todo lo



que generará el aumento de la demanda final de los servicios turísticos una vez creados los encadenamientos productivos.

Las ciudades de Baños y el Puyo serán las grandes beneficiadas al momento de ejecutarse esta investigación, y podrán ser un modelo a seguir por parte de las otras ciudades turísticas del Ecuador, permitiendo un desarrollo a nivel nacional y aumentando la competitividad de este sector frente a otras ciudades Latinoamericanas, siendo Ecuador uno de los principales destinos a nivel mundial por parte de los turistas.

#### **1.4. Contexto y lugar donde se desarrollará el estudio**

El estudio está dirigido al sector turístico del cantón Baños de Agua Santa y el Puyo tanto para las empresas públicas como privadas, tomando muy en cuenta a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector turístico de los cantones, que serán las beneficiadas al concluir este trabajo.

#### **1.5. Delimitación temporal y espacial**

El estudio será transversal, porque el análisis se efectuará tomando como base de estudio el período comprendido entre los años 2015 y 2016; además es un estudio estadístico, de tipo descriptivo, que mide la prevalencia de la exposición y el efecto en una muestra poblacional definida en un solo momento temporal; este tipo de estudio es adecuado para el desarrollo del proyecto debido a que no involucra un seguimiento previo o posterior. La recolección de datos, por medio de encuestas físicas, serán organizadas y finalmente procesadas por Excel y programas estadísticos generando resultados para la obtención de conclusiones con respecto a nuestro tema.

La delimitación espacial para la investigación será específicamente en la Provincia de Tungurahua y Pastaza, en el Cantón Baños de Agua Santa y el Puyo respectivamente. Dentro del

estudio las unidades de observación serán los hoteles, restaurantes, sitios turísticos, lugares donde se practican deportes extremos, locales de venta de artesanías, líneas de transporte, bares, hosterías, operadoras turísticas, entre otras.

A continuación en la Figura 2, se muestra la cercanía entre las dos ciudades donde vamos a realizar el estudio.



**Figura 2. Distancia Baños y Puyo**

Fuente: (Baños de Agua Santa)

La Provincia de Tungurahua está dividida en 9 cantones, donde Baños de Agua Santa es uno de los cantones más grandes y turísticos de esta provincia.

A continuación en la Figura 3 se presentan los cantones de la provincia Tungurahua.



**Figura 3. Cantones Tungurahua**  
Fuente: (Ecuador travel, 2014)

La Provincia de Pastaza está dividida por 4 cantones, donde la ciudad del Puyo se encuentra ubicada dentro del cantón Pastaza, siendo una de las ciudades más grandes y turísticas de la provincia como se muestra en la Figura 4 a continuación.



**Figura 4. Cantones de Pastaza**  
Fuente: (Ecuador travel, 2014)

## **1.6. Objetivo general**

Analizar los encadenamientos productivos y su relación con la competitividad del sector turístico mediante un estudio de campo y documental para proponer una asociatividad entre productores, pymes y agencias turísticas en las ciudades de Baños y el Puyo.

### **1.6.1. Objetivos específicos**

- Establecer si existe relación entre el sector productivo y turístico mediante un estudio de campo para determinar la contribución hacia la economía de la ciudad.
- Determinar cuáles son los encadenamientos productivos existentes mediante encuestas para precisar su influencia sobre el sector turístico.
- Evaluar la competitividad del sector turístico mediante un estudio de campo durante el periodo 2015-2016 para identificar la inversión realizada.
- Proponer un modelo de encadenamiento productivo entre productores, pymes y agencias turísticas en las ciudades de Baños y el Puyo para mejorar la diversificación de la oferta y exceder las expectativas de los turistas.
- Analizar los beneficios, los factores determinantes y limitantes al momento de formar un encadenamiento mediante un estudio de campo para conocer sus ventajas y desventajas.

## **1.7. Hipótesis**

**H1:** Los encadenamientos productivos si influyen positivamente en la competitividad del sector turístico en las ciudades de Baños y el Puyo.

**H0:** Los encadenamientos productivos no influyen positivamente en la competitividad del sector turístico en las ciudades de Baños y el Puyo

## **CAPÍTULO II**

### **2. Análisis situacional del sector**

#### **2.1.MACRO AMBIENTE**

##### **2.1.1. Análisis Externo**

###### **2.1.1.1.Factor Político.**

El Estado Ecuatoriano está constituido por cinco poderes: el Poder Ejecutivo, Poder Legislativo, Poder Judicial, Poder Electoral y el Poder de Transparencia y Control Social. El poder judicial se ha mantenido con la misma subestructura para ejercer sus funciones; el gobierno ha pretendido un cambio de personal respecto a Jueces en los diferentes ámbitos con la finalidad de dar un nuevo nivel de transparencia y evitar la corrupción abrupta que existía en el Ecuador, lo cual representa un punto favor ya que las leyes actualmente son cumplidas casi al 100% y los Jueces practican la imparcialidad e independencia en su juicio.

Para el sector turístico existen varias reformas; y actualmente firmaron un decreto en Diciembre de 2017 el cual busca promover la integración latinoamericana y promover una mejora estratégica del país en un ámbito internacional, lo cual beneficia ya que ahora el turismo está definida como una política de Estado por lo que con esto se busca consolidar al turismo como la primera fuente de ingresos no petroleros.

Este factor es considerado una oportunidad ya que siempre están en constante mejoras de las leyes, reglamentos y normas además que se crean organismos que respaldan los giros de negocio

de cada empresa, y en la actualidad se preocupan mucho por el sector Pymes y agricultores, para esto se creó la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

### 2.1.1.2.Factor Económico

#### *Tasa de Interés Activa.*

“La tasa de interés activa es la que cobran los bancos por los préstamos a clientes de primera línea” (Grupo Banco Mundial, 2014).

**Tabla 1**  
*Tasa de interés activa*

<b>Fecha</b>	<b>Valor</b>
Febrero 28-2018	7,41%
Enero 31-2018	7,72%
Diciembre 31-2017	7,83%
Noviembre 30-2017	7,79%
Octubre 31-2017	7,86%
Septiembre 30-2017	8,19%
Agosto 31-2017	7,58%
Julio 31-2017	8,15%
Junio 30-2017	7,72%
Mayo 31-2017	7,37%
Abril 30-2017	8,13%
Marzo 31-2017	8,14%
Febrero 28-2017	8,25%
Enero 31-2017	8,02%
Diciembre 31-2016	8,10%
Noviembre 30-2016	8,38%
Octubre 31-2016	8,71%
Septiembre 30-2016	8,78%
Agosto 31-2016	8,21%
Julio 31-2016	8,67%
Junio 30-2016	8,66%
Mayo 31-2017	8,89%
Abril 30-2016	9,03%
Marzo 31-2016	8,86%

**Fuente:** (Banco Central, 2018)

La tasa de interés activa en el Ecuador durante el transcurso de los años ha ido decreciendo, teniendo en el año 2016 con un porcentaje 8.86%, y la actualidad con 7,41%. Lo que ayuda a las personas a poder realizar sus préstamos con mayor facilidad y de igual forma poderlos pagar a tiempo. Este factor constituye una oportunidad para el sector turístico tanto de Baños como el Puyo ya que los dueños de los negocios que forman parte de esto, pueden recurrir a las entidades financieras para realizar préstamos y poder mejorar su servicio como por ejemplo renovando su infraestructura, diversificando sus servicios entre otras.

### ***Tasa de Interés Pasiva.***

“Es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado” (GestioPolis, 2013).

**Tabla 2**  
*Tasa pasiva*

<b>Fecha</b>	<b>Valor</b>
Febrero 28-2018	5,06%
Enero 31-2018	4,98%
Diciembre 31-2017	4,95%
Noviembre 30-2017	4,91%
Octubre 31-2017	4,80%
Septiembre 30-2017	4,97%
Agosto 31-2017	4,96%
Julio 31-2017	4,84%
Junio 30-2017	4,80%
Mayo 31-2017	4,82%
Abril 30-2017	4,81%
Marzo 31-2017	4,89%
Diciembre 31-2016	5,12%
Noviembre 30-2016	5,51%
Octubre 31-2016	5,75%
Septiembre 30-2016	5,78%
Agosto 31-2016	5,91%
Julio 31-2016	6,01%
Junio 30-2016	6,00%
Mayo 31-2017	5,47%
Abril 30-2016	5,85%
Marzo 31-2016	5,95%

**Fuente:** (Banco Central, 2018)

Como podemos observar en la gráfica los valores de la tasa pasiva han sido muy variantes, pero se puede considerar como una oportunidad para los comerciantes del sector turístico de Baños y el Puyo, por el motivo que si desean realizar inversiones de sus ingresos generados por sus servicios, podrán ir incrementando su capital, y así ir mejorando su nivel de vida y el de sus familias.

### ***Inflación.***

“La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país durante un periodo de tiempo” (Diccionario de economía, 2016).

**Tabla 3**  
*Inflación*

<b>Fecha</b>	<b>Valor</b>
Enero 31-2018	0,19%
Diciembre 31-2017	0,18%
Noviembre 30-2017	-0,27%
Octubre 31-2017	-0,14%
Septiembre 30-2017	-0,15%
Agosto 31-2017	0,01%
Julio 31-2017	-0,14%
Junio 30-2017	-0,58%
Mayo 31-2017	0,05%
Abril 30-2017	0,43%
Marzo 31-2017	0,14%
Febrero 28-2017	0,20%
Diciembre 31-2016	0,16%
Noviembre 30-2016	-0,15%
Octubre 31-2016	-0,08%
Septiembre 30-2016	0,15%
Agosto 31-2016	-0,16%
Julio 31-2016	-0,09%
Junio 30-2016	0,36%
Mayo 31-2017	0,03%
Abril 30-2016	0,31%
Marzo 31-2016	0,14%

**Fuente:** (Banco Central, 2018)

Según datos del Banco Central los precios han ido variando entre sube y baja del mismo; para el año 2016 finalizó con un 0,16%, en el año 2017 terminó con 0,18% y para Enero del 2018 está



con una inflación de 0,19%, cómo podemos observar en el transcurso de los años ha ido subiendo la tasa de inflación. Por lo que esto llega a ser una amenaza para el sector turístico si es que sigue aumentando la inflación, ya que por el incremento de los precios de sus materias primas, tienen que incrementar de igual manera el precio de sus servicios que ofertan.

### ***Balanza Turística***

“Es la parte de la balanza de pagos que contempla los ingresos de divisas por los visitantes internacionales (exportaciones) y el egreso de divisas por los nacionales que salen al exterior (importaciones). Se expresan en déficit o superávit” (Glosarios, 2012).

#### **Tabla 4**

*Balanza Turística (millones dólares) años 2012-2016*

<b>AÑOS</b>	<b>INGRESO</b>	<b>EGRESO</b>	<b>SALDO</b>
2012	1.038,8	943,6	95,2
2013	1.251,2	988,2	263,0
2014	1.487,2	989,8	497,4
2015	1.557,4	993,9	563,5
2016	1.449,3	1.034,1	415,2

**Fuente:** (Boletín trimestral, 2016) , adaptado por los autores.

El indicador mencionado anteriormente es una oportunidad para el sector, ya que cada año el país incrementa el ingreso de divisas por la visita de los turistas internacionales por lo que ayuda a que los establecimientos turísticos incrementen sus ingresos y puedan invertir en sus negocios para brindar un excelente servicio y de mejor calidad, ya que esto ayuda al desarrollo del país.

### ***PIB.***

“Mide la producción total de bienes y servicios de un país es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país” (Economipedia, 2017).

**Tabla 5**  
*Participación turística en el PIB*

AÑOS	CONTUREC	PIB	PARTICIPACIÓN EN EL PIB
2012	1.038,8	87.925,0	1,2%
2013	1.251,2	95.130,0	1,3%
2014	1.487,2	101.726,0	1,5%
2015	1.557,4	99.290,0	1,6%
2016	1.449,3	98.614,0	1,5%

**Fuente:** (Boletín trimestral, 2016)

Este factor es considerado como una oportunidad hacia el sector ya que el turismo es la tercera fuente de ingreso no petrolero en el Ecuador por lo cual esto ayuda a incrementar las ventas e ingresos a los establecimientos turísticos; puesto que es una fuente aportadora al PIB de igual manera el estado otorgará distintos beneficios y ayudas a este sector para mejoras en el mismo.

### ***Riesgo País.***

“Los problemas económicos y la estabilidad política confluyen para configurar este factor que busca ser mensurable. De acuerdo con esta medición, el país tenía calificación B+ y ahora se sitúa en B” (El Comercio, 2016).

Por este motivo se puede concluir que es un indicador que resulta amenaza para el sector turístico, ya que al momento de que inversores extranjeros analicen el riesgo país que tiene el Ecuador probablemente opten por no invertir en los negocios del sector turístico.

### **2.1.1.3.Factor Sociocultural**

#### ***Tasa de Desempleo.***

“La tasa de desempleo alcanzó el 5,82% a escala nacional en diciembre del 2017, por debajo del 6,52% que se registró en igual mes del 2016” (Orozco, 2018).

**Tabla 6**  
*Tasa de desempleo*

<b>Fecha</b>	<b>Valor</b>
Diciembre 31-2017	5,82%
Septiembre 30-2017	5,36%
Junio 30-2017	5,78%
Marzo 31-2017	5,64%
Diciembre 31-2016	6,52%
Septiembre 30-2016	6,68%
Junio 30-2016	6,68%
Marzo 31-2016	7,35%
Diciembre 31-2015	5,65%
Septiembre 30-2015	5,48%
Junio 30-2015	5,58%
Marzo 31-2015	4,84%
Diciembre 31-2014	4,54%
Septiembre 30-2014	4,65%
Junio 30-2014	5,71%
Marzo 31-2014	5,60%

**Fuente: (Banco Central, 2018)**

La tasa de desempleo llega a ser una oportunidad para el sector turístico, porque debido a su disminución en los últimos años. Podemos deducir que la creación de Pymes contribuye ya que genera varias fuentes de trabajo en todos los sectores productivos.

La tasa de subempleo de igual es considerada una oportunidad ya que en este sector se está manteniendo sus empleos, aunque sí debería generar más oportunidades en este sector.

### ***Demografía.***

“La demografía estudia estadísticamente la estructura y la dinámica de las poblaciones, así como los procesos concretos que determinan su formación, conservación y desaparición” (Livi, 2007).

Tanto en Baños como en el Puyo la población ha incrementado en el transcurso de los años. Por lo tanto esto es una oportunidad, ya que al momento de incrementar la población en estas ciudades, estas irán generando más plazas de empleo para el sector turístico.

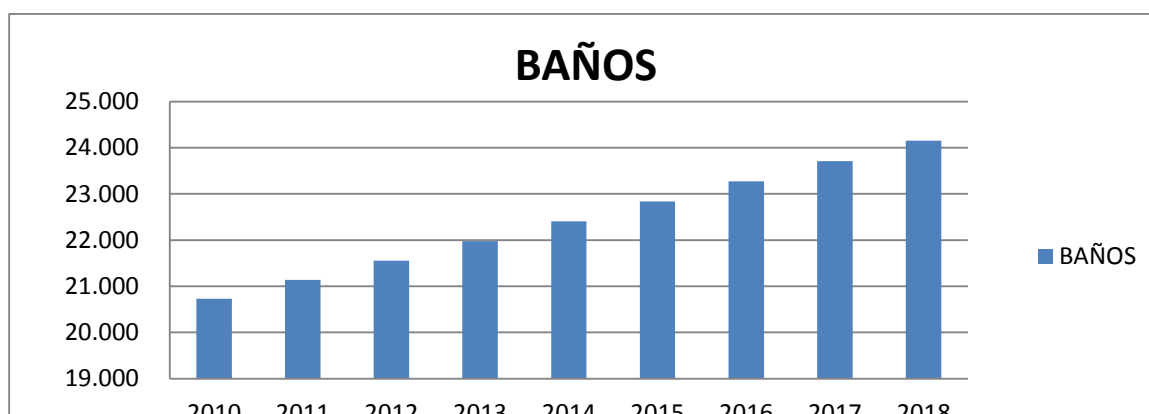
## Baños

**Tabla 7**

*Proyección de la población de Baños*

Nombre de cantón	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Baños	20.730	21.139	21.555	21.978	22.406	22.838	23.273	23.712	24.153

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)



**Figura 5.** Proyección de la población Ecuatoriana, por años calendario, según cantones

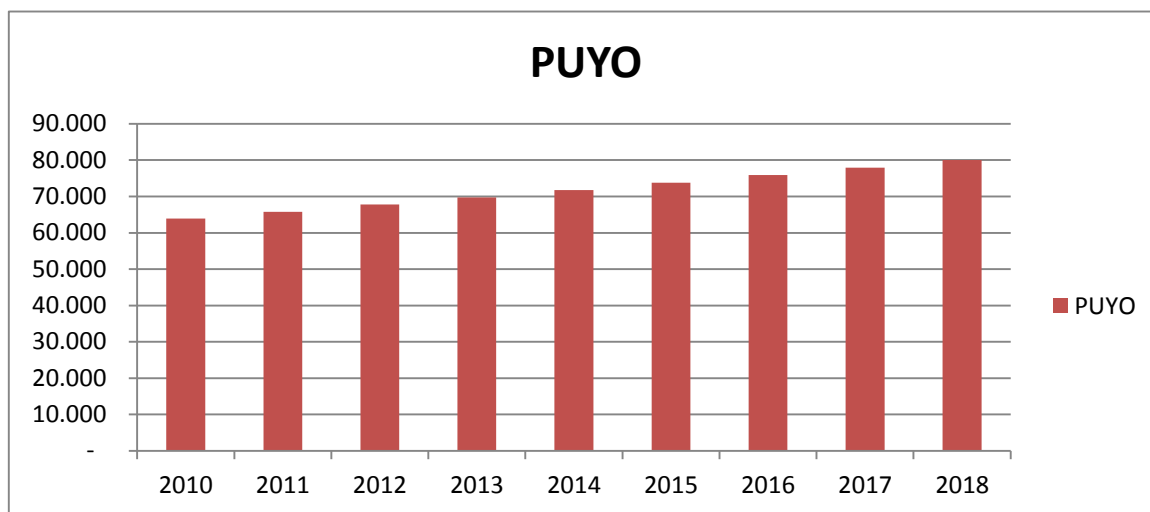
## El Puyo

**Tabla 8**

*Proyección de la población del Puyo*

Nombre de cantón	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Puyo	63.887	65.804	67.765	69.746	71.759	73.802	75.870	75.965	80.082

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)



*Figura 6.* Proyección de la población Ecuatoriana, por años calendario según cantones

#### **2.1.1.4.Factor Tecnológico.**

Hoy en día todas las ciudades del Ecuador han desarrollado conectividad desde los sitios de transporte hasta en los lugares de alojamiento; en las ciudades que aplicaremos nuestra investigación han incrementado sus zonas Wifi en lugares céntricos, restaurantes; pero existe una carencia en los lugares de transporte y en las flotas transportista, que permitan una mayor experiencia al turista. En cada uno de los servicios turísticos se debe implementar el poder pagar por el teléfono móvil, además otra innovación que sirve a este sector es el de poder mantenerse al día con las redes sociales, haciendo publicidad de todos los servicios y facilidades que brinden a los turistas y que esta información sirva y esté al alcance tanto para turistas nacionales como internacionales. Y uno de las principales innovaciones tecnológicas que deben invertir los establecimientos turísticos, es el de poder crearse sus propias aplicaciones móviles, donde facilite al turista ver de una manera más amplia los servicios que brindan, de poder navegar de arriba abajo, de izquierda a derecha en esa aplicación y que además mediante esta app se pueda realizar la compra de los paquetes turísticos y cada uno de sus servicios a conveniencia del cliente. Por lo

tanto este factor es considerado una oportunidad porque al momento que se incrementen este tipo de servicios a la estadía de los visitantes se generaría una mejor satisfacción de los mismos ya que los turistas hoy en día demandan información en tiempo real y comunicación bidireccional con los proveedores, en todas las etapas del viaje.

#### **2.1.1.5.Factor Ambiental.**

El factor Ambiental en las dos ciudades corren ciertos riesgos, en Baños el principal problema natural es la posible erupción del Volcán Tungurahua y en el Puyo son los constantes deslaves. A continuación se detallan los planes de contingencia de los mismos.

#### **Plan de contingencia en la ciudad de Baños de Agua Santa**

##### **Protocolo de actuación en la ciudad de Baños en una erupción volcánica.**

Para que la población de esta ciudad tenga conocimientos acerca de lo que deben hacer en caso de este evento se realizan procesos de capacitación a líderes barriales, comunitarios y de igual manera en las instituciones para que así estos puedan difundir la información a sus comunidades, esto se realiza con el objetivo que al momento de darse este hecho puedan aplicar el plan de contingencia.

Baños mediante este programa tiene el propósito de ejecutar las alertas de manera temprana para poder tener respuestas inmediatas, de igual manera tener un plan operativo y funcional que se pueda ejecutar al instante.

#### **Protocolos de activación de sirenas en eventos reales**

A continuación se detalla el Protocolo de activación de sirenas en eventos reales según el (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Baños de Agua Santa, 2015).

1. El OVT (Observatorio del Volcán Tungurahua), realiza la llamada al Sr. Alcalde para informar y recomendar, que active los planes de emergencia diseñados.
2. El Sr. Alcalde convoca a reunión urgente al COE, el cual resuelve la Activación de las sirenas, dependiendo de la actividad.
3. El sonido de las sirenas será continuo hasta realizar la evacuación.
4. En el supuesto de fallar la energía eléctrica funcionaran los vehículos de las instituciones de socorro como Policía quienes se dirigirán por las calles Montalvo, Gonzalo Díaz de Pineda y bajarán por la Luis A. Martínez, Bomberos por la Calle Oriente hasta la Gonzalo Díaz de Pineda y bajará por la calle Ambato con sus sirenas para alertar a la población de una evacuación.
5. El sonido de las sirenas será continuo y se activarán de acuerdo a las zonas de mayor riesgo, según se determine en los informes del IG (Instituto Geofísico) y la decisión de COE CANTONAL (Comité de Operaciones de Emergencia ).
6. La población deberá dirigirse a las zonas de menor riesgo con la mochila de evacuación, siguiendo la señalética ubicada en las calles de la ciudad.

### **Protocolo de movilización de las persona**

De acuerdo al (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Baños de Agua Santa, 2015) se presentan los pasos a seguir del Protocolo de movilización de las personas:

1. El OVT (Observatorio del Volcán Tungurahua), realiza la llamada al Sr. Presidente o el vicepresidente del COE para informar el estado del volcán y recomienda se activen los planes diseñados para el efecto.

2. El Sr. Presidente o el vicepresidente ordena la movilización de las persona de las zonas de alto riesgo de acuerdo a la sectorización.

A continuación se indica un mapa con los refugios temporales en caso de erupciones en la Ciudad de Baños.



**Figura 7.** Refugios temporales en Baños

**Fuente:** (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Baños, 2014)

En caso de deslizamientos El Gobierno de Baños con Puyo realizan reuniones para poder patrullar las vías en tiempos de lluvias para poder ir monitoreando los deslizamientos de tierras que ocurren en estas calles. De igual manera para poder actuar en el caso que se den deslizamientos de tierra colocan maquinaria en sitios estratégico para así poder optimizar los tiempos de respuestas a estas adversidades. De igual manera tienen coordinación con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTO) y el Municipio de Baños para realizar las limpiezas que sean necesarias.

### **Plan de contingencia en el Puyo**



“En la Provincia de Pastaza los desastres naturales a que se expone la población son: Posibles Terremotos, inundaciones, deslizamientos, erupciones volcánicas (caída de ceniza) y epidemias. Los desastres generados por la actividad humana son: Accidentes de tránsito, incendios, explosiones” (Ministerio de Salud Pública, 2014).

Según el (Ministerio de Salud Pública, 2014) las siguientes maneras en las que pueden aplicar el plan de contingencia son las siguientes:

- Conformar el comité de emergencia que actúen en las diferentes actividades que se desarrollan en reducción, respuesta y recuperación de una evento adversos.
- Garantizar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades contempladas por el Comité Hospitalario de Emergencia.
- Disponer de suministros médicos, medicamentos y equipo necesario para cualquier situación de emergencia.
- Disponer de un sistema de comunicación y estadístico efectivo y oportuno.
- Cumplir una adecuada vigilancia epidemiológica para evitar la propagación de enfermedades como impacto de los eventos adversos con la adopción de medidas que mejoren las condiciones de saneamiento ambiental.

Existen ciertas acciones que toman en cuenta en el Puyo para poder prevenir a los habitantes sobre los desastres naturales. Realizan capacitaciones, preparándoles sobre las habilidades y acciones que deberían tomar en caso de ocurrir un desastre.

De igual manera mantienen un sistema de alerta y brigadas operativas. Realizan coordinaciones entre instituciones para poder tener reservas de suministros de servicios básicos.

**Tabla 9**  
*Plan hospitalario ante emergencias y desastres HGP*

<b>BRIGADA</b>	<b>CONFORMACIÓN</b>	<b>TURNO</b>
<b>EVACUACIÓN</b>	*Líder de enfermería de hospitalización.	12 horas
	*Interna rotativa de enfermería de hospitalización.	
	*Auxiliar de enfermería de hospitalización.	
	*Analista de contabilidad.	
	*Personal de limpieza de turno.	
<b>INCENDIOS</b>	*Personal de servicios institucionales.	12 horas
	*Jefe de mantenimiento.	
	*Auxiliar de enfermería de hospitalización.	
	*Personal de compras públicas.	
	*Auxiliar de odontología.	
<b>BUSQUEDA Y RESCATE</b>	* Chofer de camionetas.	12 horas
	* Personal financiero.	
	*Personal de fisioterapia.	
	*Interno de medicina de hospitalización.	
<b>SEGURIDAD Y VIGILANCIA</b>	*Líder de talento humano.	24 horas
	*Pediatría de llamada.	
	*Personal de farmacia.	
	* Director médico.	
	*Personal de guardianía.	

**Fuente:** (Ministerio de Salud Pública, 2014)

Por tal motivo este factor llega a ser una amenaza para el sector turístico, ya que al momento de darse cualquiera de estas catástrofes se restringe la entrada de los visitantes por los riesgos que ocasionarían dichos sucesos.

## **2.2. Micro Ambiente**

### **2.2.1. Clientes.**

Según (Thompson, 2009) afirma. “Es la persona o empresa que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo; por lo cual, es el motivo principal por el que crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios”.

En el Ecuador según la OMT (Organización Mundial de Turismo) y el Ministerio de Turismo, durante el año 2015 se registró una cifra record de ingreso de extranjeros al país al igual que el año 2014, dejando importantes ingresos económicos a la nación. En el cantón de Baños de Agua Santa según diario El Telégrafo se registró alrededor de 850.000 visitantes durante ese año, proporcionando un crecimiento económico significativo para todas las personas que otorgan los servicios turísticos; mientras tanto en la ciudad del Puyo según el GAD Municipal estimo alrededor de 500.000 visitantes durante ese año siendo una de las cifras más importantes en esta ciudad.

Pero durante el año 2016 según la OMT y el Ministerio de Turismo, se registró una reducción del 8% de visitantes al país, pero se logró mantener un superávit en la balanza turística proporcionando importantes ingresos económicos al Ecuador. En el cantón de Baños de Agua Santa según diario El Telégrafo se registró alrededor de 780.000 visitantes durante ese año; mientras tanto en la ciudad del Puyo según el GAD Municipal se redujo el número de visitantes a 460.000; pero las ganancias que produjeron fueron beneficiosas para estas ciudades.

Para este año el MINTUR estima un crecimiento del 30% respecto al año anterior, esto es gracias a una nueva política a implementarse denominada “Cielos Abiertos”, que tiene como objetivo la llegada de un extranjero por cada habitante que tiene el país. “Facilitará también la conectividad con el mundo y la promoción del turismo ecuatoriano así como el fortalecimiento de la integración y el intercambio turístico en Latinoamérica” (Turismo, 2018).

Una de las principales razones por la que se implementara esta política es por la “reducción de precios del transporte aéreo generará la construcción de competitividad sistémica para los sectores productores y exportadores” (Turismo, 2018).

El incremento de la llegada de visitantes extranjeros al país, es una gran oportunidad para Baños de Agua Santa como para el Puyo; las pymes, operadoras turísticas deberían formar encadenamientos productivos para ofrecer un servicio de calidad y superar las expectativas del cliente.

### **2.2.2. Proveedores**

Son parte fundamental dentro del sector turístico, según (Villalobos, 2012) afirma. “Son un elemento muy importante en el proceso de posicionamiento de una empresa en el mercado porque son aquellos que nos suministran la materia prima para la producción de nuestros bienes”, siendo así los principales abastecedores de servicios turísticos dentro de las 2 ciudades.

Las ciudades del Baños y el Puyo son intensamente visitadas debido al gran atractivo turístico que posee y por todos los servicios que se ofrecen; a continuación se describirá a los principales y más llamativos tipos de servicios:

**Alojamiento:** En el catón Baños existen hoteles de 5 estrellas como el Hotel Luna Runtun catalogado de uno de los mejores hoteles a nivel mundial, además existen hoteles de 4 y 3 estrellas donde sus habitaciones son sumamente confortables, también existen hostales, hosterías y pensiones, las cuales cumplen con normativa para su respectivo funcionamiento. En Puyo al igual que en Baños existen los mismo tipo de establecimientos donde el visitante se sienta satisfecho.

**Restaurantes:** En ambos lugares se pueden encontrar un sin número de locales, paraderos, etc. Aquí se podrá degustar de la deliciosa gastronomía de nuestro país y también de los platos tradicionales de la región; el objetivo es que el visitante quede encantado con la comida de nuestro Ecuador.

**Entretenimiento:** Este tipo de servicio agrupa a las discotecas, bares y karaoke; en la ciudad de Baños existe una zona rosa donde por las noches los viajeros podrán pasar momentos de entretenimiento; mientras que en el Puyo existen alrededor de 7 lugares.

**Aventura:** Existen muchos servicios de aventura como el trekking, canopyng, puenting, cabalgatas, entre otros.

Las operadoras turísticas son una de las que ofertan estos servicios, estas actividades son de gran atractivo para los turistas siendo necesaria una mayor publicidad para ellas.

**Artesanías y dulces:** Sin duda alguna el turista desearía llevarse un recuerdo a su país natal y en estas dos ciudades encontrarán un sin número de locales que ofertan las artesanías tradicionales; además los dulces son muy apetecidos por los turistas por su originalidad y sabor.

La variedad de locales, establecimientos, pymes que son proveedores del sector turístico representan una oportunidad, ya que se podría diversificar la oferta de una gran manera siendo de mayor atractivo para el turista.

### **2.2.3. Oferta**

“Conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto” (Pérez Porto & Gardey, 2009).

La oferta del sector turístico de las ciudades de Baños y el Puyo se encuentra establecida por la prestación de servicios de alojamientos, comidas y bebidas en donde se encuentran cada uno de los restaurantes y también los bares en donde la gente puede ir a divertirse junto sus amigos y familias; servicios de recreación y deportes extremos en donde la gente puede practicar cualquier tipo de deporte como canopyng, puenting, canionying escaladas, entre otros, sin preocuparse por su seguridad, ya que estos lugares se encuentran bien equipados, además de esto existe la oferta de las agencias de viaje o intermediación los cuales son los que proveen a los turistas de información y paquetes turísticos, otro servicio turístico que ofrecen en las ciudades es el de transporte turístico para que las personas se puedan movilizar con mucha facilidad al momento de recorrer cada uno de los lugares que deseen visitar.

A continuación se muestran los datos de la oferta turística de las dos ciudades respectivamente:

**Tabla 10**  
*Oferta turística de Baños y el Puyo*

Segmento	Ciudades		TOTAL
	Baños	Puyo	
<b>Alojamiento</b>	219	45	264
<b>Comidas y Bebidas</b>	287	130	417
<b>Intermediación</b>	142	20	162
<b>Recreación</b>	1	5	6
<b>Transporte</b>	6	2	8
<b>TOTAL</b>	655	202	857

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

Este factor es considerado una fortaleza para el sector turístico y para el estudio que se está desarrollando puesto que por la gran diversidad de oferta turística que tienen estas dos ciudades,

se pueden formar encadenamientos turísticos que mejoren y aumenten la competitividad del sector, así incrementarían sus ingresos cada uno de los establecimientos y además que el país también saldrá beneficiado puesto que se incrementaría la aportación al PIB y se ira dinamizando la economía de cada una de las ciudades y del Ecuador.

#### **2.2.4. Sustitutos**

Según (Villalobos, 2012) afirma. “Un producto sustituto es aquel que satisface las mismas necesidades que un producto en estudio”. Viendo desde este punto de vista y según esta investigación, las distintas ciudades del Ecuador las cuales pueden visitar los turistas vendrían hacer el producto sustituto.

Este factor representa una amenaza por que los visitantes preferirían llegar a otras ciudades del país sobre las ciudades de estudio.

Cuando se encuentra el mercado en crecimiento y el sector empieza a incrementar sus ganancias, comienza a surgir en nuestro caso otros lugares que publicitan su región. Entre la ciudad de Baños y el Puyo se encuentran las ciudades de Shell y Mera las cuales poseen recursos turísticos que vendrían a ser nuestros sustitutos; pero mientras en las ciudades de investigación exista una diferenciación de producto o servicio, costos bajos el turista tendrá preferencia sobre nosotros.

## CAPÍTULO III

### MARCO TEÓRICO

#### Marco teórico de referencias

Hoy en día los modelos de encadenamientos productivos van tomando mucha fuerza en las pequeñas y medianas empresas (PYMES), porque representan una estrategia de competitividad, logrando obtener beneficios todo el grupo de empresas que están inmersas en una línea de producción específica.

Sobre este particular (Fernández & Narváez, 2011) señalan que. “las exigencias de desarrollar ventajas competitivas para entrar en los mercados externos, son cada vez mayores para las pymes como condición de subsistencia y crecimiento. La satisfacción de estas exigencias requiere, por lo general, mayores recursos de los que se pueden obtener individualmente, de ahí la necesidad de llevar a cabo estrategias colectivas”.

Es por eso que se crean los encadenamientos, que se fundamenta en la construcción de redes de cooperación y colaboración entre empresas de sectores aparentemente similares para promover el crecimiento económico de la región; en nuestro caso será el sector de Baños y el Puyo en Ecuador; se resalta la participación de todos los agentes relevantes de las cadenas de producción como: empresas, proveedores de servicios, instituciones públicas, entre otros.

El desarrollo económico basado en los encadenamientos como forma de organización se ha convertido en un tema cada vez más tratado por investigadores, académicos y empresarios en los marcos de los procesos decisorios vinculados a la búsqueda y aplicación de estrategias de



desarrollo económico. Tal es así, que numerosas regiones y naciones han puesto en marcha iniciativas para desarrollar o fortalecer este tipo de agrupaciones. (Castellanos & Castellanos, 2013)

Principalmente por los cambios en el entorno a causa de la globalización y cambios tecnológicos, han obliga a modificar los comportamientos estratégicos de las empresas para su adaptación, como alternativa, se debe buscar la cooperación con otras empresas de su mismo tamaño o superior.

Los encadenamientos entre empresas mejoran el nivel de vida y bienestar de la población, apoyando el crecimiento individual como al nivel grupal, existe una disminución de riesgo y tiene una proyección internacional, por lo cual se convierte en una de las mejores estrategias de aplicación para las PYMES en el sector turístico.

En tal sentido, surge la necesidad de generar procesos de asociatividad entre las pymes ubicadas en una misma localidad, con el fin de establecer relaciones de cooperación que propendan a incrementar su productividad y competitividad. El fin es enfrentar la apertura de los mercados en la denominada globalización. (Fernández & Narváez, 2011)

El sector turístico de Ecuador se ha convertido en el destino de mayor crecimiento de reservas hoteleras y establecimientos de recreación, los cuales generan una mayor atracción a los turistas y forman parte de los destinos más visitados de Sudamérica. Existen muy pocas cadenas hoteleras que poseen asociatividad con otras empresas dentro del país, lo que no permite el desarrollo de ciertas comunidades donde el turismo es su principal fuente de ingresos.

El turismo es una actividad productiva que se consume donde se produce, de ahí que la planificación y gestión del espacio producción-consumo son importantes, pues muchos de los elementos del producto presentan un elevado componente territorial, sin olvidar los posibles conflictos de intereses de la pluralidad de agentes que inciden en el desarrollo turístico. (Sáez, 2009)

Ecuador ha realizado un importante trabajo en políticas para incentivar el turismo, eso ha tardado algo en llegar a la comunidad de negocios, pero llegó. Hace unos años Ecuador era desconocido como oportunidad de inversión en cuanto al turismo, hace unos años una misión de empresarios ecuatorianos encontraron que nadie hablaba de Ecuador, eso cambió totalmente. Hoy en día Ecuador atrae al inversionista en el sector turístico, lo que ha permitido el establecimiento de nuevas agencias turísticas y el desarrollo de las regiones donde se ejerce esta asociatividad.

En estos casos, las propuestas de fomento de clúster que se plantean no difieren de la planificación turística tradicional y los objetivos de desarrollo de la actividad: incrementar la cantidad de turistas, superar problemas de estacionalidad, poner en valor recursos y productos, mejorar la calidad de los servicios, promocionar el destino, etc. En este enfoque, la responsabilidad casi exclusiva del fomento de la actividad, denominada ahora clúster turístico, recae sobre el sector público. (Varisco, 2007)

El desarrollo local, no solo puede ser comprendido desde una perspectiva económica, sino lo contrario, ya que es un proceso dinámico de ampliación de capacidades locales que permita trabajar en mejorar la calidad de la vida de todos los integrantes de la población.

El crecimiento local y el turismo son a la vez estrategias de progreso que están en función del potencial territorial y de la riqueza natural, cultural y social que representa una método diferente para el desarrollo regional.

Los elementos principales de esta nueva línea de trabajo lo componen los actores que intervienen en el turismo de un determinado territorio y las relaciones que establecen entre ellos para el desarrollo de las acciones turísticas que son necesarias llevar a cabo para gestionar turísticamente dicho territorio. Si bien es cierto que la identificación de los actores turísticos y su caracterización no presenta una excesiva complejidad, no ocurre lo mismo con el tratamiento científico de sus relaciones. (Rodríguez, 2008)

Los gobiernos nacionales y locales deben jugar un rol decidido en el fortalecimiento de la capacidad turística. Sin este apoyo al desarrollo de la actividad turística sería imposible emprender este modelo, por lo que es imprescindible contar con la firme decisión de una voluntad política para invertir en la actividad turística.

El turista se desplaza a su destino para consumir su entorno, sus recursos turísticos, sus servicios e infraestructuras públicas y privadas, los establecimientos turísticos, su cultura, su gente. La suma agregada de estos factores configura el producto turístico en la gestión y administración del municipio.

La asociatividad empresarial es una alternativa estratégica que permite a las pymes enfrentar desde lo local la competencia internacional, adoptando mecanismos de cooperación y asociación para mejorar su gestión, productividad y desarrollar ventajas competitivas, a través

de la combinación de capacidades y/o recursos, así como también del apoyo en las experiencias y habilidades que rodea a una o más empresas. (Fernández & Narváez, 2011)

La competencia del municipio radica en gestionar y poder financiar las capacidades administrativas que incentiven a los inversores y turistas a visitar los recursos y productos turísticos locales. Lo que se trata es de ofertar una imagen turística sostenible y motivadora del municipio que resulte verdaderamente atractiva. Por tanto los GAD'S (Gobiernos Autónomos Descentralizados) con vocación turística debe saber coordinar sus capacidades administrativas en correspondencia con el ordenamiento territorial, identificando los potenciales turísticos.

Los vínculos asociativos en el sector turístico pueden desarrollarse para compartir costos y disminuir riesgos en el área financiera, organizacional o de mercadeo. En lo referente a las razones financieras por las cuales las empresas del sector estarían dispuestas a agruparse, se evidencia que estas apuntan hacia el acceso a financiamiento para cubrir las garantías entre todos los participantes y la inversión conjunta para la ejecución en común de proyectos turísticos. (Fernández & Narváez, 2011)

### **3.1.1. Teoría de los clústers económicos**

La teoría de los clústers económicos está sustentada por Michael Porter; en esta publicación mencionó a los clústers como una ventaja competitiva para el desarrollo de las empresas, al operar de forma simultánea en el tiempo y en el espacio con un solo fin, generar beneficios para todas las empresas. Los elementos que determinan el desarrollo de los clústers de un área geográfica a la vez son elementos que nutren el desarrollo económico local donde dichos clústers están ubicados.

Los clústers son elementos que influyen de manera positiva en el desarrollo económico de un país mediante la generación de empresas, empleos, y la posibilidad de generar derramas de conocimiento que eleven el nivel educacional de la población. Más aún, la existencia de una industria competitiva fomentará el desarrollo de otras en un proceso mutuamente reforzador, elevando la competitividad tanto de proveedores como de los generadores de productos finales. Así mismo, el clústers se vuelve un vehículo para mantener la innovación y evitar el estancamiento y la inercia. (Porter, 1990)

De acuerdo a las alteraciones que existen en el medio por causa de la globalización y los variados cambios tecnológicos, todo esto obliga a las empresas a buscar planes estratégicos que estén acorde a estas variaciones y tener una buena adaptación, ya que cada una de las empresas que llega a formar parte de un clúster genera varias externalidades que llegan a ser oportunidades para las otras empresas.

Estos factores afectan en mayor parte a las PYMES por lo que de esta manera se ven obligadas a buscar la cooperación entre ellas, por lo que la formación de los clústers es una de las mejores alternativas para esto, permitiendo mejorar el nivel de vida y bienestar de la población en general, incrementando el desarrollo tanto individual como grupal, por otra parte también ayuda a disminuir el riesgo a las empresas y ayuda a las PYMES a darse a conocer de manera internacional.

Los principales resultados de las formaciones de un clúster son el de obtener altos niveles de productividad, poder de innovación, planear proyectos y acceder a mejores mercados tanto nacionales como internacionales, mejorar su rentabilidad. Gracias a esto también mejora el

desarrollo económico del país región o ciudad en la que se llegue a asentar el clúster, ya que es considerado como un desarrollo multidimensional, ya que mejora la calidad de vida de la sociedad al igual que una inclusión de la misa.

Una de las ideas para la implementación de un clúster es el de poder unir a este modelo a los proveedores locales de las materias primas, para que desde ahí se pueda generar la inclusión antes mencionada; desde proveedores hasta los comercializadores pero de manera local.

### **PASOS PARA LA CREACIÓN DE UN CLÚSTER**

De acuerdo a (Begazo , Gestión en el Tercer Milenio, 2004) los pasos para la creación de un clúster, son los siguientes:

1. Realización de un estudio de profundidad del tipo de actividad en que se implementará el clúster.
2. Análisis de la zona geográfica, factores de clases de éxito, información sobre la estructura empresarial, (tamaño y tecnología), es decir, posición competitiva actual.
3. La resolución de los problemas detectados se distribuye entre las áreas claves del trabajo y se expondrán posteriormente.
4. Se necesita tener una base de datos completa de las potenciales empresas participantes, y el rol de cada una.
5. “Luego elaborar un informe y determinar cuáles son los participantes” (Begazo , Gestión en el Tercer Milenio, 2004).

**Tabla 11**  
*Desarrollo de clúster competitivos*

<b>Diagnóstico</b> →	<b>Evaluación/ Benchmarking</b> →	<b>Implementación</b>
¿Cuán competitivo es el clúster?	¿Cuáles son las medidas potenciales para enfrentar los obstáculos claves?	¿Cuál es el plan de acción paso por paso y el cronograma?
¿Cuáles factores del clima de negocios ocasionan este nivel de competitividad?	¿Cuáles prácticas y políticas de los clústers de otras regiones pueden servir de modelos para realizar mejoras?	Garantizar la concentración exitosa del clúster.
¿Cuáles son las principales oportunidades?	¿Cuáles recomendaciones específicas deben implementarse?	Garantizar el liderazgo exitoso del proceso de cambio.
¿Cuáles son los principales obstáculos por superar?	* Medidas para influir sobre la política pública. * Iniciativas del sector privado.	
↑	↑	↑
<b>¿Cuál es la situación actual?</b>	<b>¿Cómo mejoramos la situación actual?</b>	<b>Acción / Cambio</b>

**Fuente:** (Begazo , Gestión en el Tercer Milenio, 2004), adaptación de los autores.

De acuerdo con Porter, formar parte de un clúster permite a las empresas obtener mayor productividad a través de:

- Mayor acceso a personal especializado y proveedores.
- Mayor acceso a información relevante para el sector.
- Tecnología
- Acceso a instituciones.
- Coordinación con empresas similares.
- Medición y difusión de mejoras.

Una de las claves que permite aplicar la noción de clúster al sector turístico, es la complementariedad de las empresas. En el turismo, la calidad de la experiencia de un visitante no sólo depende del interés que motivan los atractivos turísticos del destino, sino

también de la calidad y la eficiente interconexión entre las empresas que prestan servicios turísticos, como: hoteles, restaurantes, centros de ocio y sistemas de transporte. (Vizcaino , 2011)

En varios países la implementación de los clústers turísticos está siendo una de las estrategias más fuertes para poder potenciar al sector y aprovechar las riquezas que posee cada ciudad, ya que el turismo es una salida para los países el dejar de depender un poco del petróleo como principal para incrementar la economía del mismo.

En el mundo se observan distintos modelos clústers ya constituidos; como un ejemplo de esto podemos mencionar que en Galicia una ciudad de España ha conformado un clúster llamado “Clúster Turismo de Galicia” que fue constituido en el año 2013. El objetivo por el cual decidieron agruparse es el de potenciar el turismo de esta ciudad y poder llegar a internacionalizarse, sabiendo que la creación del clúster les va a aumentar su competitividad, diversificando e innovando la oferta de servicios.

“El Clúster Turismo de Galicia está compuesto por 58 entidades que agrupan toda la cadena de valor del sector turístico entre federaciones, consorcios y asociaciones provinciales representan el 95% de este sector, agrupando a un total de 6.731 empresas” (Clúster Turismo de Galicia, 2014).

Los beneficios que han podido obtener de la formación del Clúster determinados por (Clúster Turismo de Galicia, 2014) son:

- Capacidad de innovación.
- Mejora de la percepción de Galicia como destino turístico.



- Mejora de la capacidad de innovación de las empresas.
- Influye las políticas orientadas al sector.
- Fortalece las competencias claves de las empresas.
- Puede identificar nuevas oportunidades y propuestas de asociación.
- Facilita el acceso a la financiación pública.
- Permite definir actividades de promoción conjuntas especialmente en promoción exterior. (Clúster Turismo de Galicia, 2014)

Otro ejemplo que podemos observar en Latinoamérica; Santander en Colombia. “La iniciativa de proyectarse a la creación de un clúster es porque busca reforzar la competitividad de las empresas de turismo del de Santander, proponiendo una oferta turística experiencial-conectada como forma de diferenciación del destino y fortaleciendo el sector empresarial” (Camara de Comercio de Bucaramanga, 2017).

Las líneas de acción que tomó en cuenta la (Camara de Comercio de Bucaramanga, 2017) para conformar un Clúster para el Sur de Santander:

1. Turismo Experiencial: Desarrollar procesos de innovación en los empresarios del sur de Santander para generar productos y actividades turísticas experienciales que articulen vivencias únicas.
2. Referenciales de Buenas Prácticas: Desarrollar e implementar referenciales de buenas prácticas en las empresas del sector turístico de la ciudad para el cumplimiento de requisitos mínimos de servicio y calidad.

3. Incorporación de las TIC's en la gestión empresarial del sector turístico: Generar un proceso de sensibilización y formación de empresarios del sector que permitan desarrollar capacidades de relacionamiento y la adecuada gestión de clientes por medio de las TICs.

El turismo es una salida para todos los países que depende en gran porcentaje de los ingresos del petróleo, porque es una alternativa económica en crecimiento.

En Ecuador después de ciertas reuniones en Quito, Guayaquil y Cuenca llegaron a un acuerdo para conformar los clúster de competitividad, mediante ciertos criterios los cuales son:

- Que los entornos regionales cubran uno o varias ofertas de turismo con capacidad de demanda internacional –actual o a un plazo no muy lejano-, bien caracterizados en función de las ventajas comparativas y afinidades geográficas y de producto. (Ministerio del Turismo Ecuador, 2000)
- Que el tratamiento de problemas críticos de competitividad comunes a los lugares potencialmente receptores, ofrezca economías de estrategia, de costo y de mejor cobertura regional. Por ejemplo, para dotarlos de infraestructura general, la vialidad, los accesos portuarios o aeroportuarios, la conectividad a los mercados externos. (Ministerio de Turismo, 2014)

De esta manera Porter da a conocer que los clústers entre empresas son muy beneficiosos para los países tanto como para las empresas, de manera que puedan seguir enfrentándose a los mercados de acuerdo a las exigencias del sector, además contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que habitan en el lugar donde se llegue a conformar este modelo;

ya que dará existencia a una relación de competitividad y cooperación entre todas las partes que intervienen; por lo cual esta teoría incentiva a realizar nuestra investigación.

### **3.1.2 Teoría de la estrategia y la competitividad**

En el año 1985 Michael Porter publicó su libro llamado “Estrategia Competitiva”, donde señala que la competitividad a nivel mundial se puede entender como la utilización de ciertas políticas y el manejo de factores como la infraestructura, la tecnología, etc. Que ayudan a determinar el nivel de productividad de un país, y la contribución al incremento en la economía del mismo.

La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (Porter, 1985)

Generar valor se ha convertido en un objetivo a corto plazo en todas las empresas, debido a que permiten la diferenciación ante la competencia; muchas de ellas utilizan estrategias para acaparar mayormente el mercado y por último el liderazgo en costos ha ayudado a producir con la menor cantidad de recursos posibles.

Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los

costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva. (Porter, 1985)

La competitividad en el sector turístico del país en el ámbito internacional radica en su riqueza natural y en los valores culturales que conservan los habitantes de las distintas ciudades turísticas de la nación, además cada región del Ecuador transmite su cultura, su historia y sus tradiciones a través de su gastronomía. Estos factores generan un atractivo a los turistas y por tal motivo el número de visitantes incrementa anualmente en un 3%.

Actualmente el Ministerio de Turismo ha ido pensando estrategias para poder ir aumentando la competitividad en este sector, por lo cual han ampliado las ofertas de destinos y servicios turísticos que permitirán seguir incrementando los ingresos en la economía del país.

En el caso de los encadenamientos productivos en las ciudades de Baños y el Puyo, la especialización en actividades particulares de cada una de las Pymes permitirán la diferenciación y generará una ventaja competitiva frente a otros destino de Latinoamérica, siendo Ecuador y principalmente Baños de Agua Santa y el Puyo unos de los principales sitios a visitar en el mundo.

Finalmente implementar estrategias que permitan mejorar el servicio y la diversificación de la oferta turística produce una mayor satisfacción en los viajeros que visitan las ciudades de Baños y el Puyo; la finalidad de la creación de un encadenamiento productivo en el sector turístico es crear experiencias donde el visitante no olvide la hospitalidad, la comida, los sitios de alojamientos, los deportes extremos, las artesanías, etc, e investigaremos si los distintos establecimientos desean conformar una de ellas.

### **3.1.3. Teoría de los encadenamientos hacia atrás y hacia delante**

Alberto Hirschman en 1957 menciona la teoría de los encadenamientos hacia atrás y hacia delante, donde se detalla cómo la actividad de una empresa puede ser de gran ayuda para otra, por lo cual al formar una cadena entre estas, se genera una ventaja competitiva y aumenta la productividad de las mismas.

Esta teoría de Hirschman procura mostrar cómo y cuándo la producción de un sector es suficiente para satisfacer el umbral mínimo o escala mínima para hacer atractiva la inversión en otro sector que éste abastece (encadenamiento hacia atrás) o procesa (hacia delante). Los encadenamientos dependen tanto de factores de demanda (la demanda derivada de insumos y factores) como de su relación con factores tecnológicos y productivos (el tamaño óptimo de planta). Asimismo el desarrollo de los encadenamientos hacia delante depende en forma sustancial de la similitud tecnológica. (Hirschman, 1957)

A través de los encadenamientos las ciudades pueden lograr mayores niveles de desarrollo y crecimiento, esto es gracias a la ventaja competitiva que se genera al momento de crear una asociatividad entre las pymes, proveedores, agencias turísticas y el gobierno, que permitirán el incremento de su competitividad tanto a nivel nacional como internacional. “El clúster es visto como un elemento integrador que consolida ventajas en los sectores de mayor potencial productivo e impulsa la mejora de los productos y servicios que se generen” (Pietrobelli & Rabellotti, 2004).

“La formación de esta asociatividad presenta ciertas ventajas como la cercanía de materias primas y mercados, un suministro constante de recurso humano calificado y el apoyo de instituciones y gobierno” (Pacheco & Vega, 2017). En los encadenamientos existen empresas

específicamente dedicadas a la producción de materia prima que permite cubrir la demanda de otras empresas industriales, formando un vínculo entre ellas que permitirá el crecimiento de ambas.

Los clústers dependen de los factores de demanda, en este caso las agencias turísticas son las que ofertan el servicio al cliente, pero ellas solo ofrecen la visita a los lugares turísticos de la ciudad, sin tomar en cuenta que los visitantes tienen otros elementos de demanda como es la alimentación, el hospedaje, la movilización, el entretenimiento, compra de artesanías, entre otras. Aplicando esta teoría se podría realizar el encadenamiento con todos los proveedores de los servicios antes mencionados para generar una mayor satisfacción al cliente.

Es necesario mencionar la importancia de cada integrante del clúster, porque no debe existir una brecha de conocimientos, formación y capacidades entre ellos; los cuales permitirán crear valor y generar productos innovadores al momento de proporcionar los servicios a los turistas. Una ventaja importante es la consideración de que los clústers son facilitadores del proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, al apoyarse entre ellas y lograr la reducción de gastos y compartir la inversión en investigación y desarrollo. (Acosta, 2015)

“En la asociatividad existen estrategias para fortalecer aspectos inmersos en el negocio, en las agencias de viajes el fortalecimiento radica en estrategias de mercadeo focalizadas en las demandas del turista, para prestar un mejor servicio y mantener su competitividad” (Greiff, 2014).

“En los hoteles se puede implementar nuevos servicios que creen experiencias únicas en los visitantes, un programa de bilingüismo para fortalecer las competencias de botones, camareras y meseros” (Greiff, 2014). En cuanto a materia de infraestructura la instalaciones tanto

de restaurantes, hoteles, lugares turísticos, bares, etc. Deben estar siempre en buenas condiciones para dar una buena imagen tanto a nivel nacional como internacional.

El intercambio de conocimientos que se genera entre los participantes de los encadenamientos es algo beneficioso, debido a que estos intercambios se llevan a cabo a través de interacciones frecuentes entre las empresas, pudiendo ser tanto en sentido vertical en las relaciones proveedor comprador, hasta alianzas horizontales, acuerdos de licencia y consorcios de investigación. (Arikan, 2009)

Por lo cual la teoría de los encadenamientos hacía atrás y hacia adelante es de gran importancia para el desarrollo de nuestra investigación.

#### **3.1.4. Teoría de la Localización**

Von Thünen en 1820, propuso esta teoría donde argumenta que los precios de traslado de materia prima e insumos hacia el mercado o hacia el productor, van a diferenciarse según la distancia recorrida y la cantidad que se transporta; además menciona que las empresas generalmente buscan reducir desplazamientos al mínimo para obtener mayores beneficios.

La cercanía de lugares turísticos con los proveedores de insumos y materia prima es una gran fortaleza dentro del Ecuador, no es necesario desplazarse varios kilómetros para conseguir ciertos alimentos que permiten la preparación de los platos tradicionales que se ofrecen a los visitantes.

El transporte de insumos o materia prima para las Pymes siempre va a representar un gasto adicional; es por eso, que las empresas establecen su lugar de producción muy cercanamente a sus proveedores y lejos de la competencia. Permitiendo la reactivación económica que genera en el territorio específico en la que se desarrolla.

Von Thünen consideró que, puesto que los precios para las mercancías agrícolas eran establecidos mediante los niveles de oferta y demanda en el mercado central de la localidad, el tipo y la intensidad en el uso de la tierra que rodeaba el poblado dependían de la distancia de los sitios de producción al centro del mercado. De acuerdo con esto, la variable única en su modelo agrícola del uso de la tierra fue la distancia desde la salida de la finca hasta el mercado. (Butler, 1986)

De esta manera las empresas logran adquirir cierta ventaja comparativa frente a sus competidores permitiendo acaparar el mercado en su gran mayoría, debido a que los precios llegan a ser muy competitivos dentro del mercado y atractivos para los consumidores.

Además existen otros tipos de factores que permiten la diferenciación en la producción, una de ellas es el factor geográfico, especialmente en la explotación de recursos naturales. Hay que hacer un análisis minucioso para determinar el lugar en donde se va a establecer un encadenamiento productivo.

El efecto combinado de las variables ambientales es responsable en gran medida de la ubicación de la agricultura, pastoreo, silvicultura, pesca, minería y otras formas de producción primaria, que están basadas directamente en el ambiente natural. La ubicación de la producción primaria, particularmente la agricultura, a su vez explica una gran parte de la ubicación de todas las otras formas de la actividad económica y de asentamientos humanos. (Butler, 1986)



En este caso el Cantón Baños y el Puyo son tierras privilegiadas, donde la agricultura se puede aprovechar de la mejor manera, siempre y cuando no existan fenómenos naturales los cuales pueden causar grandes pérdidas tanto al sector agricultor como empresarial.

Finalmente esta teoría permite estudiar la variable de localización, donde se podrá conocer si las empresas que ofertan servicios dentro del sector turístico compran su materia prima o insumos a los proveedores de la misma ciudad, la cual ayuda a dinamizar la economía y generar mayores fuentes de empleo.

### **3.2. Marco conceptual**

**Asociatividad:** “El término surge como uno de los mecanismos de cooperación mediante el cual las pequeñas y medianas empresas unen sus esfuerzos para enfrentar las dificultades derivadas del proceso de globalización” (Liendo & Martinez, 2001).

“Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común” (Rosales, 1997).

“Es un grupo de empresas que mediante la propia voluntad y manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial participan en un esfuerzo en común con objetivos claros y bien definidos” (Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, 2010).

**Encadenamientos Productivos:** “Es realizar enlaces entre los distintos conjuntos de empresas que componen cada etapa o eslabón de un determinado proceso productivo, y articularlos según

sus capacidades, con el fin de que las empresas ganen competitividad en los mercados” (Arango, 2014).

“Los encadenamientos productivos consisten en un conjunto de empresas que deciden interactuar de forma especial entre sí para aumentar sus niveles de competitividad” (KUAN, 2011).

“Consiste en que empresas de menor tamaño se conviertan en proveedor de las grandes o transnacionales, mediante el abastecimiento de productos y servicios de calidad brindados con oportunidad” (Shirley, 2009).

**Clúster:** “Son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, suministradores especializados, proveedores de servicios, empresas de sectores afines e instituciones conexas, que compiten pero que también cooperan” (Porter, Ventaja Competitiva de la Naciones, 1990).

“La concentración sectorial y/o geográfica de empresas que se desempeñan en las mismas actividades o actividades estrechamente relacionadas tanto hacia atrás, hacia los proveedores de insumos y equipos, como hacia adelante y hacia los lados, hacia industrias procesadoras y usuarias” (Ramos, 1998).

“Los clústers son agrupaciones de agentes económicos, que participan de una manera directa (cadena productiva) o indirecta (industrias relacionadas y de apoyo), en la creación de bienes finales” (Salazar, 1999).

**Comités de Turismo:** “Órganos subsidiarios del Consejo Ejecutivo de la OMT, con la excepción del Comité Mundial de Ética del Turismo, que es un órgano subsidiario de la

Asamblea General, y su papel consiste en aconsejar sobre la gestión y el contenido del programa” (OMT O. M.).

“Promueve el desarrollo del sector turístico mediante la promoción de las bondades turísticas de cada país, brinda información y servicios a sus miembros y apoya actividades en beneficio de los socios” (Ecuatoriano).

“Es una unidad estamental de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, que tiene como objetivo aportar a la competitividad del sector turístico, impulsando y fomentando su desarrollo permanentemente, con especial énfasis en la pequeña y mediana empresa regional” (Cámara Nacional de Comercio).

**Economía Popular Solidaria:** “forma de organización económica en la que sus integrantes, ya sea individual y colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios mediante relaciones basadas en la solidaridad, cooperación y reciprocidad” (Social, Ministerio de Inclusión Económica y Normas de la EPS, 2014).

“Se basa en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, el lucro y la acumulación de capital” (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2015).

La economía social y solidaria “ofrece seguridad y crea oportunidades de empleo en un marco sostenible” y que algunos países, incluido Ecuador, “han adoptado mejoras en el marco legal de este tipo de economías” (Ryder, 2013).

**Agencias Turísticas:** “Son minoristas, su labor está vinculadas con las empresas transportistas como líneas aéreas, camiones, de las cuales reciben una determinada comisión por venta de boletos, así como también de los hoteles; trabajan igualmente en cooperación con los operadores de tours” (Club Planeta, 2012).

“Son empresas que a través de la organización de su personal, acerca el producto turístico al consumidor. La información que tales empresas ofrecen a sus clientes, la obtienen gracias a los prestatarios de servicios turísticos como los hoteles, apartamentos, Tour, operadores” (Club Planeta, 2012).

“Empresa asociada al turismo, cuyo oficio es la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes” (ABC).

**Matriz Productiva:** “forma cómo se organiza una sociedad para producir determinados bienes, productos o servicios en un tiempo y precio determinado, no se limita a los procesos técnicos o económicos, sino que también tiene la obligación de realizar interacciones entre los actores: sociales, políticos, económicos, culturales” (Maldonado Quezada, 2015).

“Tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas” (SENPLADES, 2012).

“La matriz productiva de un país debe estar basada en la industrialización de sus productos naturales, en la transformación para que contengan valor agregado. Eso generará desarrollo, bienestar y progreso” (El Comercio, 2014).

**Competitividad:** “La capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo” (Anzil, 2008).

“Es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo” (Haguenauer, 1990).

“Capacidad de las economías nacionales para lograr ciertos resultados, y en algunos casos resultados más amplios, como el mejoramiento del nivel de vida y mayor bienestar social” (Chudnovsky & Porta, 1990).

**Ventajas Comparativas:** “surgen de la posibilidad de obtener con menores costos ciertos insumos, como recursos naturales, mano de obra o energía” (Anzil, 2008).

“Situación en la que un país (o compañía) puede producir un artículo con un coste inferior que otro país (o compañía) en el sentido especial de que debe sacrificar menos de un bien alternativo para hacer su producción” (Economía, 2009).

“Indica en qué actividad o industria cada economía se especializa, siendo la especialización un factor clave en la economía; siendo uno de los elementos claves para el desarrollo de los países” (Carolina, 2014).

**Ventaja Competitiva:** “se basan en la tecnología de producción, en los conocimientos y capacidades humanas. Las ventajas competitivas se crean mediante la inversión en recursos humanos y tecnología, y en la elección de tecnologías, mercados y productos” (Anzil, 2008).

“Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás” (Andrés, 2017).

“Las características o atributos que posee un producto o una marca que le dan cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos. Esta superioridad, allí donde exista, es de carácter relativo, pues se refiere al competidor mejor situado en el producto mercado” (Sanz, 2015).

**Pymes:** “Son empresas de no gran tamaño ni facturación, con un número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos de las empresas de mayor tamaño” (Soto, 2015).

“Las PYME desempeñan una función decisiva en la creación de empleo, constituyen un factor de estabilidad social y desarrollo económico. No obstante, su expansión puede verse entorpecida por deficiencias del mercado que las expongan a una serie de dificultades” (Reglamento Unión Europea, 2014).

“Pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados” (Pérez & Gardey, 2009).

**Análisis Situacional:** “Incluye un examen detallado de los factores internos y externos que afectan un negocio. Crea una visión general de la organización que llevará a una mejor comprensión de los factores que influirán en su futuro” (Lorette, 2018).

“El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno” (Salgado, 2007).

“El análisis situacional es una exploración de todos los factores que influyen sobre las actividades que la empresa realiza y como influirán en el futuro” (Novoa Tamayo, 2009).

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO METODOLÓGICO

#### 4.1 Metodología de la investigación

“El enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

En esta investigación se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo, ya que se realizará encuestas cerradas en las cuales podremos analizar los porcentajes de crecimiento o disminución de la competitividad del sector turístico, además se podrá conocer cuáles son los tipos de asociaciones que existen en las ciudades de investigación; se utilizará técnicas de observación que nos permitirán determinar las preferencias de los turistas en Baños y el Puyo, las necesidades que tienen las operadoras y también podremos definir qué características se asemejan en cada una de las empresas que permitan formar los encadenamientos.

Además se tomará en cuenta el enfoque cualitativo, ya que se realizará entrevistas con diferentes expertos en el tema como los directores del Ministerio de Turismo de cada ciudad, y un analista de Turismo de una de las dos ciudades; teniendo como objetivo validar preguntas sobre la investigación, y de igual manera conocer ciertas interrogantes que no se pueden determinar en las encuestas.



## **4.2 Tipología de investigación**

### **4.2.1 Por su finalidad Aplicada**

Este tipo de investigación requiere de un marco teórico, según (Marin, 2008) afirma. “Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. En la investigación aplicada o empírica, lo que le interesa al investigador, primordialmente, son las consecuencias prácticas”.

Se utilizará este tipo de investigación porque tiene por objetivo la generación de conocimiento con aplicación directa y a mediano plazo en la sociedad o en el sector productivo. Por medio de la recolección de datos se puede afirmar o negar hipótesis, teorías y leyes; en este caso permitirán afirmar una hipótesis que la detallamos anteriormente. Además se aplicará este tipo de investigación porque parte de un marco teórico, incrementando los conocimientos científicos o filosóficos, contrastando con un aspecto práctico.

### **4.2.2 Por las fuentes de información Mixto**

#### **BIBLIOGRÁFICA DOCUMENTAL**

“Se refiere a que el investigador adquiere la información que necesita por medio de documentos principalmente. Estos documentos ya existen y son: los libros, estadísticas, tesis, investigaciones publicadas. El investigador no generará la información sino que la toma de varios lugares” (Bernal, 2006).

Se utilizará una investigación documental, porque esta se realiza apoyándose en fuentes de carácter bibliográfico, esto es, en documentos de cualquier especie, papers, diferentes teorías, e información histórica. Este tipo de información nos ayudará a obtener datos estadísticos

históricos los cuales nos permitirán hacer una comparación entre los años a ser estudiados; además sirve como una base para posteriormente aplicar teorías que están descritos en dichos documentos, y finalmente son fuentes completamente confiables ya que este tipo de estudiados se realizan con una investigación minuciosa para sus futuras publicaciones.

## **DE CAMPO**

“La investigación de campo exige que el investigador este en contacto directo con la realidad que se estudia. Y no solo será un observador, sino que, además, procurará aplicar una o varias técnicas de investigación para adquirir información que necesita” (Bernal, 2006).

Se utilizará investigación de campo porque será apoyada en informaciones que provienen principalmente de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones directas. En este caso toda la información que se reunirá será explícitamente efectuada en las ciudades de Baños y el Puyo, por lo cual nos trasladaremos a estas ciudades con el objetivo de recolectar información completamente real.

### **4.2.3 Por las unidades de análisis In situ**

“Designa el análisis de un fenómeno exactamente en el lugar y condiciones donde el mismo se desarrolla (sin desplazamiento a un medio o lugar especial, y sin modificación de las condicionantes usuales o naturales)” ( Bernal Torres, 2010).

Se utilizará este tipo de investigación porque permitirá conocer y cuantificar las condiciones de cada PYME en Baños y el Puyo, sobre todo la del sector turístico; que pueden afectar a la viabilidad de la formación de los encadenamientos productivos, y además porque esta

investigación se realizará aplicando las encuestas y entrevistas en el lugar (Baños y el Puyo) al que es enfocada la investigación.

#### **4.2.4 Por el control de las variables No experimental**

“La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2006).

Esta investigación ayudará a observar los fenómenos tal y como se dan de una manera natural, en este caso se analizará cómo se desarrolla cada operadora turística, si tienen asociaciones con restaurantes, hoteles, bares, deportes extremos, con locales artesanales, entre otros. Además que no se construirá una situación sino que al contrario se observarán las situaciones existentes, por lo cual las variables independientes también no pueden ser manipuladas.

#### **4.2.5 Por el alcance Correlacional**

“El estudio correlacional tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables” (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

En el presente estudio se utilizará la investigación correlacional porque mediremos el grado de relación entre las variables de estudio; de cómo inciden los encadenamientos productivos en la competitividad del sector turístico, además con este estudio se pretende saber el comportamiento de una variable comparando con el comportamiento de otra.

### 4.3 Procedimiento para recolección de datos Técnica de campo

Esta técnica “se refiere al hecho de que el investigador recaba la información que necesita por medio de documentos, además buscara la información de primera mano, es decir, hará acopio de información que no esté documentada, a través de alguna técnica específica como la entrevista o la encuesta” (Bernal, 2006).

La técnica de campo provendrá de la realización de encuestas a las pequeñas y medianas empresas relacionadas con el sector turístico dentro de Baños y el Puyo; nos trasladaremos a las respectivas ciudades a realizar las entrevistas del caso que sean necesarias; este tipo de técnica nos permitirá obtener los hallazgos necesarios para afirmar o negar nuestra hipótesis.

### 4.4 Población o Universo de Estudio

El universo a ser estudiado son todos los establecimientos que ofrecen servicios dentro del sector turístico, según el Mintur se estima que existen alrededor de 655 establecimientos en la ciudad de Baños y 202 en la ciudad del Puyo, los cuales están distribuidos por varios puntos de la ciudad.

**Tabla 12**  
*Población o universo de estudio*

Segmento	Ciudades		TOTAL
	Baños	Puyo	
Alojamiento	219	45	264
Comidas y Bebidas	287	130	417
Intermediación	142	20	162
Recreación	1	5	6
Transporte	6	2	8
<b>TOTAL</b>	655	202	857

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

## 4.5 Segmentación

### 4.5.1 Criterios de Segmentación.

**Demográfica:** “Están relacionadas con las estadísticas vitales de los individuos, el tipo de información que pueden obtener de cifras de censos” (Caja de Herramientas Comunitarias, 2017).

**Geográfica:** “Se refiere al lugar donde viven los individuos. A menudo, es un factor de importancia para el alcance del grupo destinado” (Caja de Herramientas Comunitarias, 2017).

Se segmentará la población de estudio (pymes) mediante dos criterios, el primero es el demográfico según la actividad del negocio, esta información estadística la recopilaremos a través de la plataforma del MINTUR, el cual proporcionará el giro de negocio de todas las empresas que están inmersas dentro del sector turístico ya sea prestando servicios o productos.

**Tabla 13**  
*Pymes*

Segmento	Subactividad
	Cabañas
	Casa de Huéspedes
<b>Alojamiento</b>	Hostal
	Hostal Residencia
	Hostería
	Hotel
	Hotel Residencia
	Pensión
	Restaurante
<b>Comidas y Bebidas</b>	Discotecas
	Bar
	Cafetería
	Fuente de Soda
<b>Intermediación</b>	Agencias de Viajes
<b>Recreación</b>	Termas y Balnearios
<b>Transporte</b>	Transporte Turístico

El segundo criterio para realizar la segmentación es el geográfico ya que también se está analizando información de los establecimientos que existen tanto en Baños como en el Puyo, es decir estamos tomando en cuenta datos de cada ciudad también como parte de la segmentación.

**País** -> Ecuador, **Provincia** -> Tungurahua y Pastaza, **Cantón** -> Baños de Agua Santa y Pastaza, **Ciudad** -> Baños de Agua Santa y el Puyo.

A continuación se detalla la segmentación realizada:

**Tabla 14**  
*Segmentación*

	<b>Segmento</b>	
	<b>BAÑOS</b>	<b>PUYO</b>
<b>Establecimientos</b>	Alojamiento	Alojamiento
	Comidas y Bebidas	Comidas y Bebidas
	Intermediación	Intermediación
	Recreación	Recreación
	Transporte	Transporte

Dentro de esta segmentación se detalla las ciudades en las cuales se realizará la investigación, en cada una de ellas estarán inmersos los establecimientos segmentados en la tabla anterior; este dato fue recopilado en el Ministerio de Turismo, ya que este organismo registra un control riguroso de los establecimientos que van a prestar servicio a los turistas.

Según Catastro de Establecimientos Turísticos del MINTUR nos indica que en el 2016: Existen 219 lugares de alojamiento en Baños.

**Tabla 15**  
*Alojamiento en Baños*

<b>AÑO</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>
2016	Tungurahua	Baños de Agua Santa
<b>SUBACTIVIDAD</b>		<b>REGISTROS</b>
Cabaña		1
Casa de huéspedes		2
Centro de turismo comunitario		1
Hostal		106
Hostal Residencia		36
Hostería		16
Hotel		14
Hotel residencia		5
Motel		1
Pensión		37
<b>TOTAL</b>		<b>219</b>

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

Según Catastro de Establecimientos Turísticos del MINTUR nos indica que en el 2016: Existen 287 lugares de donde se desarrollan actividades de comidas y bebidas en Baños.

**Tabla 16**  
*Comidas y bebidas en Baños*

<b>AÑO</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>
2016	Tungurahua	Baños de Agua Santa
<b>SUBACTIVIDAD</b>		<b>REGISTROS</b>
Restaurante		180
Discoteca		22
Bar		37
Cafetería		26
Fuente de soda		22
<b>TOTAL</b>		<b>287</b>

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

Según Catastro de Establecimientos Turísticos del MINTUR nos indica que el 2016: Existen 142 registros de agencias turísticas en Baños.

**Tabla 17**  
*Intermediación Por Provincia y Cantón*

<b>AÑO</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>
2016	Tungurahua	Baños de Agua Santa
<b>SUBACTIVIDAD</b>		<b>REGISTROS</b>
Agencias de viaje		142
<b>TOTAL</b>		<b>142</b>

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

Según Catastro de Establecimientos Turísticos del MINTUR nos indica que el 2016: Existen 1 registro de recreación en Baños.

**Tabla 18**  
*Recreación por Provincia y Cantón*

<b>AÑO</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>
2016	Tungurahua	Baños de Agua Santa
<b>SUBACTIVIDAD</b>		<b>REGISTROS</b>
Termas y balnearios		1
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

Según Catastro de Establecimientos Turísticos del MINTUR nos indica que el 2016: Existen 6 registro de transporte terrestre en Baños.

**Tabla 19**  
*Transporte Turístico Por Provincia y Cantón*

<b>AÑO</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>
2016	Tungurahua	Baños de Agua Santa
<b>SUBACTIVIDAD</b>		<b>REGISTROS</b>
Transporte terrestre		6
<b>TOTAL</b>		<b>6</b>

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

Según Guía Puyo nos indica que existen 45 lugares de alojamiento en el Puyo; 130 lugares de comida y alrededor de 7 discotecas.



**Tabla 20**  
*Información general Puyo*

<b>Capital</b>	<b>Puyo</b>
Población	61.779 habitantes 62.016 (INEC)
Clima	entre los 18° y 33°C
Altura	Entre los 300m y 1100m sobre el nivel del mar.
Cantones	Pastaza, Mera, Santa Clara y Arajuno.
Nacionalidades	Kichwa, Shuar, achuar, Andoas, Shiwiar, Huaorani y Zaparo.
Educación	Cuenta con 391 Planteles Educativos desde Pre- primario hasta Universitario.
Salud	4 hospitales y varios Centros de Salud, Clínicas y Dispensarios.
Hospedaje	45 lugares para hospedarse entre hostales, hoteles y hosterías.
Alimentación	Más de 130 establecimientos de comida.
Entretenimiento	7 discotecas
Sector Financiero	6 Bancos y 8 Cooperativas de ahorro y Crédito.
Gasolineras	7 gasolineras

**Fuente:** (Guía Puyo, 2017)

Según Catastro de Establecimientos Turísticos del MINTUR nos indica que el 2016: Existen 20 registros de agencias turísticas en el Puyo.

**Tabla 21**  
*Intermediación Por Provincia y Cantón*

<b>AÑO</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>
2016	Pastaza	Pastaza
<b>SUBACTIVIDAD</b>	<b>REGISTROS</b>	
Agencias de viaje	20	
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

Según Catastro de Establecimientos Turísticos del MINTUR nos indica que el 2016: Existen 5 registro de recreación en el Puyo.

**Tabla 22**  
*Recreación Por Provincia y Cantón*

AÑO	PROVINCIA	CANTÓN
2016	Pastaza	Pastaza
<b>SUBACTIVIDAD</b>		<b>REGISTROS</b>
Centro de recreación turístico		3
Termas y balnearios		2
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

Según Catastro de Establecimientos Turísticos del MINTUR nos indica que el 2016: Existen 2 registro de transporte terrestre en el Puyo.

**Tabla 23**  
*Transporte Turístico Por Provincia y Cantón*

AÑO	PROVINCIA	CANTÓN
2016	Pastaza	Pastaza
<b>SUBACTIVIDAD</b>		<b>REGISTROS</b>
Transporte terrestre		2
<b>TOTAL</b>		<b>2</b>

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

A continuación se muestra en la tabla un consolidado del total de establecimientos que prestan sus servicios en sus actividades respectivas en las ciudades de Baños y el Puyo.

**Tabla 24**  
*Total de establecimientos de Baños y el Puyo*

Segmento	Ciudades		TOTAL
	Baños	Puyo	
Alojamiento	219	45	264
Comidas y Bebidas	287	130	417
Intermediación	142	20	162
Recreación	1	5	6
Transporte	6	2	8
<b>TOTAL</b>	<b>655</b>	<b>202</b>	<b>857</b>

#### 4.6 Muestra

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

Para realizar el cálculo de la muestra se lo hará con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + (z^2 * p * q)}$$

Dónde:

N= población

n= muestra

z= valor crítico del nivel de confianza

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

e= error de estimación

Se procede al diseño de la muestra, en esta actividad se debe determinar el método adecuado para seleccionar la muestra y el tamaño de la misma. Lo que en esta investigación se va a estudiar serán las operadoras turísticas, sitios de alojamiento, líneas de transporte, restaurantes, bares, balnearios, en las ciudades de Baños de Agua Santa y el Puyo.

Como se puede observar en la tabla anterior la población de estudio da un total de 857 establecimientos, se tendrá un nivel de confianza del 95% que es la más recomendable para este tipo de investigaciones donde los encuestados nos pueden dar información errónea, la probabilidad considerada de fracaso y de éxito será del 50% respectivamente, teniendo un error

de estimación del 5% que surge a causa de observar una muestra de la población completa; entonces se podrá aplicar la fórmula con los siguientes datos:

Población total de  $N= 857$

Nivel de Confianza= 95%

$P= 50\%$   $q=50\%$

$e= 5\%$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 857}{0,05^2 (857 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$n= 265$  encuestas entre actividades de Alojamiento, servicio de comidas, entretenimiento y recreación.

#### **4.7 Muestra probabilística estratificada**

“Muestreo en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento” (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

Para esta investigación se utilizará el muestreo estratificado, ya que se dividirá por grupos a la muestra los cuales son el grupo de servicios de alojamiento, comidas y bebidas, intermediación, recreación y transporte turístico en las ciudades de Baños y del Puyo respectivamente.

En la siguiente tabla se detalla la proporción que representa cada segmento dentro de la muestra calculada:

**Tabla 25**  
*Fijación de la muestra*

<b>Ciudades</b>			
<b>Segmento</b>	<b>Baños</b>	<b>Puyo</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Alojamiento</b>	25,66%	5,28%	30,94%
<b>Comidas y Bebidas</b>	31,70%	13,21%	44,91%
<b>Intermediación</b>	16,61%	2,26%	18,87%
<b>Recreación</b>	0,38%	1,88%	2,26%
<b>Transporte</b>	2,26%	0,76%	3,02%
<b>TOTAL</b>	76,61%	23,39%	100,00%

Después de realizar los cálculos necesarios se determinó el número de encuestas que se debe aplicar en cada ciudad y segmento de servicio; cabe mencionar que es necesario aplicar a toda la población de los establecimientos de recreación y transporte de ambas ciudades registradas en el MINTUR, esto es debido a que si realizamos un cálculo de proporción, el número encontrado no sería representativo para la investigación.

**Tabla 26**  
*Cantidad de encuestas a aplicar*

<b>Ciudades</b>			
<b>Segmento</b>	<b>Baños</b>	<b>Puyo</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Alojamiento</b>	68	14	82
<b>Comidas y Bebidas</b>	84	35	119
<b>Intermediación</b>	44	6	50
<b>Recreación</b>	1	5	6
<b>Transporte</b>	6	2	8
<b>TOTAL</b>	203	62	265

## **4.8 Procedimiento para tratamiento y análisis de información Varios**

### **ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA**

“Es el proceso de recolectar, agrupar y presentar datos de una manera tal que describa fácil y rápidamente dichos datos” (García, Lozano, & Prieto, 2000).

### **ESTADÍSTICA INFERENCIAL**

“Involucra la utilización de una muestra para sacar alguna inferencia o conclusión sobre la población de la cual hace parte la muestra” (García, Lozano, & Prieto, 2000).

Dentro de la investigación se procederá a realizar la aplicación de estadística descriptiva e inferencial como análisis correlacional, chi cuadrada, que incluyen hipótesis y su comprobación, la cual será determinada de forma numérica, se realizará un análisis univariado y bivariado; dentro de las regresiones el objetivo será proyectar los posibles valores que generará crear encadenamientos productivos turísticos para las distintas empresas. El análisis de correlación tiene el objetivo de medir el grado de relación que existe entre dos o más variables, es decir cómo se comporta una variable con respecto a la otra.

## **4.9 Instrumentos de recolección de información Varios**

### **4.9.1. Entrevista**

“La entrevista se formula cara a cara entre el entrevistador y el entrevistado. Como técnica de investigación que es, la entrevista debe responder a las necesidades de la investigación y del investigador” (Bernal, 2006).

Será necesaria para profundizar la investigación porque existen preguntas que no se pueden plasmar en la encuesta, siendo necesario preguntar directamente en la fuente de información, en este caso serán a los Directores de turismo de Baños y del Puyo respectivamente, y un analista de Turismo del Puyo.

Se utilizará una entrevista dirigida o estructurada, “que consiste en elaborar previamente una serie de preguntas, las cuales serán presentados al entrevistado. Esa serie de preguntas constituye una guía que orientará la entrevista” (Bernal, 2006).

Las preguntas que se consideraron necesarias para la entrevista se encuentran en el **ANEXO 1**.

#### **4.9.2. Encuesta**

“Consiste en la elaboración de una serie de preguntas que se formulan por escrito. Son elaboradas de acuerdo con lo que el investigador necesita para descubrir los objetivos de la investigación; también se incluyen preguntas que permiten la comprobación de la hipótesis” (Bernal, 2006).

La encuesta va dirigida a obtener información de las empresas involucradas en las cadenas productivas del sector turístico de las ciudades de Baños y el Puyo y los factores involucrados que ayudan al mejor funcionamiento de las mismas.

Utilizaremos encuestas cerradas las cuales tienen como objetivo facilitar al encuestado en la selección de una sola respuesta que está más apegada a su criterio. “La encuesta cerrada se formula la pregunta y además se presenta las opciones, el encuestado subraya o tacha la respuesta” (Bernal, 2006).

#### **4.9.2.1. Validación de la encuesta**

Para diseñar un cuestionario alineado al objetivo general y objetivos específicos planteados en esta investigación, se realizó una previa validación con expertos del tema a investigar; se tomó en consideración algunos aspectos importantes como la representatividad de la pregunta hacia nuestro tema, al igual que la comprensión, interpretación y claridad.

Este cuestionario consiste en dar una puntuación a cada pregunta según los factores a evaluarse antes mencionados, las preguntas que al final tengan menor puntuación se tomará en consideración para su modificación según las recomendaciones de los encuestados; esta validación tiene como finalidad rectificar las preguntas que no sean entendibles para los futuros encuestados, debido a que en muchas de las ocasiones estas personas no tienen conocimiento alguno sobre ciertas palabras técnicas utilizadas en la encuesta, por lo cual se trata de utilizar un lenguaje apropiado que facilite la comprensión y contestación correcta de las mismas.

Este cuadro de validación y tabulación de la misma se encuentra en el **ANEXO 2 y 3**.

Los expertos a los cuales se les efectuó este cuestionario son los siguientes:

- Ing. Verónica Silva (Directora de Turismo de Baños)
- Ing. Nelly Duran (Analista Senior del Ministerio de turismo del Puyo)
- Ing. Judith Cachipundo (Directora de turismo y Ambiente de Pastaza)
- Ingenieros de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE

#### **Informe de la Validación**

Según los resultados del **ANEXO 3** se tiene las siguientes consideraciones:



- La primera pregunta que se realiza sobre el giro del negocio es la de más baja calificación, porque los expertos mencionan que no se tiene una buena interpretación sobre esta pregunta, al igual que no se puede comprender de correcta manera y que falta claridad, y como recomendación se tiene el de cambiar a actividad del negocio.
- En la pregunta 7 se recomienda aumentar una condición, la cual en caso de obtener una respuesta negativa se dirija a la pregunta 11.
- En la pregunta 13 y 16 los expertos mencionan que pueden ser preguntas tipo cerradas politómicas o categorizadas que pueden tener ciertas alternativas de respuesta en las cuales aconsejan realizar una escala de actitud en la que se tome en cuenta únicamente 3 opciones de respuestas como, de acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo y por último en desacuerdo.
- En la pregunta 10 nos recomiendan poner una escala de 3 respuestas en porcentajes, para saber en qué tanto por ciento aporta el turismo en el desarrollo de los establecimientos y como alternativas que dan los expertos es que se ponga escalas a partir del 40% hasta el 100%, ya que mencionan que un porcentaje más bajo sería una alternativa de respuesta innecesaria, ya que las dos ciudades viven del turismo.
- En la pregunta 14 y 15 recomiendan utilizar una pregunta tipo filtro antes de estos dos ítems, es decir primero preguntar si es que realizaron inversión en tecnología o en infraestructura y luego poner la pregunta de en qué año realizó mayor inversión.
- Además recomiendan aumentar una pregunta de si es que los dueños de los establecimientos desearían ayuda por parte del gobierno y de igual forma que sea un tipo de pregunta cerrada politómica, con 3 opciones de respuesta.

- También nos recomiendan preguntar si los establecimientos compran la materia prima a productores de sus mismas ciudades, con el fin de cumplir con uno de los objetivos de la investigación.
- Finalmente nos recomiendan eliminar la pregunta 17, porque tiene la misma finalidad que la pregunta 18.

### **4.9.3. Encuesta Piloto**

Una vez tomado en cuenta todas las recomendaciones proporcionada por los expertos se realizó la siguiente encuesta piloto, la cual será otro filtro que nos ayude a la elaboración de la encuesta final.

La encuesta piloto se encuentra en el **ANEXO 4**

#### **4.9.3.1. Informe de la Encuesta Piloto**

La encuesta piloto se desarrolló a un grupo de 10 personas, dueños de los establecimientos turísticos tanto de Baños y el Puyo, con el objetivo de permitirnos identificar los posibles errores que puedan ocurrir al momento de la contestación de la encuesta; teniendo como objetivo detallar los puntos de la misma que pueden crear cierta confusión, y así posteriormente poder reformular las preguntas de tal modo que se logre la comprensión efectiva de la encuesta y de igual manera obtener resultados veraces y claros.

Después de haber realizado la encuesta piloto se evidenció algunas dificultades en el desarrollo de la encuesta, la tendencia de no interpretar de una manera correcta la pregunta número 18 ya que mencionan que no podría abarcar a todos los establecimientos sino que netamente a los restaurantes así que es necesario replantear dicha pregunta, las preguntas 7 y 8 están mal ubicadas, por tal motivo se procederá a cambiarles el orden de secuencia; por otro lado

existe cierta dificultad de entender o conocer el significado de Clúster, finalmente cambiaremos todas las palabras empresa por establecimiento debido a que los encuestado no tienen una buena interpretación de la misma.

#### 4.10 Codificación de variables

**Tabla 27**

*Codificación de variables*

Objetivo	Variable general	Variable específica	Escala	Pregunta	Alternativa de respuesta	Código
		Edad	Intervalo	¿Edad del encuestado?	18-25 años	1
					26-33 años	2
					33 en adelante	3
		Género	Nominal	¿Género del encuestado?	Femenino	1
					Masculino	2
	Demográfica	Actividad del negocio	Nominal	¿Actividad del negocio?	Alojamiento	1
Recreación					2	
Comidas y bebidas					3	
Intermediación (Agencias de viajes)					4	
Transporte					5	
		Número de empleados	Intervalo	¿Número de empleados?	2-5	1
					6-10	2
					11 en adelante	3
	Geográfica	Ciudad	Nominal	¿Ciudad a la que pertenece?	Baños	1
					Puyo	2
	Conocimiento	Entendimiento	Nominal	¿Conoce usted que es un encadenamiento productivo?	Si	1
					No	2

**Continúa**

	Tiene asociaciones	Asociaciones	Nominal	¿Considera que su establecimiento tiene asociaciones cercanas con otros establecimientos?	Si No	1 2
					Alojamiento	1
					Flotas de transporte	2
					Otro	3
		Establecimientos	Nominal	¿Con que tipo de establecimientos se asoció?	Comidas y bebidas	4
					Recreación	5
					Operadoras turísticas	6
					Deportes extremos	7
					Encadenamiento	1
Determinar cuáles son los encadenamientos productivos existentes mediante encuestas para precisar su influencia sobre el sector turístico.	Tipo	Unión	Nominal	¿Qué tipo de unión considera que tiene su establecimiento?	Alianza Asociación Otro	2 3 4
		Tiempo	Nominal	¿Durante el año 2015 su establecimiento tuvo algún tipo de asociación?	Si No	1 2
		Permanencia	Nominal	¿Durante el año 2016 mantuvo la misma asociación?	Si No	1 2
		Convenios	Nominal	¿Conoce usted empresas que tienen convenios con otras empresas?	Si No	1 2

**Continúa**

				Incremento de venta	1	
				Disminución de Costos	2	
				Innovación	3	
	Pertenecer	Beneficios	Nominal	¿Qué beneficios obtuvo al pertenecer a una asociación?	Mejora en la imagen de la empresa	4
					Obtención de nueva inversión	5
					Mejorar la calidad	6
					Otro	7
Analizar los beneficios, los factores determinantes y limitantes al momento de formar un encadenamiento mediante un estudio de campo para conocer sus ventajas y desventajas.					Calidad	1
					Precio	2
		Determinantes	Nominal	¿Cuál de los siguientes factores considera usted los más determinantes para realizar una asociación?	Competitividad	3
					Cercanía	4
					Tecnología	5
					Otro	6
		Factores			Distancia	1
					Falta de compromiso	2
					Falta de apoyo del gobierno	3
					Desinformación	4
					Falta de confianza	5
					Falta de interés por parte de las empresas	6
					Otro	7
			Limitantes	Nominal	De los siguientes factores, marque aquellos que considere limitantes para asociarse con otras empresas.	

**Continúa**

Evaluar la competitividad del sector turístico mediante un estudio de campo durante el periodo 2015-2016 para identificar la inversión realizada.	Aporte	Actividad turística	Intervalo	¿En qué porcentaje cree usted que la actividad turística aporta al desarrollo de su establecimiento?	40%-60%	1	
					61%- 80%	2	
					81%- 100%	3	
					De acuerdo	1	
		Estudio	Competitividad	Ordinal	Cree usted que un encadenamiento turístico ayuda a mejorar la competitividad de las pymes en Baños y el Puyo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2
						En desacuerdo	3
					¿Realizó inversiones en tecnología en los años 2015 y 2016?	Si	1
						No	2
		Inversión	Tecnología	Nominal	¿Cuál fue el año en que su establecimiento realizó mayor inversión en tecnología?	2015	1
						2016	2
					¿Realizó inversiones en infraestructura en los años 2015 y 2016?	Si	1
						No	2
	Inversión	Infraestructura	Nominal	¿Cuál fue el año en que su establecimiento realizó mayor inversión en infraestructura?	2015	1	
					2016	2	

**Continúa**

Proponer un modelo de encadenamiento productivo entre productores, pymes y agencias turísticas en las ciudades de Baños y el Puyo para mejorar la diversificación de la oferta y exceder las expectativas de los turistas.	Disposición	Encadenamiento	Ordinal	¿Estaría dispuesto a formar parte de un encadenamiento productivo en el sector turístico de esta ciudad?	De acuerdo	1
					Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2
					En desacuerdo	3
Establecer si existe relación entre el sector productivo y turístico mediante un estudio de campo para determinar la contribución hacia la economía de la ciudad.	Contribución	Relación	Nominal	¿Los productos y materia prima que son comercializados en su establecimiento son adquiridos a proveedores de la ciudad?	Si	1
					No	2
	Ayuda	Productiva-Comercialización	Ordinal	¿Le gustaría tener algún tipo de ayuda productiva o de comercialización por parte de la alcaldía?	De acuerdo	1
					Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2
					En desacuerdo	3



#### **4.11 Encuesta definitiva**

Después de haber pasado por los filtros de validación de la encuesta por expertos y la realización de la encuesta piloto, se pudo observar que existieron algunas correcciones en las preguntas y en las opciones de respuesta, así como también el de incrementar algunas preguntas que beneficia a la investigación. Por tal motivo después de esto se realizó la encuesta final la cual contiene, en la primera parte el objetivo que tiene la misma, las instrucciones, y un pequeño significado de encadenamiento. En la segunda parte de la encuesta contiene los datos generales que deben llenar el encuestado, como su edad, género, actividad del negocio, número de empleados y ciudad a la que pertenece. En la tercera parte contienen todas las preguntas a realizarse como por ejemplo si tienen algún tipo de asociación, si realizaron inversiones en tecnología o en infraestructura, los beneficios y limitantes al momento de tener una asociación, entre otras preguntas. Y por último está un agradecimiento hacía la persona que se tomó el tiempo para poder llenar la encuesta con información clara, precisa y real.

La encuesta definitiva la podemos observar en el **ANEXO 5**.

#### **4.12 Procedimiento para la recopilación de la información y análisis de datos**

Para el procesamiento de la información obtenida durante la investigación en primer lugar se realizó una validación de la encuesta por medio de diez expertos en el tema, se realizó a 5 expertos sobre el turismo en las ciudades de Baños y el Puyo, posteriormente a 5 Ingenieros expertos sobre los encadenamientos productivos en la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE; en esta validación se pudo observar, tabular, revisar y dar paso a la eliminación de ciertas preguntas que daban paso a confusiones o falta de entendimiento para los futuros encuestados.

Continuando con el proceso se realizó la aplicación de una encuesta piloto y para esto se desarrolló una revisión de esta información recolectada, para poder eliminar aquella que tenía datos opuestos, incompetentes o confusos. A continuación de la revisión y eliminación de la información anteriormente mencionada.

Para la aplicación de la encuesta se la realizó primeramente en la ciudad del Puyo la cual está situada al occidente de la provincia Pastaza, aproximadamente a una hora de la ciudad de Baños. Y posteriormente se realizó la aplicación de la encuesta en la ciudad de Baños; comenzando por los establecimientos de intermediación, luego por los de alojamiento, comidas y bebidas, a continuación a los establecimientos de transporte, y por ultimo a los de recreación, en cada ciudad respectivamente. Al finalizar el proceso de recolección de datos se procedió a realizar el ingreso de datos y tabulación, para posteriormente representar los resultados gráficamente y tablas con cruce de variables, y a partir de estos análisis estadísticos aplicados en este proceso poder observar las relaciones en las cuales se puede evidenciar el cumplimiento de nuestros objetivos planteados en la investigación.

#### **4.13 Codificación e ingreso de la información**

Para la codificación de la información recolectada se procedió a designar un número específico a cada variable, etiquetas, valores y medidas. Ingresando las preguntas, designando una etiqueta para cada una de ellas, los valores o números a cada una de las opciones de respuesta empezando desde el uno hasta el número de opciones que tenga cada una de las respuestas y por último escogiendo la medida de cada una de las preguntas; si es que es nominal, ordinal o de escala. Y el ingreso de los datos se lo realizó encuesta por encuesta, transcribiendo cada una de

las respuestas que las personas encuestadas plasmaron en la misma, ingresando primero sus datos de referencias, y luego cada una de las preguntas.

Esta codificación e ingreso de los datos se los realizó en el programa SPSS versión 21, a continuación se muestra como queda la información ingresada.

## CAPÍTULO V

### 5. MARCO EMPÍRICO

#### Análisis e interpretación de resultados

##### 5.1. Análisis de las entrevistas

Se realizó en base a las respuestas de las personas entrevistadas, la cuales fueron a la Directora de Turismo de Baños, Analista Senior del Ministerio de Turismo del Puyo y a la Directora de Turismo y Ambiente de Pastaza. Las cuáles se podrán observar el transcript en el **ANEXO 6**.

Dentro de los datos más relevantes sobre la contribución de los encadenamientos en la competitividad son los siguientes:

- Dinamiza la economía.
- Fuente de aportación al PIB de la ciudad.
- Mayor difusión de las empresas que la conforman.

En el tema sobre crear alguna ley que impulse a las asociaciones entre empresas, mencionaron que antes era obligatoria la normativa el pertenecer a un gremio en general, y tenían una cámara de turismo que era muy fortalecida, ahora por mandato la asociación no es obligatoria y por tal motivo la Cámara de Turismo es poco fortalecida y existe complejidad al momento de buscar que se asocie la gente. Al momento están tratando de adoptar algunas directrices que motive a formar asociaciones.

Los beneficios de pertenecer a un encadenamiento son varios como:

- Poder ir apalancándose una entidad con otra, poder fortalecerse y al final del día tener un servicio o producto de calidad.
- Ayudaría a posicionarse como lugar de destino.
- El sector se convierte en atractivo para las inversiones.

Al preguntar si existe algún proyecto por parte del estado o empresa privada sobre clúster turísticos nos mencionaron que existe un pronunciamiento de Ecuador el de poder generar propuestas integrales , el que se genere iniciativas particulares de acuerdo a las necesidades del sector, en este caso Baños es un destino muy nombrado y visitado, pero Puyo no se compara en gran medida a esta ciudad, por tal motivo sería un generador de que pueda existir un encadenamientos, ya que Baños es un destino Andes, mientras que el Puyo es un destino Amazónico, esta diversidad puede contribuir para este hecho, para ser un encadenamiento más diferenciador.

## **5.2.Análisis Univariado**

### **5.2.1. Encuesta realizada a los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo**

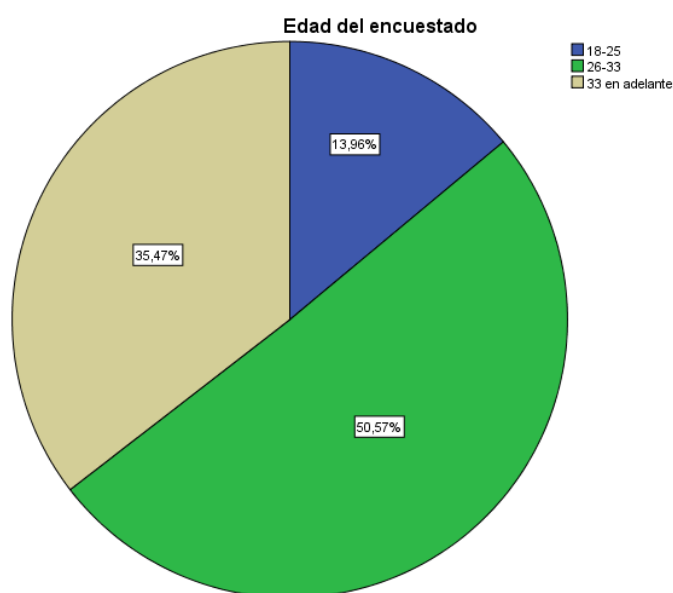
Las encuestas realizadas a los establecimientos nos proyectaron los siguientes resultados:

## Edad del encuestado

**Tabla 28**

*Edad del encuestado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-25	37	14,0	14,0	14,0
	26-33	134	50,6	50,6	64,5
	33 en adelante	94	35,5	35,5	100,0
	Total	265	100,0	100,0	



**Figura 8.** Edad del encuestado

### **Análisis e interpretación**

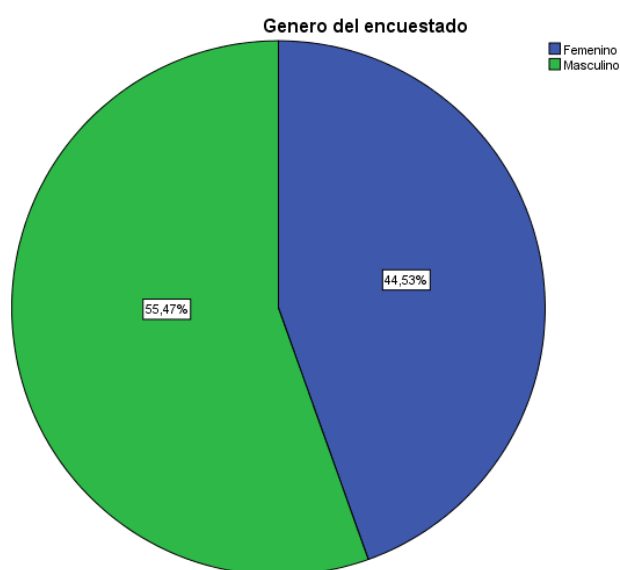
De un total de 265 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo, que representan el 100% del total, 134 personas que representan el 50,57% del total tienen una edad que oscila entre los 26 a 33 años, 94 personas que representan el 35,47% del total tienen una edad de 33 en adelante y 37 personas que representan el 13,96% del total tienen una edad que oscila entre los 18 a 25 años. Esta información nos da a conocer que la mayoría de las personas encuestadas tienen edades que oscilan entre los 26 a 33 años.

## Género del encuestado

**Tabla 29**

*Género del encuestado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	118	44,5	44,5	44,5
	Masculino	147	55,5	55,5	100,0
	<b>Total</b>	265	100,0	100,0	



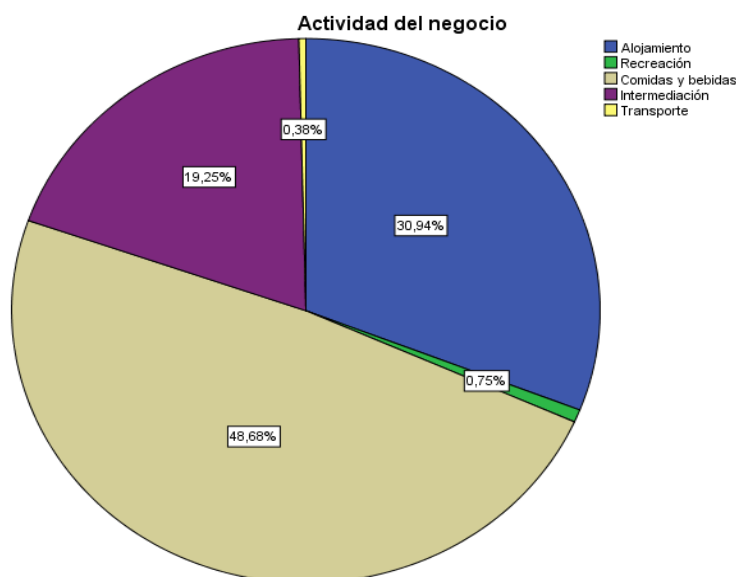
**Figura 9.** Género del encuestado

### Análisis e interpretación

De un total de 265 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representan el 100% del total, 147 personas que representan un 55,47% del total pertenece al género masculino y 118 personas que representan un 44,53% del total pertenecen al género femenino. De esta información nos da como resultado que la mayoría de las personas pertenecen al género masculino.

**Tabla 30**  
*Actividad del negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alojamiento	82	30,9	30,9	30,9
	Recreación	2	0,8	0,8	31,7
	Comidas y bebidas	129	48,7	48,7	80,4
	Intermediación	51	19,2	19,2	99,6
	Transporte	1	0,4	0,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



**Figura 10.** Actividad del negocio

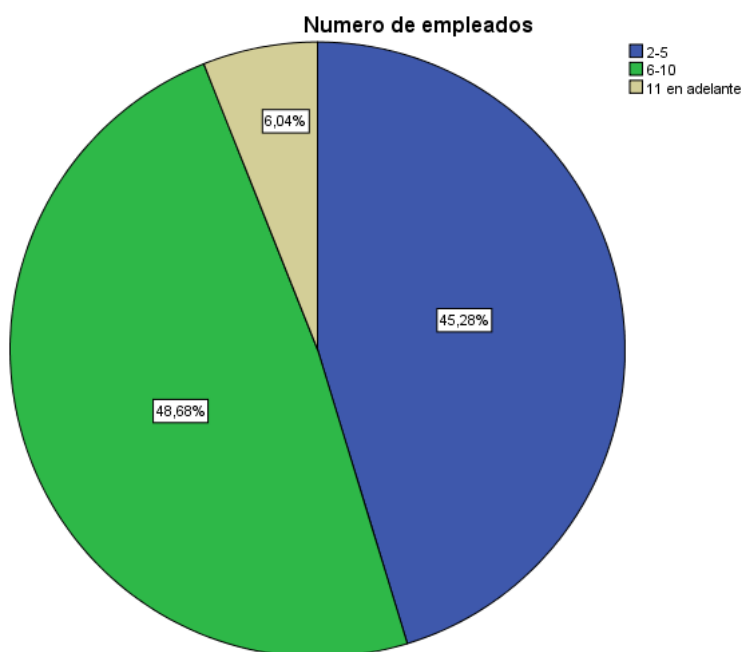
### **Análisis e interpretación**

De un total de 265 personas encuestadas de los diferentes establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representan el 100%, 129 representan un 48,68% que pertenecen a comidas y bebidas, 82 establecimientos que representan un 30,94% pertenecen a alojamientos, 51 establecimientos que representan un 19,25% pertenecen a intermediación, 2 establecimientos que representan un 0,75% pertenece a intermediación y 1 establecimiento que representa un 0,38% pertenece a medios de transporte. De la información anterior podemos observar que la mayoría de establecimientos son de comidas y bebidas.



**Tabla 31**  
*Número de empleados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2-5	120	45,3	45,3	45,3
	6-10	129	48,7	48,7	94,0
	11 en adelante	16	6,0	6,0	100,0
Total		265	100,0	100,0	



**Figura 11.** Número de empleados

### **Análisis e interpretación**

De un total de 265 personas encuestadas de los diferentes establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representan el 100% del total, 129 establecimientos encuestados que representa el 48,68% tiene de 6 a 10 empleados, 120 establecimientos que representa el 45,28% tienen de 2 a 5 empleados, 16 establecimientos que representa un 6,04% tienen de 11 en adelante empleados. De acuerdo a la información obtenida no indica que la mayoría de establecimientos tiene de 6 a 10 empleados.

**Tabla 32**  
*Ciudad a la que pertenece*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Baños</b>	203	76,6	76,6	76,6
	<b>Puyo</b>	62	23,4	23,4	100,0
	<b>Total</b>	265	100,0	100,0	



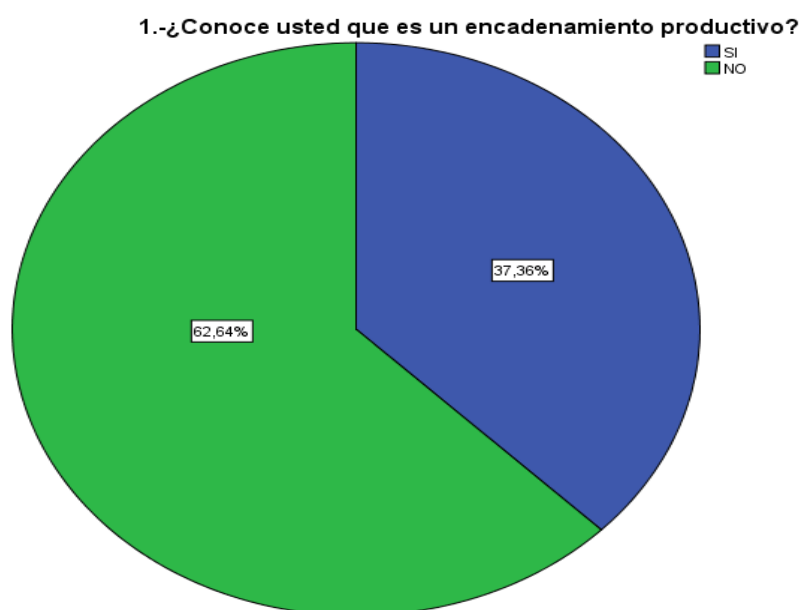
**Figura 12.** Ciudad a la que pertenece

### **Análisis e interpretación**

De una total de 265 establecimientos encuestados que representa el 100% del total, 203 establecimientos encuestados que representan el 76,60% pertenecen a la ciudad de Baños y 62 establecimientos que representan el 23,40% pertenecen a la ciudad del Puyo. De la información anterior podemos observar que la mayoría de establecimientos se encuentran ubicados en la ciudad de Baños.

**Tabla 33**  
*Pregunta 1*

1.-¿Conoce usted qué es un encadenamiento productivo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	99	37,4	37,4	37,4
	NO	166	62,6	62,6	100,0
Total		265	100,0	100,0	



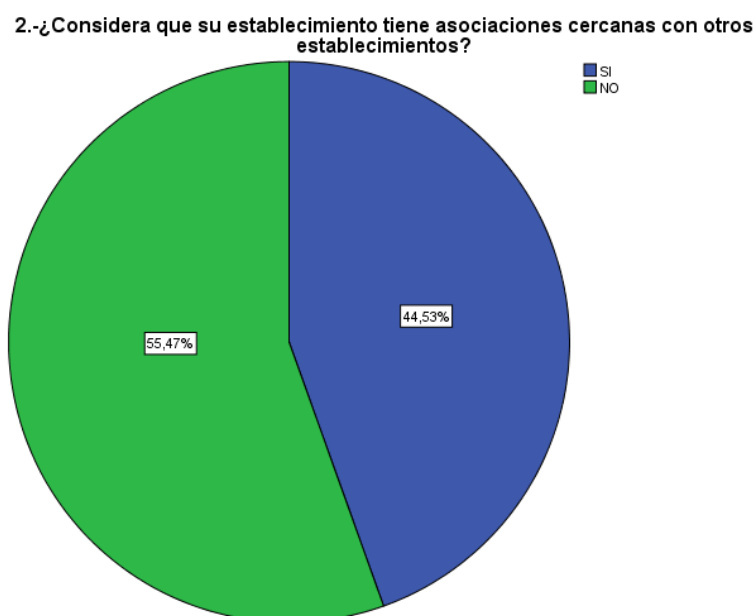
**Figura 13.** Pregunta 1

### **Análisis e interpretación**

De un total de 265 personas de los establecimientos encuestados de las ciudades de Baños y el Puyo que representan el 100%, 166 personas encuestadas que representan un 62,64% que no conocen lo que es un encadenamiento productivo, 99 personas encuestadas que representan un 37,36% conocen lo que es un encadenamiento productivo. De la información anterior podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas no conocen lo que es un encadenamiento productivo.

**Tabla 34**  
*Pregunta 2*

¿Considera que su establecimiento tiene asociaciones cercanas con otros establecimientos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	118	44,5	44,5	44,5
	NO	147	55,5	55,5	100,0
	<b>Total</b>	265	100,0	100,0	



**Figura 14.** Pregunta 2

### **Análisis e interpretación**

De un total de 265 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representan el 100% del total, 147 personas de los establecimientos que representan un 55,47% no tienen ningún tipo de asociación cercanas con otros establecimientos y 118 personas de los establecimientos que representan un 44,53% si tienen asociaciones cercanas con otras empresas. De esta información podemos observar que la mayoría de los establecimientos no tienen ninguna asociación cercana con otras empresas.

### 3. ¿Con qué tipo de establecimientos se asoció?

**Tabla 35**

*Resumen de caso Pregunta 3*

	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
\$Con qué tipo de establecimientos se asoció	118	44,5%	147	55,5%	265	100,0%

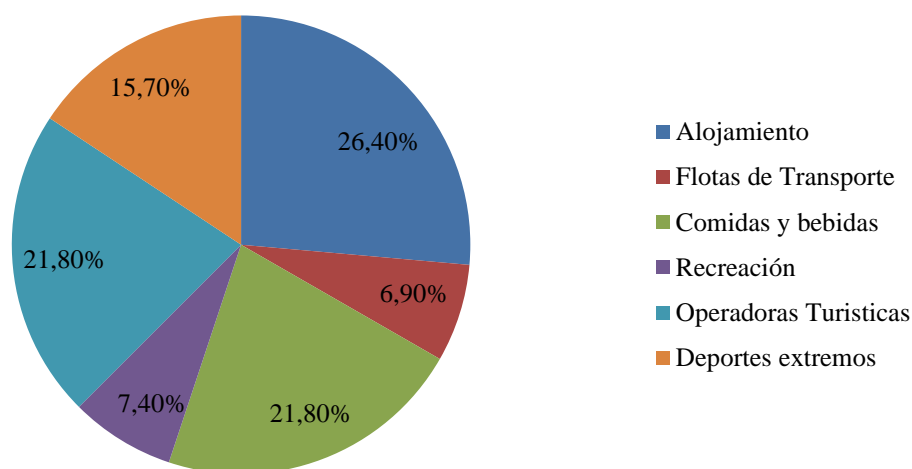
**Tabla 36**

*Pregunta 3*

		\$Con qué tipo de establecimientos se asoció frecuencias		
		Respuestas		Porcentaje de casos
Pregunta 3 <sup>a</sup>		N	Porcentaje	
	Alojamiento	57	26,4%	48,3%
	Flotas de Transporte	15	6,9%	12,7%
	Comidas y bebidas	47	21,8%	39,8%
	Recreación	16	7,4%	13,6%
	Operadoras Turísticas	47	21,8%	39,8%
	Deportes extremos	34	15,7%	28,8%
<b>Total</b>		216	100,0%	183,1%

a. Grupo

### 3.-¿Con qué tipo de establecimiento se asoció?



**Figura 15.** Pregunta 3

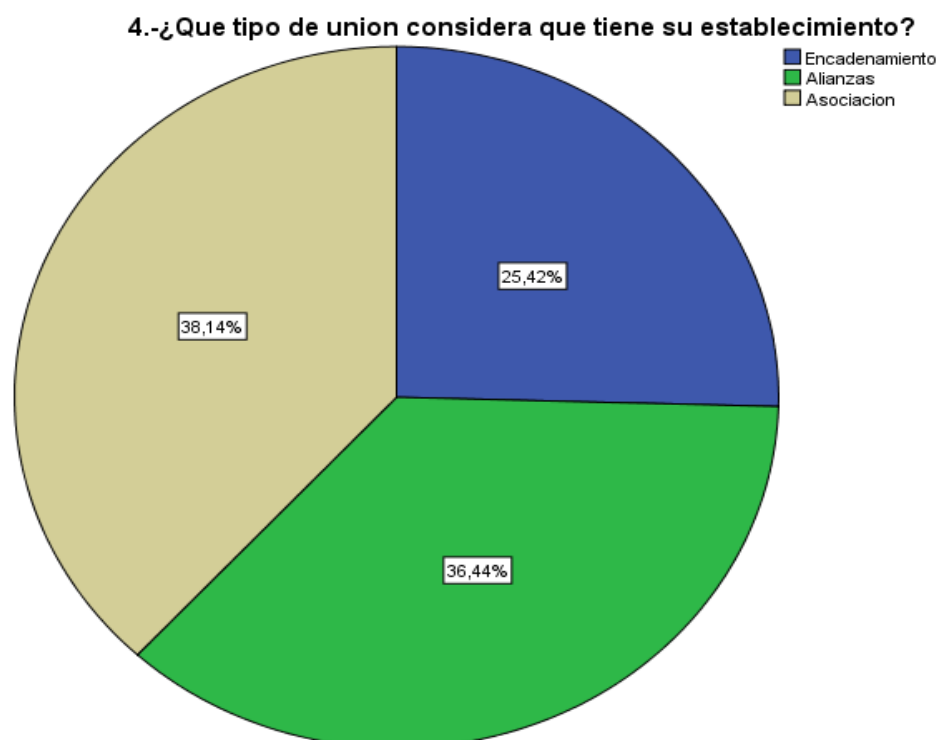
### Análisis e interpretación

De un total de 265 establecimientos encuestados de las ciudades de Baños y el Puyo que representan el 100% del total, 57 de los establecimientos que representan un 26,40% tienen asociaciones con establecimientos de alojamientos, 47 de los establecimientos que representan un 21,80% tienen una asociación tanto con establecimientos de operadoras turísticas y comidas y bebidas respectivamente, 34 establecimientos que representan un 15,70% tienen asociaciones con establecimientos de deportes extremos, 16 establecimientos que representan 7,40% tienen algún tipo de asociación con establecimientos de recreación, 15 establecimientos que representan un 6,90% tienen alguna asociación con los establecimientos de flotas de transporte. De la información anterior se observa que la mayoría tienen algún tipo de asociación con establecimientos de alojamientos.

#### 4. ¿Qué tipo de unión considera que tiene su establecimiento?

**Tabla 37**  
*Pregunta 4*

4.-¿Qué tipo de unión considera que tiene su establecimiento?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Encadenamiento</b>	30	11,3	25,4	25,4
	<b>Alianzas</b>	43	16,2	36,4	61,9
	<b>Asociación</b>	45	17,0	38,1	100,0
	<b>Total</b>	118	44,5	100,0	
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	147	55,5		
	<b>Total</b>	265	100,0		



*Figura 16.* Pregunta 4

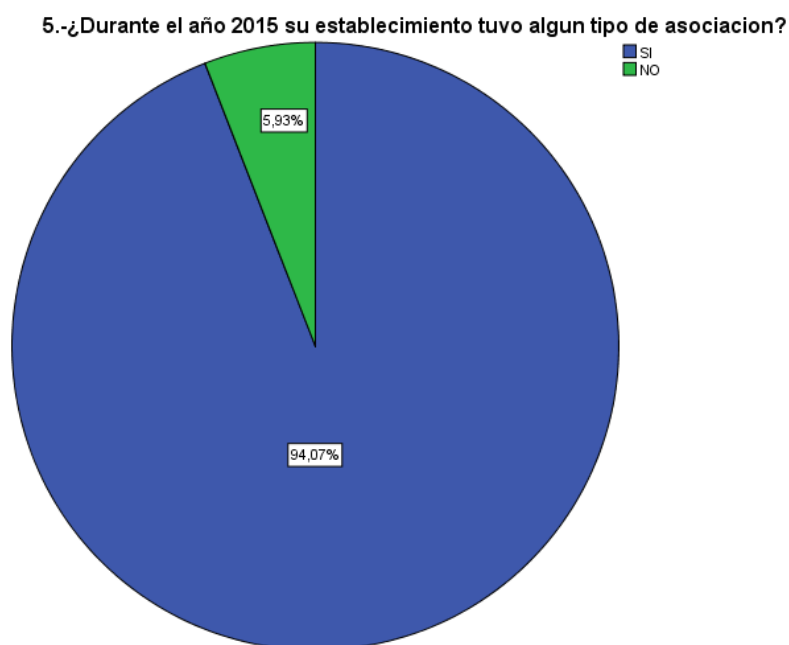
### **Análisis e interpretación**

De un total de 118 establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representan el 44,5% del total, 45 establecimientos que representan un 38,14% valido considera que tiene asociaciones con otros establecimientos, 43 establecimientos que representan un 36,44% valido considera que tiene alianzas con otros establecimientos y 30 establecimientos que representa un 25,42% valido considera que tiene un encadenamiento con otros establecimientos. De la información anterior se puede observar que la mayoría de las empresas considera que tienen asociaciones con otros establecimientos.

## 5. ¿Durante el año 2015 Su establecimiento tuvo algún tipo de asociación?

**Tabla 38**  
*Pregunta 5*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>SI</b>	111	41,9	94,1	94,1
	<b>NO</b>	7	2,6	5,9	100,0
	<b>Total</b>	118	44,5	100,0	
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	147	55,5		
<b>Total</b>		265	100,0		



**Figura 17.** Pregunta 5

### **Análisis e interpretación**

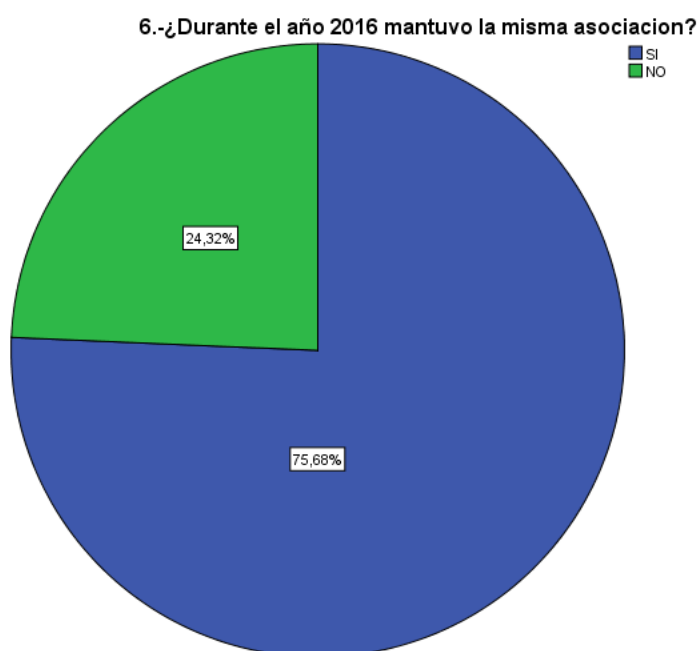
De un total de 118 establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que tuvieron algún tipo de asociación que representa un 44,5% del total, 111 establecimientos que representan un 94,07% valido si tuvieron algún tipo de asociación en el año 2015 y 7 establecimientos que representan un 5,93% valido no tuvieron algún tipo de asociación en el año 2015. De esta información se observa que la mayoría si tuvo algún tipo de asociación en el año 2015.



## 6. ¿Durante el año 2016 mantuvo la misma asociación?

**Tabla 39**  
*Pregunta 6*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	84	31,7	75,7	75,7
	NO	27	10,2	24,3	100,0
	Total	111	41,9	100,0	
Perdidos	Sistema	154	58,1		
Total		265	100,0		



**Figura 18.** Pregunta 6

### Análisis e interpretación

De un total de 111 establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representa un 41,9% válido, 84 establecimientos que representa un 75,68% válido si mantuvieron la misma asociación en el año 2016 y 27 establecimientos que representan un 24,32% válido no mantuvieron la misma asociación en el año 2016. De esta información se puede observar que la mayoría de los establecimientos si mantuvieron la misma asociación en el año 2016.

## 7. ¿Qué beneficios obtuvo al pertenecer a una asociación?

**Tabla 40**

Resumen de caso pregunta 7

	Casos				N	Total Porcentaje
	Válido		Perdidos			
	N	Porcentaje	N	Porcentaje		
\$Que beneficios obtuvo al pertenecer a una asociación	118	44,5%	147	55,5%	265	100,0%

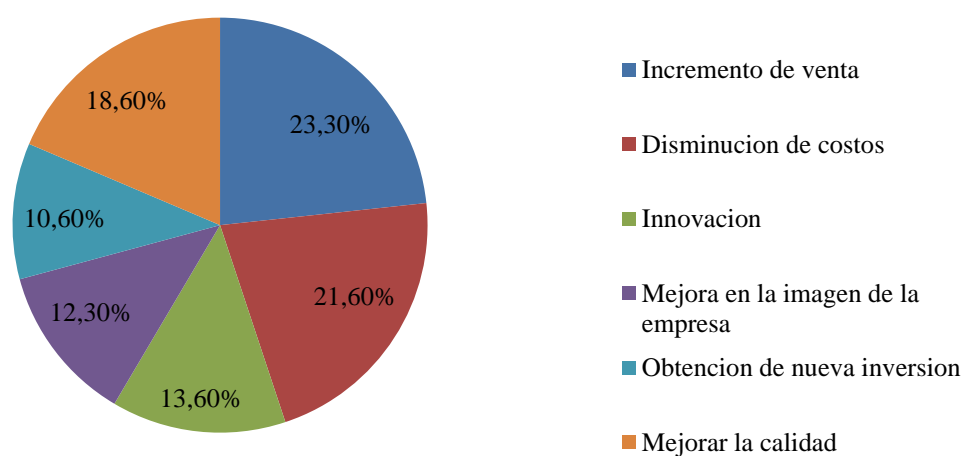
a. Grupo

**Tabla 41**

Pregunta 7

		\$Qué beneficios obtuvo al pertenecer a una asociación frecuencias		
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Pregunta7 <sup>a</sup>	Incremento de venta	55	23,3%	46,6%
	Disminución de costos	51	21,6%	43,2%
	Innovación	32	13,6%	27,1%
	Mejora en la imagen de la empresa	29	12,3%	24,6%
	Obtención de nueva inversión	25	10,6%	21,2%
	Mejorar la calidad	44	18,6%	37,3%
	Total	236	100,0%	200,0%

### 7.¿Qué beneficios obtuvo al pertenecer a una asosación?



**Figura 19.** Pregunta 7

## Análisis e interpretación

De un total de 118 establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo, el 23,30% válido obtuvo el incremento de venta como beneficio de pertenecer a una asociación, el 21,60% obtuvo disminución de costos al pertenecer a una asociación, el 18,60% mejoró su calidad al pertenecer a una asociación, el 13,60% obtuvo innovación al momento de pertenecer a una asociación, el 12,30% Mejoró en la imagen de la empresa y el 10,60% obtuvo nueva inversión. De acuerdo a estos resultados podemos observar que la mayoría incremento sus ventas al momento de pertenecer a una asociación.

### 8. ¿Cuál de los siguientes factores considera usted los más determinantes para realizar una asociación?

**Tabla 42**

*Resumen de casos pregunta 8*

Resumen de caso						
	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Cuál de los siguiente factores considera más determinantes <sup>a</sup>	265	100,0%	0	0,0%	265	100,0%

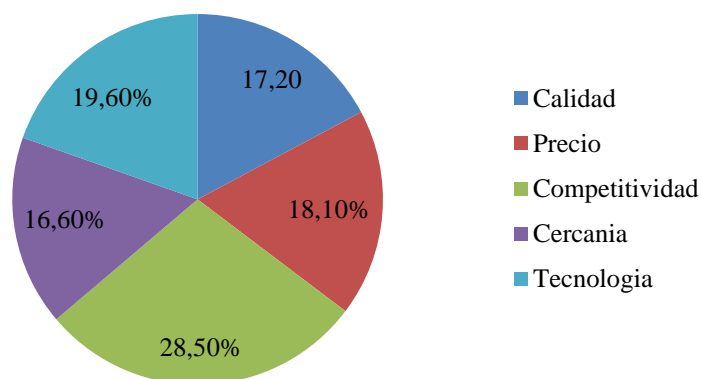
a. Grupo

**Tabla 43**

*Pregunta 8*

\$Cuál de los siguientes factores considera más determinantes frecuencias				
Preg unta 8 <sup>a</sup>	Calidad Precio Competitivida d Cercanía Tecnología Total	Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
	Calidad	91	17,2%	34,3%
	Precio	96	18,1%	36,2%
	Competitivida d	151	28,5%	57,0%
	Cercanía	88	16,6%	33,2%
	Tecnología	104	19,6%	39,2%
	Total	530	100,0%	200,0%

**8. ¿Cuál de los siguientes factores considera usted los mas determinantes para realizar una asociacion?**



**Figura 20.** Pregunta 8

**Análisis e interpretación**

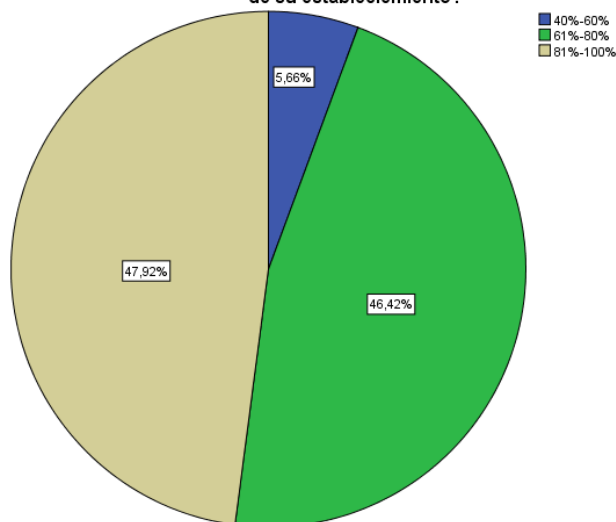
De un total de 265 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representa el 100%, 151 que representa el 28,50% del total considera que el factor determinante para realizar una asociación es la competitividad, 104 que representa el 19,60% del total considera que el factor determinante para realizar una asociación es la tecnología, 96 que representa el 18,10% del total considera que el factor determinante para realizar una asociación es el precio, 91 que representa el 17,20% del total considera que el factor determinante para realizar una asociación es la calidad, 88 que representa el 16,60% del total considera que el factor determinante es la cercanía. De los siguientes resultados se puede observar que la mayoría de los establecimientos cree que la competitividad es el factor más determinante para realizar una asociación.

**9. ¿En qué porcentaje cree usted que la actividad turística aporta al desarrollo de su establecimiento?**

**Tabla 44**  
*Pregunta 9*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	40%-60%	15	5,7	5,7	5,7
	61%-80%	123	46,4	46,4	52,1
	81%-100%	127	47,9	47,9	100,0
<b>Total</b>		265	100,0	100,0	

9.- ¿En que porcentaje cree usted que la actividad turística aporta al desarrollo de su establecimiento?



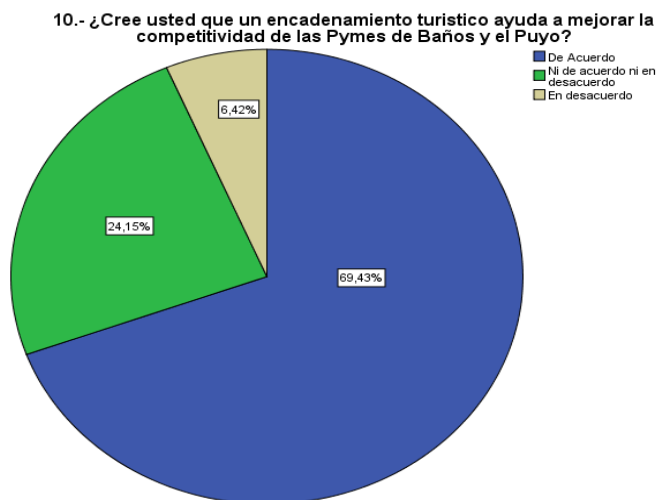
**Figura 21.** Pregunta 9

**Análisis e interpretación**

De un total de 265 establecimientos encuestados de las ciudades de Baños y el Puyo que corresponden al 100%, 127 establecimientos que corresponden al 47,92% mencionan que la actividad turística aporta al desarrollo de su establecimiento entre un 81 a 100%, 123 establecimientos que corresponden al 46,42% mencionan que la actividad turística aporta al desarrollo de su establecimiento entre un 61 a 80% y 15 que representan un 5,66% mencionan que la actividad turística aporta al desarrollo de su establecimiento entre un 40 a 60%.

**Tabla 45**  
*Pregunta 10*

10.- ¿Cree usted que un encadenamiento turístico ayuda a mejorar la competitividad de las Pymes de Baños y el Puyo?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	184	69,4	69,4	69,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	64	24,2	24,2	93,6
	En desacuerdo	17	6,4	6,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



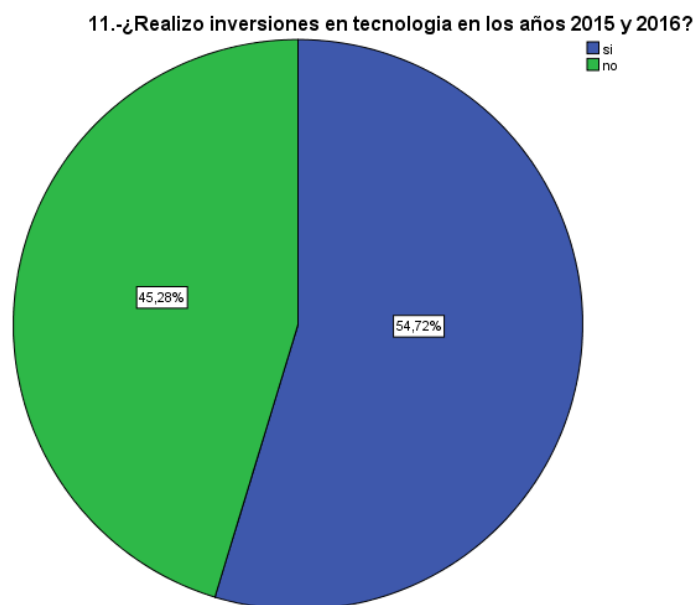
**Figura 22.** Pregunta 10

### **Análisis e interpretación**

De un total de 265 establecimientos encuestados en las ciudades de Baños y el Puyo que corresponde al 100% , 184 establecimientos que corresponden al 69,43% del total está de acuerdo con que un encadenamiento turístico ayuda a mejorar la competitividad de las Pymes de Baños y el Puyo, 64 establecimientos que corresponden a un 24,15% del total están ni de acuerdo ni en desacuerdo que un encadenamiento turístico ayuda a mejorar la competitividad de las Pymes de Baños y el Puyo y 17 establecimientos que corresponden al 6,42% del total que están en desacuerdo con que un encadenamientos turístico ayuda a mejorar la competitividad. De esta información podemos observar que la mayoría está de acuerdo con que un encadenamiento turístico ayuda a mejorar la competitividad de la Pymes de Baños y el Puyo.

**Tabla 46**  
*Pregunta 11*

11.-¿Realizó inversiones en tecnología en los años 2015 y 2016?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	145	54,7	54,7	54,7
	no	120	45,3	45,3	100,0
Total		265	100,0	100,0	



**Figura 23.** Pregunta 11

### **Análisis e interpretación**

De un total de 265 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representa el 100%, 145 establecimientos que corresponden un 54,72% del total si realizo inversiones en tecnología en los años 2015 y 2016, 120 establecimientos que representan un 45,28% del total no realizó inversiones en tecnología en estos años. Con esta información podemos observar que la mayoría de los establecimientos si realizó inversiones en tecnología en los años 2015 y 2016.

**Tabla 47**  
*Pregunta 12*

12.-¿Cuál fue el año en que su establecimiento realizo mayor inversión?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2015	95	35,8	65,1	65,1
	2016	51	19,2	34,9	100,0
	Total	146	55,1	100,0	
Perdidos	Sistema	119	44,9		
	Total	265	100,0		



**Figura 24.** Pregunta 12

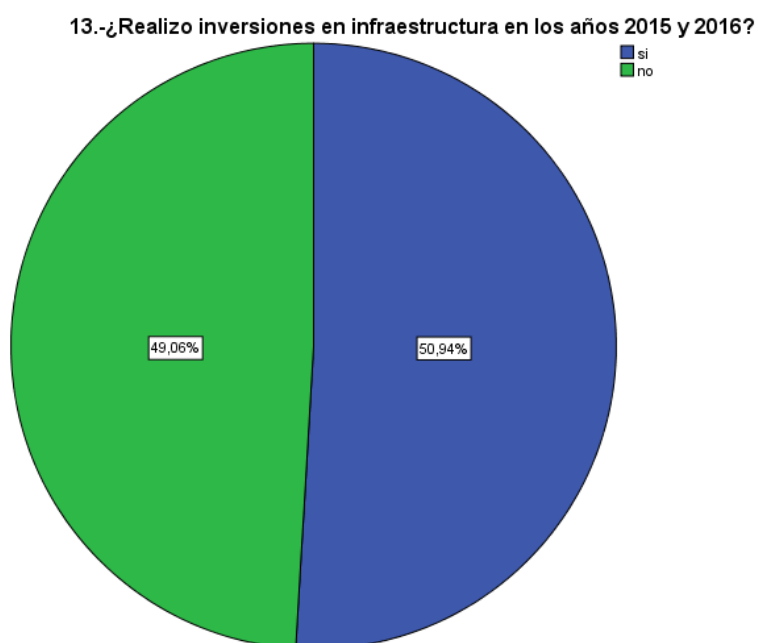
### **Análisis e interpretación**

De un total de 146 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que corresponden a un 55,10% d, 95 establecimientos que corresponden a un 65,07% valido menciona que en el año que mayor inversión realizó en tecnología fue en 2015 y 51 establecimientos que corresponden un 34,93% valido menciona que en el año que mayor inversión realizó fue en el 2016. De la información anterior se puede observar que la mayoría de los establecimientos realizó inversión en tecnología en el año 2016.



**Tabla 48**  
*Pregunta 13*

13.-¿Realizó inversiones en infraestructura en los años 2015 y 2016?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	135	50,9	50,9	50,9
	no	130	49,1	49,1	100,0
	Total	265	100,0	100,0	



**Figura 25.** Pregunta 13

### **Análisis e interpretación**

De un total de 265 personas encuestas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que corresponden el 100%, 135 establecimientos que representan el 50,94% menciona que si realizó inversiones en infraestructura en los años 2015, 2016 y 130 establecimientos que corresponder al 49,06% no realizó inversiones en infraestructura en estos años. De la información anterior se desprende que la mayoría de los establecimientos si realizó inversiones en infraestructura en los años 2015 y 2016.

**Tabla 49**  
*Pregunta 14*

14.- ¿Cuál fue el año en que su establecimiento realizo mayor inversión?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2015	78	29,4	57,4	57,4
	2016	58	21,9	42,6	100,0
	Total	136	51,3	100,0	
Perdidos	Sistema	129	48,7		
Total		265	100,0		



**Figura 26** .Pregunta 14

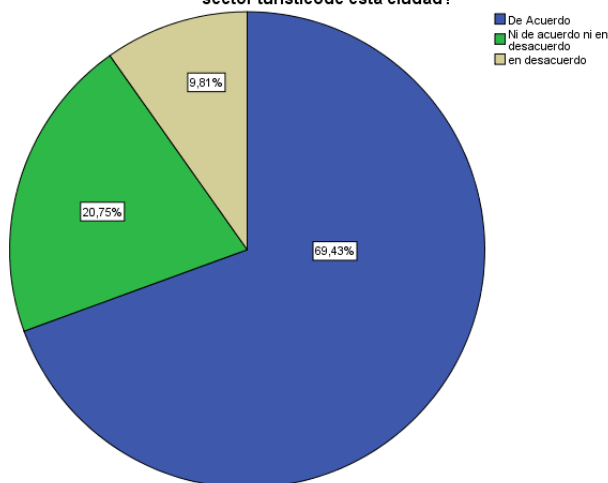
### **Análisis e interpretación**

De un total de 136 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representa el 100%, 78 establecimientos que representan el 57,35% valido realizó mayor inversión en el año 2015 y 58 establecimientos que representan el 42,65% valido realizó mayor inversión en el año 2016. De esta información podemos observar que la mayoría de los establecimientos realizó más inversión en infraestructura en el año 2015.

**Tabla 50**  
*Pregunta 15*

15.- ¿Estaría dispuesto a formar parte de un encadenamiento productivo en el sector turístico de esta ciudad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	184	69,4	69,4	69,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	55	20,8	20,8	90,2
	En desacuerdo	26	9,8	9,8	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

15.-¿ Estaría dispuesto a formar parte de un encadenamiento productivo en el sector turístico de esta ciudad?



**Figura 27.** Pregunta 15

### **Análisis e interpretación**

De un total de 265 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que corresponde el 100%, 184 establecimientos que representan el 69,43% que está de acuerdo en formar parte de un encadenamiento productivo en el sector turístico de la ciudad, 55 establecimientos que representan un 20,75% está ni de acuerdo ni en desacuerdo en formar parte de un encadenamiento productivo en el sector turístico de la ciudad y 26 establecimientos que representa 9,81% está en desacuerdo con formar parte de un encadenamiento productivo. De esta información podemos observar que la mayoría si se encuentra de acuerdo en formar parte de un encadenamiento productivo en el sector turístico de sus ciudades respectivamente.

**16. ¿De los siguientes factores marque aquellos que considere limitantes para asociarse con otras empresas?**

**Tabla 51**

*Resumen de caso pregunta 16*

	Resumen de caso					
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
\$De los siguientes factores marque aquellos que considere limitantes <sup>a</sup>	265	100,0%	0	0,0%	265	100,0%

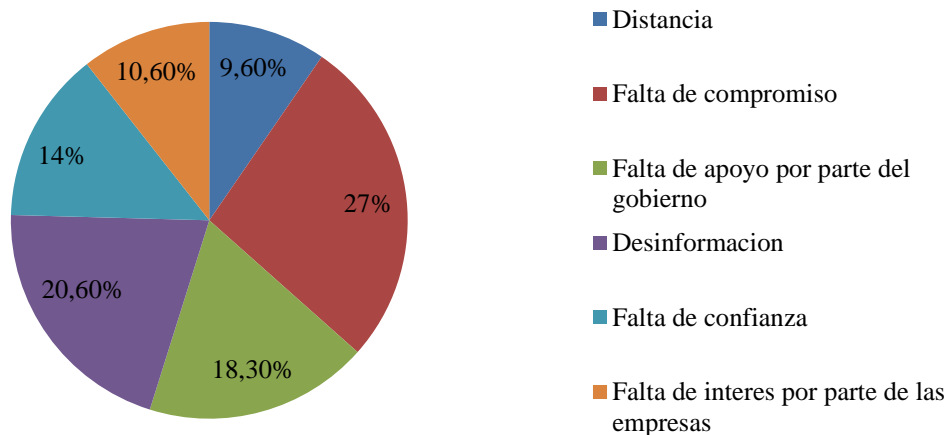
**Tabla 52**

*Pregunta 16*

<b>\$De los siguientes factores marque aquellos que considere limitantes frecuencias</b>				
		Respuestas		Porcentaje
		N	Porcentaje	de casos
Pregunta	Distancia	51	9,6%	19,2%
16 <sup>a</sup>	Falta de compromiso	143	27,0%	54,0%
	Falta de apoyo por parte del gobierno	97	18,3%	36,6%
	Desinformación	109	20,6%	41,1%
	Falta de confianza	74	14,0%	27,9%
	Falta de interés por parte de las empresas	56	10,6%	21,1%
	Total	530	100,0%	200,0%

a. Grupo

**16.- ¿De los siguientes factores, marque aquellos que considere limitantes para asociarse con otras empresa?**



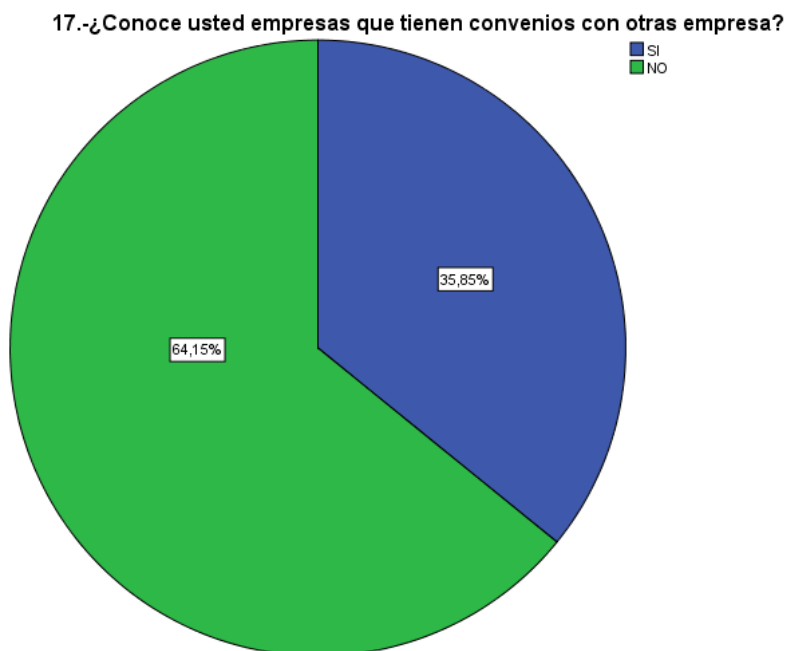
**Figura 28.** Pregunta 16

### **Análisis e interpretación**

De un total de 265 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que corresponden el 100%, 143 que representa el 27% del total considera como factor limitante para asociarse con otras empresas a la falta de compromiso, 109 que representa un 20,60% del total menciona que un factor limitante para asociarse es la desinformación, 97 que representa un 18,30% del total considera como factor limitante para asociarse a la falta de apoyo por parte del gobierno, 74 que corresponde a un 14% del total nos indica que un factor limitante es la falta de confianza, 56 que representa un 10,60% del total que nos indica que el factor limitante es la falta de interés por parte de las empresas y 51 que representa un 9,60% del total indica que uno de los factores limitantes es la distancia. De la información anterior se desprende que la mayoría de los establecimientos considera como un factor limitante para asociarse con otras empresas es la falta de compromiso.

**Tabla 53**  
*Pregunta 17*

<b>17.-¿Conoce usted empresas que tienen convenios con otras empresa?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	95	35,8	35,8	35,8
	NO	170	64,2	64,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	



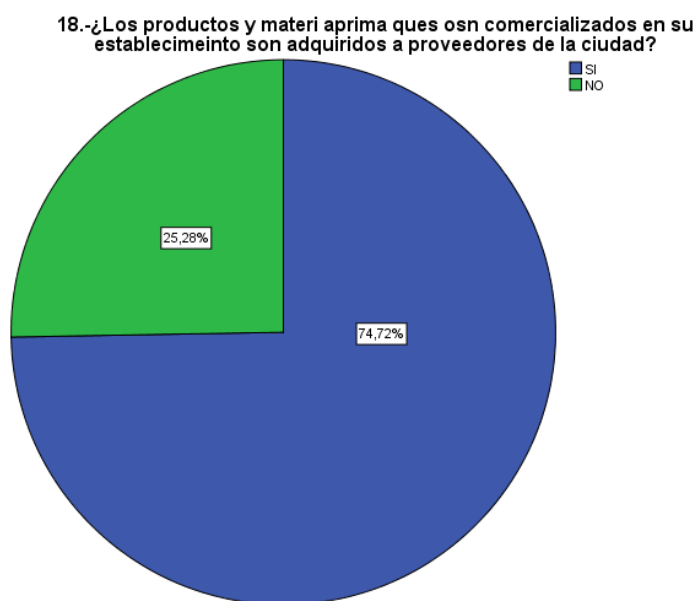
**Figura 29.** Pregunta 17

### **Análisis e interpretación**

De un total de 265 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representan el 100%, 170 establecimientos que corresponden el 64,15% del total mencionan que no conocen a empresas que tengan convenios con otras empresas y 95 establecimientos que representan un 35,85% del total si conocen a otras empresas que tengan convenios. De esta información podemos observar que la mayoría de los establecimientos no conocen empresas que tengan convenios con otras empresas.

**Tabla 54**  
*Pregunta 18*

18.-¿Los productos y materia prima que son comercializados en su establecimiento son adquiridos a proveedores de la ciudad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaj e válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	198	74,7	74,7	74,7
	NO	67	25,3	25,3	100,0
Total		265	100,0	100,0	



**Figura 30.** Pregunta 18

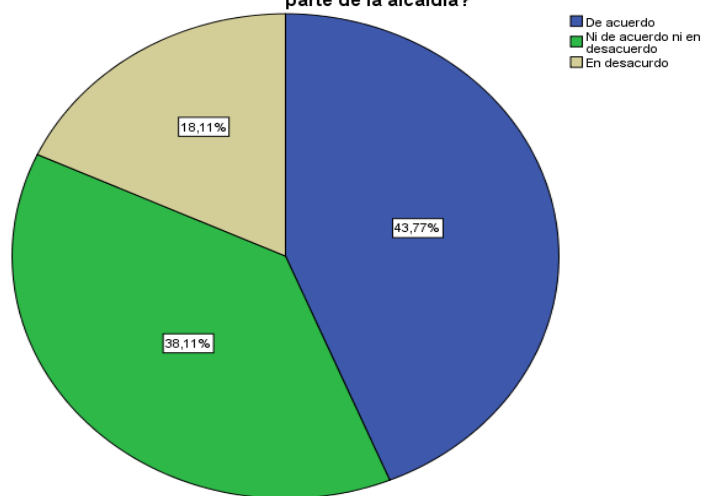
### **Análisis e interpretación**

De 265 personas encuestadas de los establecimientos de las ciudades de Baños y el Puyo que representa el 100%, 198 establecimientos que representan un 74,72% mencionan que los productos y materia prima que son comercializados en su establecimiento si son adquiridos a proveedores de la misma ciudad y 67 establecimientos que corresponde a un 25,28% no comercializan productos y materia prima adquirida en la misma ciudad. De esta información se desprende que la mayoría de los establecimientos si adquieren los productos y materia prima a proveedores de la misma ciudad, para luego ser comercializados en sus negocios.

**Tabla 55**  
*Pregunta 19*

19.-¿Le gustaría tener algún tipo de ayuda productiva o de comercialización por parte de la alcaldía?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	116	43,8	43,8	43,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	101	38,1	38,1	81,9
	En desacuerdo	48	18,1	18,1	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

19.-¿Le gustaría tener algún tipo de ayuda productiva o de comercialización por parte de la alcaldía?



**Figura 31 .** Pregunta 19

### **Análisis e interpretación**

De 265 personas encuestadas de las ciudades de Baños y el Puyo que representan el 100%, 116 establecimientos que representan un 43,77% están de acuerdo en tener una ayuda productiva o de comercialización por parte de la alcaldía de su ciudad, 101 establecimientos que representan un 38,11% están ni de acuerdo ni en desacuerdo en tener una ayuda por parte de la alcaldía y 48 establecimientos que representan un 18,11% no están de acuerdo en tener una ayuda por parte de la alcaldía. De la información anterior podemos observar que la mayoría de los establecimientos si está de acuerdo en tener una ayuda productiva o de comercialización por parte de la alcaldía de su ciudad.



### 5.3. Comprobación de la hipótesis

Una vez aplicado el análisis univariado se procede a realizar la comprobación de la hipótesis mediante los pasos descritos por Mason, Lind y Marchal en su libro “Estadística para administración y economía”; el cual nos indica que primero debemos plantear la hipótesis nula y alternativa.

**H0:** Los encadenamientos productivos no influyen positivamente en la competitividad del sector turístico en las ciudades Baños y el Puyo.

**H1:** Los encadenamientos productivos si influyen positivamente en la competitividad del sector turístico en las ciudades Baños y el Puyo.

El siguiente paso es determinar el nivel de significancia según (Mason, Lind, & Marchal, 2003) afirma. “Tradicionalmente se selecciona el nivel de 0,05 para proyectos de investigación, el 0,01 para aseguramiento de calidad, y el 0,10 para encuestas políticas”. Por lo cual hemos seleccionado un nivel de significancia del 5% o que también podemos interpretar como 0,05.

Como tercer paso tenemos la elección de la prueba estadística para comprobación de la hipótesis; en nuestro caso aplicaremos el modelo estadístico que es la prueba chi cuadrado.

#### **Chi cuadrado**

Este modelo estadístico puede utilizarse con datos medibles en una escala nominal; nos permite comprobar la hipótesis con un valor crítico que se establece antes de calcular el chi cuadrado que está representado por  $X^2$ ; en este caso  $X^2$  debe ser mayor al valor crítico para afirmar

la hipótesis alternativa; también se puede comprobar mediante el p valor, el cual debe ser inferior al valor de significancia establecido.

Las variables que tomaremos en consideración son la independiente y la dependiente; que están representadas por la pregunta 2.- ¿Considera que su establecimiento tiene asociaciones cercanas con otros establecimientos? y la pregunta 8.- ¿Cuál de los siguientes factores considera usted los más determinantes para realizar una asociación?

A continuación calcularemos los grados de libertad para encontrar el valor crítico.

$$g.l. = (c-1)(r-1)$$

g.l.= grados de libertad

c= número de columnas

r= número de filas

Así:

$$g.l. = (2-1)(6-1)$$

$$g.l. = 5$$

Significancia= 5%

Valor crítico= 18,307

Este valor crítico se obtiene del Apéndice I de la tabla Valores Críticos de Chi Cuadrado, donde  $X^2$  debe ser mayor a este valor para que la hipótesis nula se rechace.

A continuación se ejecutara este modelo en el programa SPSS:

**Tabla 56**

*Cruce de variable Chi cuadrado*

		<b>\$Pregunta8*Asociaciones tabulación cruzada</b>		Total
		2.-¿Considera que su establecimiento tiene asociaciones cercanas con otros establecimientos?		
		SI	NO	
Preg8 <sup>a</sup>	Calidad	Recuento 46	45	91
		% dentro de Asociaciones 39,0%	30,6%	
	Precio	Recuento 50	46	96
		% dentro de Asociaciones 42,4%	31,3%	
	Competitividad	Recuento 62	89	151
		% dentro de Asociaciones 52,5%	60,5%	
	Cercanía	Recuento 39	49	88
		% dentro de Asociaciones 33,1%	33,3%	
	Tecnología	Recuento 39	65	104
		% dentro de Asociaciones 33,1%	44,2%	
Total		Recuento 118	147	265

**Tabla 57**

*Pruebas de Chi cuadrado*

<b>Pruebas de chi-cuadrado de Pearson</b>		
		Pregunta 2
Pregunta 8	Chi- cuadrado	21,296
	gl	5
	Sig.	,019*

### **Análisis**

El valor de chi cuadrado es 21,296 (tabla 57) lo cual es mayor al valor crítico antes encontrado de 11,07 y también a su vez p valor es inferior al nivel de significancia de 0,05. Por lo cual se

interpreta que la hipótesis nula se rechaza y se afirma la hipótesis alternativa, cabe mencionar que en este caso se comprobó la hipótesis de las dos maneras posibles en este modelo. Entonces se pudo determinar que los encadenamientos productivos como modelos de desarrollo si influyen positivamente en la competitividad del sector turístico en las ciudades Baños y el Puyo.

#### 5.4.Hallazgos de la encuesta a través del análisis bivariado

El análisis bivariado está dado por:

**Tabla 58**

*Cruce actividad del negocio-Número de empleados*

<b>\$Actividad*\$Empleados*\$Ciudad tabulación cruzada</b>						
Ciudad		Número de Empleados			Total	
		2-5	6-10	11 en adelante		
Baños	Actividad	Alojamiento	27	38	3	68
		Recreación	1	0	0	1
		Comidas y bebidas	19	54	11	84
		Intermediación	21	21	2	44
		Transporte	2	4	0	6
	Total	70	117	16	203	
Puyo	Actividad	Alojamiento	12	2	0	14
		Recreación	4	1	0	5
		Comidas y bebidas	28	7	0	35
		Intermediación	4	2	0	6
		Transporte	2	0	0	2
	Total	50	12	0	62	

#### **Análisis e interpretación**

De las 265 personas encuestadas que por lo general eran los dueños de los establecimientos que segmentamos, un total del 117 pymes en la ciudad de Baños tienen de entre 6 y 10 empleados, donde el segmento de comidas es el que más abarca a estas personas, siendo el mismo en acaparar en 11 establecimientos de 11 en adelante empleados; por otra parte el segmento de intermediación abarca el mayor número de establecimientos que tienen de 2 a 5 empleados. Mientras tanto en la ciudad del Puyo 7 pymes del segmento de comidas y bebidas

tienen de 6 a 10 empleados. Según la información recolectada podemos determinar que alrededor de 1357 personas laboran en el sector turístico de la ciudad de Baños, mientras tanto en el Puyo son alrededor de 271 colaboradores.

- **Cruce actividad del negocio – ¿Conoce usted que es un encadenamiento productivo?**

**Tabla 59**

*Cruce ¿Conoce usted que es un encadenamiento productivo?*

<b>\$Actividad*\$Encadenamiento*\$Ciudad tabulación cruzada</b>					
Ciudad <sup>a</sup>		Encadenamiento		Total	
		SI	NO		
Baños	Actividad	Alojamiento	18	50	68
		Recreación	1	0	1
		Comidas y bebidas	24	60	84
		Intermediación	18	26	44
		Transporte	3	3	6
	Total	64	139	203	
Puyo	Actividad	Alojamiento	5	9	14
		Recreación	2	3	5
		Comidas y bebidas	19	16	35
		Intermediación	0	6	6
		Transporte	1	1	2
Total	27	35	35		

### **Análisis e interpretación**

Al realizar el cruce de las 265 encuestas aplicadas a los dueños de distintos establecimientos, se determinó que 99 pymes si conocen que es un encadenamiento productivo y 166 establecimientos no lo conocen, esto representa un 63% del total de la muestra; es decir, un gran porcentaje tiene desconocimiento por lo cual al momento de aplicar nuestra propuesta sería algo novedoso y tendría una gran acogido, además tendríamos como respaldo a las pymes que ya forman parte de un encadenamiento.

- **Cruce actividad económica-¿Considera que su establecimiento tiene asociaciones cercanas con otros establecimientos?**

**Tabla 60***Cruce: Actividad del negocio- Pregunta 2*

<b>\$Actividad*\$Pregunta2*\$Ciudad tabulación cruzada</b>					
Ciudad		Pregunta2 <sup>a</sup>		Total	
		SI	NO		
Baños	Actividad	Alojamiento	17	51	68
		Recreación	1	0	1
		Comidas y bebidas	23	61	84
		Intermediación	42	2	44
		Transporte	4	2	6
	Total	87	116	203	
Puyo	Actividad	Alojamiento	8	6	14
		Recreación	3	2	5
		Comidas y bebidas	13	22	35
		Intermediación	6	0	6
		Transporte	1	1	2
	Total	31	31	62	

### **Análisis e interpretación**

Como se puede observar en la tabla anterior en la ciudad de Baños 87 establecimientos si tienen asociaciones con otras pymes, mientras en el Puyo son 31 establecimientos que tienen asociación; por otra parte 147 pymes no posee algún tipo de asociación las cuales podrían formar parte de una, es por eso que en esta investigación también se propondrá un modelo en el cual todas las partes sean beneficiadas y así permitan generar mayores fuentes de empleo en ambas ciudades.

- **Cruce actividad del negocio-¿Con qué tipo de establecimiento se asoció?**

**Tabla 61***Cruce ¿Con qué tipo de establecimiento se asoció?*

		<b>\$Pregunta3*\$Actividad*\$Ciudad tabulación cruzada</b>						
Ciudad		Actividad					Total	
		Alojamient o	Recreación	Comidas y bebidas	Intermediació n	Transport e		
Baños	Pregunt a3	Alojamient o	2	1	15	24	3	45
		Flotas de Transporte	1	0	1	2	1	5
		Comidas y bebidas	7	1	3	27	1	39
		Recreación	2	0	2	6	2	12
		Operadoras Turísticas	4	1	11	12	2	30
		Deportes extremos	3	1	7	18	1	30
		Total	17	1	23	42	4	87
Puyo	Pregunt a3	Alojamient o	0	1	7	4	0	12
		Flotas de Transporte	2	2	3	4	0	11
		Comidas y bebidas	4	0	0	4	0	8
		Recreación	0	1	0	3	0	4
		Operadoras Turísticas	6	3	7	0	1	17
		Deportes extremos	0	0	2	2	0	4
		Total	8	3	13	6	1	31

**Análisis e interpretación**

De un total de 265 establecimientos encuestados previamente segmentados se puede observar que los establecimientos de intermediación en la ciudad de Baños tienen en gran mayoría asociación con el resto de las pymes, siendo sus principales aliados los segmentos de alojamiento y comidas y bebidas; mientras tanto en la ciudad del Puyo los establecimientos de comidas y bebidas tienen en gran mayoría asociación con el resto de las Pymes, siendo sus principales aliados el segmento de alojamiento y las operadoras turísticas.

- **Cruce actividad del negocio-¿Qué tipo de unión considera que tiene su establecimiento?**

**Tabla 62**

*Cruce ¿Qué tipo de unión considera que tiene su establecimiento?*

<b>\$Actividad*\$Pregunta4*\$Ciudad tabulación cruzada</b>						
Ciudad		Pregunta4 <sup>a</sup>			Total	
		Encadenamiento	Alianzas	Asociacións		
Baños	Actividad	Alojamiento	7	6	4	17
		Recreación	1	0	0	1
		Comidas y bebidas	8	10	5	23
		Intermediación	6	19	17	42
		Transporte	1	1	2	4
		Total	23	36	28	87
Puyo	Actividad	Alojamiento	0	2	6	8
		Recreación	1	1	1	3
		Comidas y bebidas	4	3	6	13
		Intermediación	2	1	3	6
		Transporte	0	0	1	1
		Total	7	7	17	31

### **Análisis e interpretación**

Como se puede observar en la tabla anterior, 36 establecimientos respondieron que tienen alianzas en la ciudad de Baños, siendo el número más alto seguido por las 28 pymes que mencionaron tener asociaciones; mientras en la ciudad del Puyo 17 establecimientos respondieron que tenían asociaciones. Este tipo de uniones que tienen las pymes puede ser el origen para formar encadenamientos productivos, porque ellos conocen el funcionamiento y los beneficios que aporte el pertenecer a una de ellas y en base a su experiencia abarca más socios.



**Tabla63***Cruce ¿Qué beneficios obtuvo al pertenecer a una asociación?*

		<b>\$Pregunta7*\$Actividad*\$Ciudad tabulación cruzada</b>						
Ciudad		Actividad					Total	
		Alojamient o	Recreación	Comidas y bebidas	Intermed iación	Transporte		
Baños	Preg unta 7	Incremento de venta	4	0	14	17	4	39
		Disminución de costos	7	1	12	13	0	33
		Innovación	7	0	4	15	1	27
		Mejora en la imagen de la empresa	5	0	6	12	0	23
		Obtención de nueva inversión	3	0	5	11	2	21
		Mejorar la calidad	8	1	5	16	1	31
		Total	17	1	23	42	4	87
Puyo	Preg unta 7	Incremento de venta	4	1	7	4	0	16
		Disminución de costos	5	3	6	3	1	18
		Innovación	1	1	2	1	0	5
		Mejora en la imagen de la empresa	2	0	3	1	0	6
		Obtención de nueva inversión	1	1	2	0	0	4
		Mejorar la calidad	3	0	6	3	1	13
		Total	8	3	13	6	1	31

**Análisis e interpretación**

Como se puede observar en la figura anterior el mayor beneficio que obtuvieron los encuestados de la ciudad de Baños son el incremento de las ventas, seguido por la disminución de costos y por qué ayudan a mejorar la calidad; mientras en el Puyo el principal beneficio es la

disminución de costos, seguido por el incremento de venta y la mejora de la calidad. El resto de beneficios también tienen un buen porcentaje por lo cual no hay que dejarlos de lado.

- **Cruce Actividad del negocio-¿Cuál de los siguientes factores considera determinantes para realizar una asociación?**

**Tabla64**

*¿Cuál de los siguientes factores considera determinantes para realizar una asociación?*

Ciudad		\$Actividad*\$Pregunta8*\$Ciudad tabulación cruzada					Total	
		Calidad	Precio	Competitividad	Cercanía	Tecnología		
Baños	Actividad	Alojamiento	24	17	42	20	33	68
		Recreación	0	0	1	1	0	1
		Comidas y bebidas	25	26	51	33	33	84
		Intermediación	20	22	17	12	17	44
		Transporte	2	3	4	2	1	6
		Total	71	68	115	68	84	203
Puyo	Actividad	Alojamiento	5	5	11	4	3	14
		Recreación	3	3	3	0	1	5
		Comidas y bebidas	9	18	16	13	14	35
		Intermediación	2	2	5	2	1	6
		Transporte	1	0	1	1	1	2
		Total	20	28	36	20	20	62

### **Análisis e interpretación**

De los 265 establecimientos encuestados 115 respondieron que la competitividad es el factor más determinante para realizar una asociación, seguido por el factor tecnológico con 84 establecimientos en la ciudad de Baños; mientras en la ciudad del Puyo 36 pymes también respondieron que la competitividad es el factor más determinante seguido por el precio. Cabe mencionar que en ambas ciudades el factor de la calidad lo toman como el tercer aspecto más importante, permitiéndonos determinar que el servicio hacia los turistas cada vez es de mayor calidad.

**Tabla 65***Cruce: Actividad del negocio – Pregunta 9*

Ciudad		\$Actividad*\$Pregunta9*\$Ciudad tabulación cruzada			Total	
		Pregunta9 <sup>a</sup>				
			40%-60%	61%-80%	81%-100%	
Baños	Actividad	Alojamiento	1	35	32	68
		Recreación	0	0	1	1
		Comidas y bebidas	4	39	41	84
		Intermediación	1	17	26	44
		Transporte	1	4	1	6
	Total		7	95	101	203
Puyo	Actividad	Alojamiento	1	6	7	14
		Recreación	1	3	1	5
		Comidas y bebidas	6	17	12	35
		Intermediación	0	1	5	6
		Transporte	0	1	1	2
Total			8	28	26	62

**Análisis e interpretación**

Como se puede observar en la tabla 49 de los 265 encuestados 101 establecimientos respondieron que la actividad turística aporta entre el 81 y 100% al desarrollo de su negocios, siendo el segmento de comidas y bebidas al que mayormente contribuye en la ciudad de Baños; mientras tanto en la ciudad del Puyo 28 pymes respondieron que solo aporta entre el 60 y 80%, por lo cual se debe incrementar la publicidad, vías de acceso, infraestructura, inversión y tecnología en esta ciudad, para que posteriormente el turismo sea una de las principales fuentes de empleo.

**Tabla 66***Cruce -Un encadenamiento ayuda a mejorar la competitividad de las Pymes*

		<b>\$Actividad*\$Pregunta10*\$Ciudad tabulación cruzada</b>				
Ciudad			Pregunta10 <sup>a</sup>			Total
			De Acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	
Baños	Actividad	Alojamiento	42	21	5	68
		Recreación	1	0	0	1
		Comidas y bebidas	55	21	8	84
		Intermediación	34	8	2	44
		Transporte	4	2	0	6
	Total		136	52	15	203
Puyo	Actividad	Alojamiento	13	1	0	14
		Recreación	2	2	1	5
		Comidas y bebidas	25	9	1	35
		Intermediación	6	0	0	6
		Transporte	2	0	0	2
Total		48	12	2	62	

**Análisis e interpretación**

De los 265 establecimientos encuestados 136 están de acuerdo que los encadenamientos ayudan a mejorar la competitividad de la pymes en la ciudad de Baños; mientras en la ciudad del Puyo 48 negocios también están de acuerdo, el segmento de comidas y bebidas es el que mayormente está de acuerdo. Por otra parte se tiene muy presente a los establecimientos que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo en ambas ciudades, debido a que representan un porcentaje un poco significativo, pero se puede capacitar a los dueños de estas pymes para que tengan claro el aporte de los encadenamientos en la competitividad.

**Tabla 67***Cruce -¿Estaría dispuesto a formar parte de un encadenamiento productivo?*

<b>\$Actividad*\$Pregunta15*\$Ciudad tabulación cruzada</b>						
Ciudad		Pregunta15			Tota	
		De	Ni de acuerdo	en	1	
		Acuerdo	ni en	desacuerdo		
			desacuerdo			
Baños	Actividad	Alojamiento	40	20	8	68
		Recreación	1	0	0	1
		Comidas y bebidas	51	22	11	84
		Intermediación	38	4	2	44
		Transporte	4	1	1	6
		Total	134	47	22	203
Puyo	Actividad	Alojamiento	12	2	0	14
		Recreación	3	0	2	5
		Comidas y bebidas	27	6	2	35
		Intermediación	6	0	0	6
		Transporte	2	0	0	2
		Total	50	8	4	62

### **Análisis e interpretación**

Como se puede observar en la tabla 51 ,134 establecimientos de la ciudad de Baños están de acuerdo en formar parte de un encadenamiento productivo; mientras en la ciudad del Puyo 50 pymes también están de acuerdo, la suma de los establecimientos de estas dos ciudades representa el 70% de la muestra seleccionada, por lo cual la aplicación de esta investigación es viable. Los segmentos de comidas y bebidas, alojamiento e intermediación son los más interesados en formar parte de ella; por otro lado existe un total de 26 establecimientos que no están de acuerdo en formar parte de un encadenamiento, estos representan un porcentaje reducido que al conocer los beneficios su interés por forma parte ira creciendo.

**Tabla 68***Cruce -Factores limitantes para asociarse con otras empresas*

			<b>\$Pregunta16*\$Actividad*\$Ciudad tabulación cruzada</b>					
Ciudad			Aloja mient o	Recreaci ón	Comida s y bebidas	Interme diación	Trans porte	Tota l
Baños	Preguntas 16	Distancia	10	0	13	4	0	27
		Falta de compromiso	37	0	50	20	1	108
		Falta de apoyo por parte del gobierno	30	0	29	20	2	81
		Desinformación	25	1	40	15	4	85
		Falta de confianza	20	1	17	20	4	62
		Falta de interés por parte de las empresas	14	0	19	9	1	43
		Total	68	1	84	44	6	203
		Puyo	Preguntas 16	Distancia	2	2	19	1
	Falta de compromiso	8	2	20	5	0	35	
	Falta de apoyo por parte del gobierno	5	0	10	1	0	16	
	Desinformación	8	3	9	2	2	24	
	Falta de confianza	4	2	4	2	0	12	
	Falta de interés por parte de las empresas	1	1	8	1	2	13	
Total			14	5	35	6	2	62

**Análisis e interpretación**

De 265 establecimientos encuestados 108 respondieron que la falta de compromiso es el principal factor limitante para asociarse con otras pymes, seguido por la desinformación, ya que muchos de estos establecimientos no tenían conocimiento de cómo formar una asociación o como pertenecer a una de ellas, esta información fue recopilada en la ciudad de Baños, Mientras en el Puyo el principal factor limitante también es la falta de compromiso, seguida por la desinformación y la distancia con otros negocios.

**Tabla69***Cruce Actividad de negocio – Pregunta 18*

<b>\$Actividad*\$Pregunta18*\$Ciudad tabulación cruzada</b>					
Ciudad		Pregunta18 <sup>a</sup>			Total
		SI	NO		
Baños	Actividad	Alojamiento	52	16	68
		Recreación	0	1	1
		Comidas y bebidas	63	21	84
		Intermediación	34	10	44
		Transporte	6	0	6
	Total	155	48	203	
Puyo	Actividad	Alojamiento	9	5	14
		Recreación	3	2	5
		Comidas y bebidas	26	9	35
		Intermediación	5	1	6
		Transporte	0	2	2
	Total	43	19	62	

**Análisis e interpretación**

De 265 establecimientos encuestados 198 respondieron que los productos o materia prima que son comercializados en sus establecimientos son adquiridas en sus ciudades respectivas, lo que representa un 75% del total de la muestra, por lo cual estos resultados nos ayuda a determinar que se dinamiza la economía de cada ciudad a través del sector turístico, donde interviene desde los productores hasta los artesanos. El otro porcentaje que no compra a proveedores de su misma ciudad salen a mercados vecinos a comprar en grandes cantidades, o en otros caso se debe importar los instrumentos de trabajo.

**Tabla 70***Cruce: Actividad del negocio – Pregunta 9*

<b>\$Actividad*\$Pregunta19*\$Ciudad tabulación cruzada</b>						
Ciudad		Pregunta 19 <sup>a</sup>			Total	
		De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo		
Baños	Actividad	Alojamiento	29	26	13	68
		Recreación	1	0	0	1
		Comidas y bebidas	34	33	17	84
		Intermediación	25	13	6	44
		Transporte	4	2	0	6
	Total		93	74	36	203
Puyo	Actividad	Alojamiento	3	6	5	14
		Recreación	2	3	0	5
		Comidas y bebidas	12	16	7	35
		Intermediación	5	1	0	6
		Transporte	1	1	0	2
	Total		23	27	12	62

**Análisis e interpretación**

Como se puede observar en la tabla anterior, en la ciudad de Baños 93 establecimientos señalaron que están de acuerdo en que la alcaldía o gobierno presten algún tipo de ayuda productiva o de comercialización, mientras en la ciudad del Puyo 23 negocios también están de acuerdo. Existe un dato importante que son las 101 pymes entre ambas ciudades que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo de recibir ayuda por parte del gobierno, este porcentaje está en duda, por lo cual se debe informar de una manera adecuada de como el estado puede aportar al desarrollo de sus negocios ya sea mejorando las vías de acceso a estas ciudad, publicidad a nivel nacional e internacional, etc.



## CAPÍTULO VI

### **Propuesta**

#### **Antecedentes**

Después de haber realizado el análisis respectivo en el capítulo V, se pudo observar que la mayoría de los establecimientos del sector turístico tanto de Baños como del Puyo no conocen acerca de los encadenamientos productivos, y también el porcentaje de mantener algún tipo de asociatividad no es tan representativo. Por este motivo se ha decidido realizar una propuesta de encadenamiento que sirva como un modelo de desarrollo al sector turístico de las dos ciudades, que sea aplicable y se acople a las necesidades para así poder mejorar la competitividad del sector.

Actualmente en el mundo empresarial, se puede observar que existen ciertos factores y modelos que se deben manejar para que las empresas puedan crecer, puedan ser mucho más competitivos, productivos y que busquen expandirse a nuevos mercados. Por tal motivo los expertos mencionan que uno de los modelos a desarrollarse para conseguir estos objetivos es el de formar encadenamientos productivos para que así se puedan ir uniendo entre varias empresas, las cuales, cada una cumplirá un proceso para generar el producto o servicio terminado, con el fin de brindar mayor satisfacción al cliente.

#### **Introducción**

El objetivo de este análisis es proponer un modelo de encadenamiento productivo que sirva como base a los distintos establecimientos que están inmersos dentro del sector turístico de Baños y el Puyo, con la finalidad de mejorar su competitividad, sus procesos productivos y

conseguir beneficios tanto económicos como sociales, y poder generar mayores fuentes de empleo.

### **Fundamentación de la propuesta**

Según Michael Porter para que las empresas, naciones, sector industrial lleguen al éxito; existen 4 factores determinantes que se detallan a continuación: (Espinoza, 2003)

**Condiciones de los factores:** Se denomina a la cantidad de recursos humanos, recursos naturales, infraestructura, conocimiento, etc. Estos elementos son heredados año tras año, los cuales permiten generar una ventaja competitiva frente a otras ciudades; en nuestro caso las ciudades de Baños y el Puyo tiene recursos naturales privilegiados que son de gran atractivo tanto para los turistas extranjeros y nacionales.

**Condiciones de la demanda:** Se refiere explícitamente a la demanda de los productos o servicios que el sector ofrece al cliente interno como externo; el sector turístico mantendrá un progreso continuo siempre y cuando los consumidores obliguen a mejorar los servicios prestados.

**Sectores de afines y de apoyo:** Este factor menciona específicamente a la presencia o ausencia de proveedores, los cuales permiten dinamizar la economía de la zona mediante la compra y venta de insumos los proveedores tendrán la capacidad de reducir el precio de su materia prima o productos para que las empresas puedan elaborar bienes y servicios de calidad.

**Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa:** Corresponde a las condiciones instauradas en el país respecto a la creación, organización y gestión de las empresas de un sector. Por otro lado la rivalidad entre establecimientos permite que la competencia entre ellas sea agresiva e innovadora, generando mayor calidad y menor precio, y también la expansión a mercados donde

no existen el servicio prestado, Una ventaja competitiva de gran importancia es la innovación que se puede llegar a generar por acaparar mayor mercado.

Existen otros 2 factores que están relacionados con los que mencionamos anteriormente que pueden afectar de una manera positiva o negativa al sector:

**Acontecimientos casuales:** Lo que caracteriza a esta variable es que está fuera del control de las empresas. Según (Morfle, 2013): “Frecuentemente estos elementos fortuitos están asociados a nuevos inventos, perfeccionamientos en las tecnologías básicas, acontecimientos políticos externos y cambios sensibles en la demanda de los mercados extranjeros”.

**Acción del Gobierno:** Según (Morfle, 2013): “Las políticas económicas, así como las decisiones y actuaciones de carácter gubernamental pueden mejorar o deteriorar la ventaja nacional”.

A continuación se detalla el modelo en el cual nos basaremos:



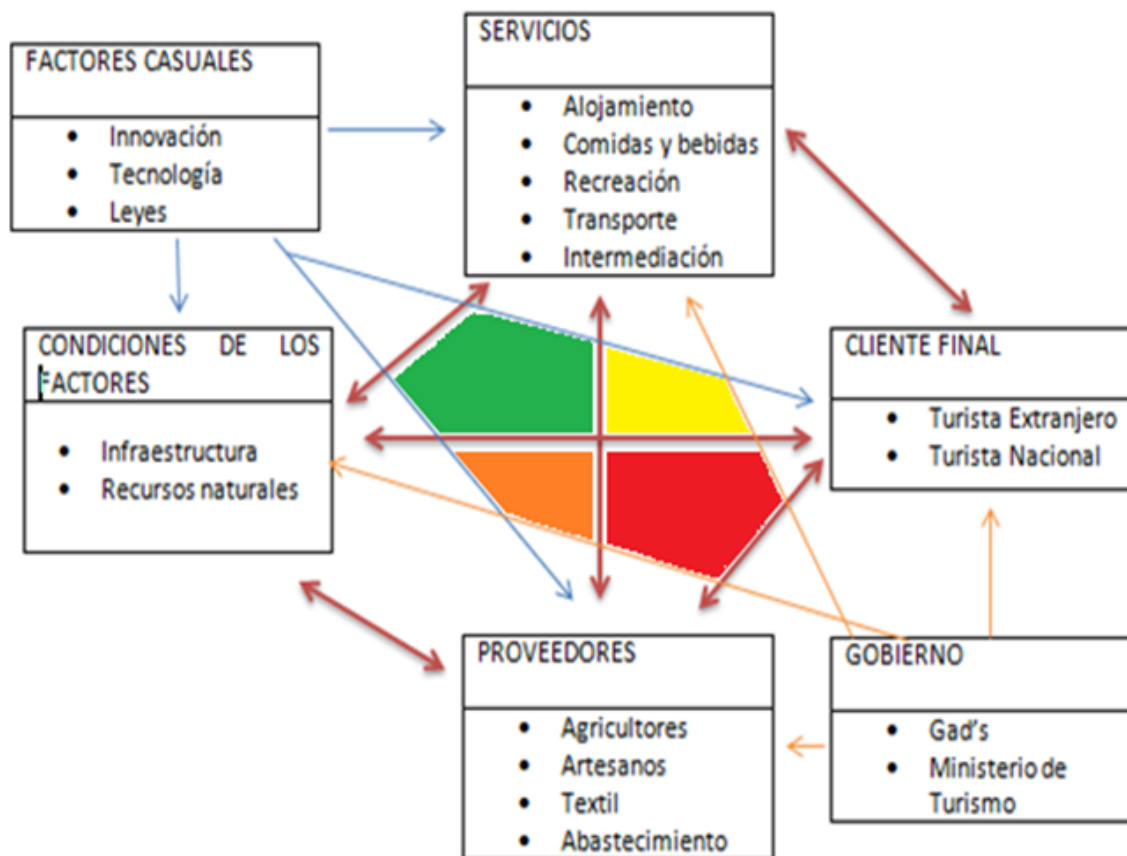
**Figura 32.** Diamante de Porter

Fuente: ( Morffe, 2013)

### Diseño de la propuesta

Para una adecuada estructura de un encadenamiento productivo, nos hemos basado en la teoría del diamante de Michael Porter, ya que mediante esta teoría nos permite reconocer los factores básicos determinantes de competitividad que tiene el sector turístico, y así posteriormente formar un encadenamiento acorde a las necesidades del sector, para lograr una mayor satisfacción a los turistas.

En el siguiente gráfico se muestra el encadenamiento productivo a proponer para todos los establecimientos estudiados en esta investigación



**Figura 33.** Propuesta del modelo de encadenamiento

Como podemos observar en el gráfico anterior se refleja el modelo propuesto de un encadenamiento productivo basándonos en el modelo de Diamante de Porter, donde los factores son determinantes para el éxito del sector turístico; este modelo está conformado desde los recursos naturales que posee cada ciudad hasta la entrega de un servicio de calidad a los visitantes.

A continuación detallaremos los actores quienes conforman el encadenamiento:

- Condiciones de los factores: Esta parte del diamante de Porter es importante porque son atributos o características heredadas a través del tiempo; en nuestro caso los recursos naturales que poseen ambas ciudades son únicas en el mundo, las cuales generan gran atractivo para su visita; por otro lado el personal capacitado que ofrece los distintos servicios que engloba el sector turístico continuamente se encuentra en mejora, esto es debido a las exigencias de los turistas que demandan servicios de calidad; la infraestructura de los distintos establecimientos dan una buena imagen y reputación con los visitantes.

- Proveedores: Son esenciales para que los establecimientos que ofrecen el servicio final sea de calidad; dentro de este grupo tenemos a los agricultores quienes suministran a los restaurantes de las ciudades estudiadas, los artesanos ofrecen sus productos elaborados a mano a los intermediarios los cuales serán los encargados de vender a los turistas, el sector textil de las ciudades elaboran los uniformes de presentación de las empresas, además confeccionan trajes especiales que se utilizan en los deportes extremos como el cayoning; y por último tenemos a los lugares de abastecimiento como los mercados, abarrotes, etc. Los cuales suministran los víveres de primera necesidad.

- Servicios: Engloba a los establecimiento de alojamiento, comidas y bebidas, intermediación, transporte y recreación; son de suma importancia porque serán los encargados de ofrecer los servicios especializados según al segmento que pertenece, también serán los encargados de dinamizar la economía de las ciudades estudiadas ya que demandarán los productos que ofrecen los proveedores permitiendo un círculo económico que fluya continuamente. Por otra parte estos establecimientos ofrecerán un servicio de calidad y precios competitivos gracias al encadenamiento que se crea entre todos los factores mencionados en el gráfico anterior.

- Cliente final: Tomamos en cuenta a ellos dentro del encadenamiento porque son los demandantes de los servicios ofertados y depende de su arribo a las ciudades de Baños y Puyo el ingreso económico para los distintos actores que están inmerso dentro del encadenamiento; por lo general se manejan estadísticas de visitas según temporadas y fechas festivas donde aumenta el ingreso de turistas.

- Factores casuales: Son de importancia porque las ciudades deben adaptarse a ellas, como en el caso de la tecnología, hoy en día todos los establecimiento deben contar con una red WiFi debido a que los clientes exigen como parte del servicio contratado; por otra lado la innovación de cada empresa depende de sí misma y generan valor agregado a su servicio prestado y por ultimo las leyes deben ser acatadas tanto por los visitantes y oferentes de servicios.

- El gobierno: Dentro del encadenamiento serán los encargados de promocionar los destinos turísticos de las ciudades estudiadas, esta actividad la realizarán entre los Ministerios de Turismo y los Gad's de Baños y el Puyo; además ellos invertirán en

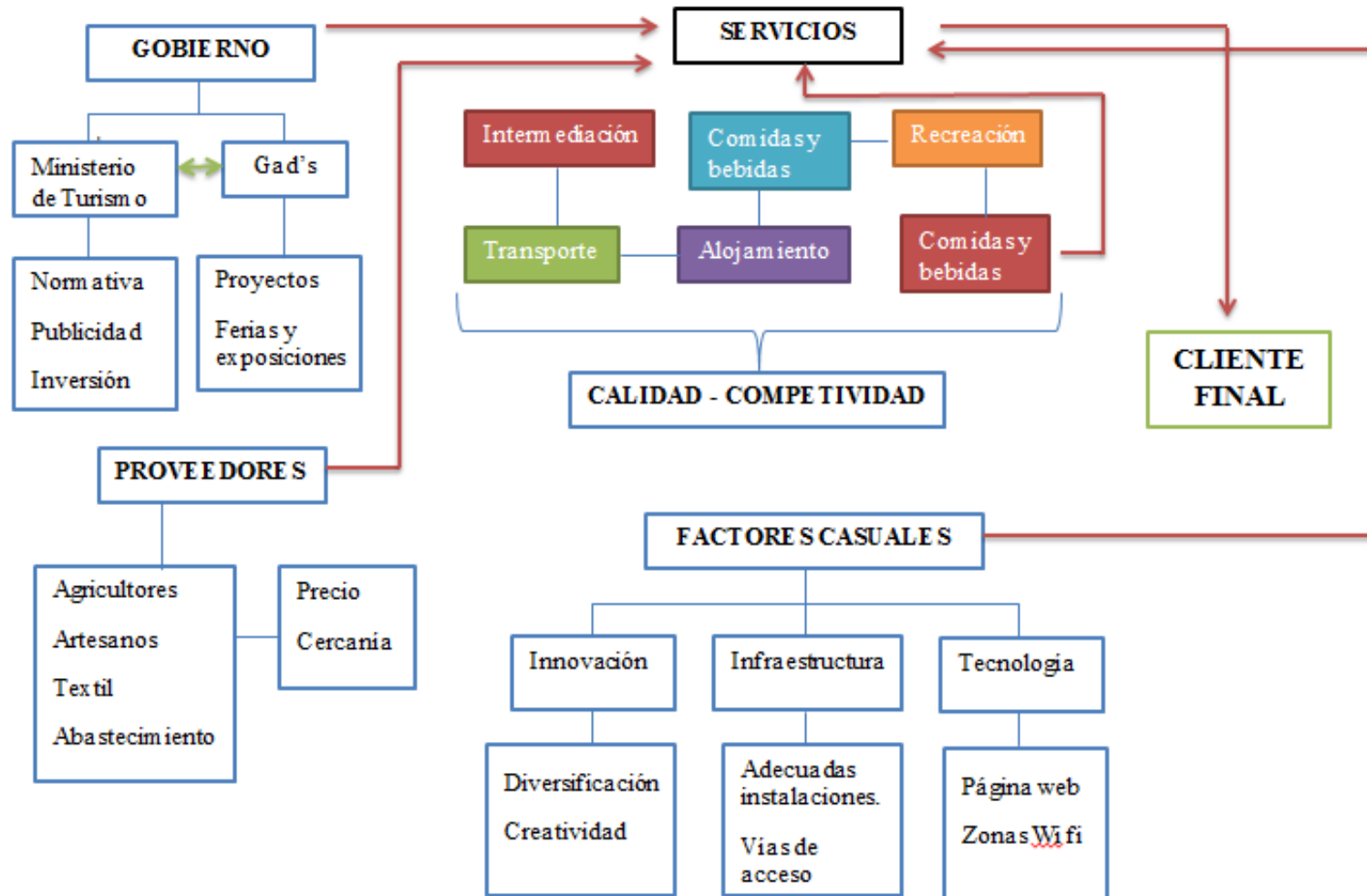
nuevos lugares turísticos, buenas vías de acceso, festivales, etc. El gobierno es una parte muy importante dentro del encadenamiento porque buscan que el sector turístico sea un aparte muy importante para el PIB del país.

### **Beneficios de la propuesta**

Los beneficios que pueden generarse al aplicar este modelo son varios:

- Aumenta la competitividad de todos los establecimientos inmersos dentro del encadenamiento.
- Ayuda a proporcionar servicios de calidad hacia los turistas.
- Permite la diversificación de la oferta.
- Incremento de plazas de trabajo dentro de las ciudades estudiadas.
- Acceso a mejores financiamientos.
- Disminución de costos.
- Posibilidad de nuevas inversiones para mejora de sus infraestructuras y sus tecnologías.

Como un valor agregado a la propuesta antes presentada también se planteará un encadenamiento productivo hacia adelante y hacia atrás, entre todos los establecimientos oferentes de servicios que engloba el sector turístico, los cuales permitan crear una mayor experiencia a los visitantes.



*Figura 34.* Modelo de encadenamiento propuesto



Como se puede observar en la figura anterior, es la propuesta de un modelo de encadenamiento productivo que funciona hacia atrás y hacia adelante, todos los aspectos se dirigen hacia la calidad del servicio que se oferta dentro del sector turístico, cada segmento debe especializarse sobre el servicio que están ofreciendo; es decir, los establecimientos de intermediación únicamente deberán preocuparse por elaborar paquetes turísticos que sean atractivos para los visitantes, el servicio de transporte deberá preocuparse por el estado de sus vehículos, pues la clientela la atraerá las pymes de intermediación y así sucesivamente con el resto de establecimientos.

A continuación detallaremos el funcionamiento de este modelo:

- Empieza desde los factores casuales que son la innovación, infraestructura y tecnología; ellos son de suma importancia para incrementar la competitividad de los servicios ofertados, porque son pequeños aspectos como tener adecuadas instalaciones, buenas vías de acceso, diversificación de la oferta, creatividad al momento de prestar los servicios, aumentar zonas wifi y páginas web, los que crean una experiencia inolvidable para los visitantes.
- Por otra parte tenemos a los proveedores de los establecimientos estudiados como los agricultores, artesanos, negocios textiles y lugares de abastecimientos; pues se determinó que la cercanía entre pymes y proveedores es uno de los principales factores determinantes para formar un encadenamiento; además los precios de traslados de materia prima son reducidos por lo cual el precio hacia el cliente final disminuye.

- El gobierno tiene un papel fundamental porque mediante su accionar se puede obtener un modelo ejemplar para otras ciudades del país, esto empieza desde la normativa que se establece para el sector turístico y empresarial, pues se debe incentivar a la formación de encadenamientos para obtener mayores beneficios hacia los establecimientos que la conforman. También serán los encargados de publicitar los destinos turísticos a través de ferias y exposiciones a nivel nacional e internacional. Por otra parte también pueden aportar desde sus instituciones bancarias para el financiamiento de nuevas inversiones en infraestructura y tecnología de las pymes.
- Los servicios que se ofertan a los turistas estarán sumamente ligados, pues su correcto funcionamiento generará grandes beneficios para ellos, elevará la calidad de sus servicios, incrementará la competitividad de la zona y establecimientos. Como se puede observar en los anteriores puntos, todos están direccionados hacia el servicio, todos están encadenados para brindar productos de excelencia

Desde el sector privado los encargados de ejecutar este modelo deben ser las pymes de intermediación, que al momento de ejercer esta propuesta tienen el compromiso de asociarse con los otros establecimientos, proveedores y buscar apoyo por parte del gobierno; ellos son los que ofertan paquetes turísticos y la asociación entre el resto de establecimiento les permitirá una mayor diversificación de la oferta y reducción de costos. También puede ser aplicado desde la Cámara de Turismo de ambas ciudades, estas agremiaciones ya posee socios los cuales pueden ser base para un encadenamiento

Por otra parte este modelo también puede ser aplicado por el gobierno nacional a través de los Gad's de cada ciudad, ellos pueden ser los encargados de formar los encadenamientos; primero

por medio de capacitaciones a todos los establecimientos que abarca el sector turístico, para generar interés hacia los propietarios y puedan formar parte de un encadenamiento; el gobierno podrá proporcionar publicidad a este tipo de asociaciones, mejorar las vías de acceso, promocionar ambos destinos, otorgar financiamiento a todos los establecimientos que estén inmerso, etc.


### **Financiamiento para la implementación de la propuesta**

Se puede decir que la aplicación de este modelo tiene un valor económico dependiente del ámbito o campos que el gobierno desee apoyar como en inversión y financiamiento; además también depende del gasto de cada establecimiento que quiera mejorar su infraestructura y tecnología los cuales permita brindar un servicio de calidad.

### **Precio propuesto al cliente final**

**Tabla 71**

*Precio del funcionamiento*

<b>Sin aplicación de la propuesta</b>			<b>Con aplicación de la propuesta</b>	
Transporte	9		Transporte	6
Comidas y bebidas	12	Comidas y bebidas	10	
Alojamiento	15	Alojamiento	10	
Recreación	20	Recreación	12	
Comidas y bebidas	12	Comidas y bebidas	10	
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	

## CAPÍTULO VII

### Conclusiones

- Son pocos los establecimientos que mantienen algún tipo de encadenamiento, pero en este caso los mismos gozan de una mayor competitividad frente al resto, los cuales están interesados en formar parte de una asociación, permitiéndonos proponer el diseño de un encadenamiento productivo.
- Una razón por la cual están relacionados el sector productivo con el turístico, es por la dinamización de la economía que existe entre los proveedores y productores de servicios turísticos en las ciudades estudiadas.
- Los distintos establecimientos tienen algún tipo de encadenamiento de una manera empírica, porque sus alianzas y asociaciones no están muy bien establecidas, pero las mismas han permitido ofrecer un servicio de calidad a los visitantes.
- La inversión realizada en el año 2015 tanto en infraestructura como en tecnología fue superior a la inversión del año 2016, originando una mayor competitividad de un año respecto a otro.
- El modelo base propuesto del encadenamiento productivo se lo realizó de acuerdo a las características y necesidades del sector turístico de las ciudades estudiadas, el cual posteriormente generará diversificación de la oferta.
- El pertenecer a un encadenamiento productivo tiene ciertas ventajas como aumentar su competitividad, incrementar sus ventas y mejorar su calidad de servicio, y por otro lado existen limitantes para la conformación como que las empresas no tengan el conocimiento adecuado sobre estos modelos y la falta de compromiso por parte de las mismas.

### **Recomendaciones**

- Concretar los encadenamientos productivos a través de la firma de documentos donde se estipule las condiciones de funcionamiento, los beneficios a obtener y las cláusulas de negociación entre los establecimientos que la conforman.
- Mantener las relaciones entre proveedores y productores de servicio para expandir la dinamización de la economía incluso con las ciudades cercanas a Baños y el Puyo.
- Difundir información relevante acerca de los encadenamientos productivos y capacitar a los dueños de los establecimientos sobre el mismo tema para atraer en gran número de pymes a un encadenamiento más formal.
- Los establecimientos deben realizar inversiones de acuerdo a los avances en la tecnología, al valor agregado a ofrecer, en innovación e infraestructura para ocasionar una mayor satisfacción en el cliente.
- Para ejecutar el modelo de encadenamiento productivo propuesto, se debe tener un grupo de establecimientos comprometidos y capacitados donde su único objetivo sea el desarrollo grupal.
- Realizar una página web, que serán administrados por los GAD'S de cada ciudad, en la cual puedan dar a conocer el funcionamiento de los encadenamientos, sus beneficios, y cuáles son las condiciones para formar parte de ellos.

## Bibliografía

- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson.
- Maldonado Quezada, V. (26 de Agosto de 2015). *Crónica Las noticias al día*. Obtenido de <http://www.cronica.com.ec/opinion/columna/columnista/item/7646-la-matriz-productiva>
- Morffe, A. (4 de Julio de 2013). *Marketing y gerencia estrategica*. Obtenido de <https://sobregerenciayempresa.blogspot.com/2013/07/modelo-del-diamante-de-porter.html>
- ABC, D. (s.f.). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/turismo.php>
- Acosta, J. (2015). La Formación de clusters turístico: caso ciudad de Santiago. *Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Andrés, S. (2017). *Economipedia*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2017, de <http://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Anzil, F. (18 de Julio de 2008). *Zona Económica*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2017, de <https://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- Arango, D. (6 de Marzo de 2014). Encadenamientos productivos, clave para conquistar mercados.
- Arikan, A. (2009). Interfirm knowledge exchanges and the knowledge creation capability of clusters. *Academy of Management Review*, 34.
- Banco Central. (2018). *Banco central*. Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=2>
- Banco Central. (2018). *Banco Central*. Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>
- Banco Central. (2018). *Banco Central*. Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=4>
- Banco Central. (2018). *Banco Central*. Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=1>

- Baños de Agua Santa. (s.f.). *Google Sites*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/ecuadorbanosdeaguasanta/home/ubicacion>
- Becerra, J. M. (s.f.). *Publicaciones Matemáticas*. Obtenido de [http://132.248.164.227/publicaciones/docs/apuntes\\_matematicas/34.%20Estadistica%20D%20escriptiva.pdf](http://132.248.164.227/publicaciones/docs/apuntes_matematicas/34.%20Estadistica%20D%20escriptiva.pdf)
- Begazo, J. (2004). *Gestión en el Tercer Milenio*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Begazo, J. (2004). *La competitividad y los clusters como elemento de desarrollo del país*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Boletín trimestral. (2016). *Banco Central*. Obtenido de [https://issuu.com/ecuadortravelinvestigacion/docs/boletin\\_estadisticas\\_turisticas\\_201](https://issuu.com/ecuadortravelinvestigacion/docs/boletin_estadisticas_turisticas_201)
- Butler, J. (1986). *Geografía económica: aspectos espaciales y ecológicos de la actividad*. México: Editorial Limusa.
- Caiza, R., & Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano. 19.
- Caja de Herramientas Comunitarias. (2017). *Caja de Herramientas Comunitarias*. Obtenido de <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/sostener/mercadeo-social/segmentar-el-mercadeo/principal>
- Camara de Comercio de Bucaramanga. (2017). *Cluster Santander*. Obtenido de <http://clustersantander.com/cluster-turismo/index.php>
- Cámara Nacional de Comercio, S. y. (s.f.). *CNC*. Obtenido de <http://www.cnc.cl/comite-turismo/>
- Cardenas, J. (6 de 11 de 2015). *Networkianos*. Obtenido de <http://networkianos.com/anova-de-un-factor-que-es-como-analizar/>
- Carolina, B. (2014). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/59-ventaja-comparativa>
- Castellanos, & Castellanos. (2013). Elementos críticos para la evaluación del potencial de las regiones para la formación de cluster turísticos. *Estudios y Perspectivas en turismo*, 452.

- Chudnovsky, & Porta. (1990). La competitividad internacional, principales cuestiones conceptuales y metodológicas.
- Club Planeta. (2012). *Trabajo.com*. Obtenido de [http://www.trabajo.com.mx/significado\\_de\\_una\\_agencia\\_de\\_viajes\\_y\\_su\\_labor.htm](http://www.trabajo.com.mx/significado_de_una_agencia_de_viajes_y_su_labor.htm)
- Cluster Turismo de Galicia. (2014). *Cluster Turismo de Galicia*. Recuperado el 6 de Febrero de 2018, de <http://clusterturismogalicia.com/cluster/>
- Clúster Turismo de Galicia. (2014). *Cluster turismo de Galicia*. Recuperado el 6 de Febrero de 2018, de <http://clusterturismogalicia.com/cluster/>
- Dalles, P. (23 de Octubre de 2012). *Color abc*. Obtenido de Color abc: <http://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/escolar/el-turismo-y-sus-antecedentes-historicos-468250.html>
- Diccionario de economía. (2016). *elEconomista.es*. Obtenido de <http://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/inflacion>
- Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. (2010). *DIRECON*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <https://www.direcon.gob.cl/preguntas-frecuentes/asociatividad/>
- Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. (s.f.). *DIRECON*. Obtenido de <https://www.direcon.gob.cl/preguntas-frecuentes/asociatividad/>
- Economía, E. d. (2009). *La Enciclopedia de Economía*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <http://www.economia48.com/spa/d/ventaja-comparativa/ventaja-comparativa.htm>
- Economipedia. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/balanza-comercial.html>
- Economipedia. (25 de Febrero de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>
- Ecuador travel. (2014). *Ecuador travel*. Obtenido de <https://ecuador.travel/es/descarga/mapa-de-tungurahua/>
- Ecuatoriano, C. d. (s.f.). *CCEC*. Obtenido de <http://www.ecucanchamber.org/index.php/comite-de-turismo>
- El Comercio. (24 de Enero de 2014). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/cartas/matriz-productiva.html>



- El Comercio. (2016). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/opinion/editorial/riesgo-pais-standardpoors-calificacion-ecuador.html>
- El Comercio. (14 de Diciembre de 2017). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-crecimiento-2017-2018-cepal.html>
- Espinoza, H. (2003). *Clusters: Teoría y Desarrollo*. Santiago.
- Fernandez, & Narvaez. (2011). Asociatividad empresarial. *Visión Gerencial*, 296.
- Fernández, & Narváez. (2011). Asociatividad empresarial. *Visión Gerencial*, 296.
- Flores, D. (2008). *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos. Un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas*. Edición electrónica gratuita.
- Galeano, M. (2004). *Diseño de Proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo editorial Universidad Eafit.
- García, Y., Lozano, C., & Prieto, G. (2000). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. (L. Arevalo, Ed.) Santa fé de Bogota, Provincia, Colombia: Irwin McGraw - Hill.
- GestioPolis. (30 de 11 de 2013). *GestioPolis*. Obtenido de Conceptos y Herramientas de Contabilidad y Finanzas: <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/no7/tasa%20activa.htm>
- Glosarios. (22 de Mayo de 2012). *Glosarios* . Obtenido de <https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/balanza-turistica>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Baños de Agua Santa. (2015). *Preventionweb*. Recuperado el 1 de Febrero de 2018, de <https://www.preventionweb.net/applications/hfa/lgsat/en/image/href/8516>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Baños. (2014). *Municipio de Baños*. Obtenido de [http://www.municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2018/marzo2018/PLAN\\_DE\\_DESARROLLO\\_Y\\_ORDENAMIENTO\\_TERRITORIAL.pdf](http://www.municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2018/marzo2018/PLAN_DE_DESARROLLO_Y_ORDENAMIENTO_TERRITORIAL.pdf)
- Gomez, R. (7 de Septiembre de 2017). *Organización Mundial del Turismo OMT*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-09-08/turismo-internacional-2017-presenta-los-mejores-resultados-semestrales-de-l>

- Greiff, M. d. (5 de Mayo de 2014). *Portafolio*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/coyuntura-cluster-plataformas-competitividad-52386>
- Grupo Banco Mundial. (15 de Octubre de 2014). *Indicadores y Datos de Banco Mundial*. Obtenido de Tasa de Interés Activa: <http://datos.bancomundial.org/indicador/FR.INR.LEND>
- Guia Puyo. (2017). *Guia Puyo*. Obtenido de <https://guiapuyo.com/informacion-general/>
- Haguenaer, J. (1990). *La competitividad: una reseña bibliográfica con énfasis en el caso brasileño*. Madrid: Sociedad Estatal Quinto.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill/ Interamericana Editores. S.A. DE C.V.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta ed.). Iztapalapa, México: Mc Graw Hill.
- Hirschamn. (1957). *The strategy of Economic Develoment*. New Haven: Yale University.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/Proyecciones\\_Poblacionales/proyeccion\\_cantonal\\_total\\_2010-2020.xlsx](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/proyeccion_cantonal_total_2010-2020.xlsx)
- Liendo, M., & Martinez, A. (Noviembre de 2001). *Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía* . Recuperado el Noviembre de 2017, de [https://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuertas/Liendo,%20Martinez\\_asociatividad.pdf](https://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuertas/Liendo,%20Martinez_asociatividad.pdf)
- Livi, M. (2007). *Introducción a la Demografía*. Ariel Historia.
- Lorette, K. (2018). *Cuida tu dinero*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/un-analisis-situacional-de-un-plan-estrategico-de-marketing-4354.html>
- Lozano, M. (2012). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las pymes. *SCIELO*, 176.
- Marin, A. L. (07 de Marzo de 2008). *Métodos y Estrategas de Investigación*. Obtenido de <https://metinvestigacion.wordpress.com/2008/03/07/clasificacion-de-la-investigacion/>
- Marshall, A. (1920). *Principios de la Economía*.

- Mason, R., Lind, D., & Marchal, W. (2003). *Estadística para Administración y Economía*. Mexico: Alfaomega.
- Ministerio de Salud Pública. (2014). *Coordinación Zona 3 de Salud*. Obtenido de <http://hgp.gob.ec/index.html/images/documentos/normas/Plan%20Emergencias%20y%20Desastres%20HPUYO2014-Octubre.pdf>
- Ministerio de Salud Pública. (Octubre de 2014). *Hospital General Puyo*. Obtenido de <http://hgp.gob.ec/index.html/images/documentos/normas/Plan%20Emergencias%20y%20Desastres%20HPUYO2014-Octubre.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Proyecto Ruta del Libertador - Ministerio de Turismo*. Recuperado el 17 de Enero de 2018, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Ministerio de Turismo. (21 de Abril de 2017). *Turismo en Cifras*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/servicios-turisticos/247>
- Ministerio del Turismo Ecuador. (2000). *Plan nacional de competitividad turística del Ecuador*. Quito.
- Morfle, A. (3 de Julio de 2013). *Marketing y Gerencia Estratégica*. Obtenido de <https://sobregereciayempresa.blogspot.com/2013/07/modelo-del-diamante-de-porter.html>
- Morgade, A. (29 de Septiembre de 2017). *BBC MUNDO*. Recuperado el 16 de Enero de 2018, de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-41428239>
- Novoa Tamayo. (2009). *Repositorio ESPE*. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/2/T-ESPE-021513-2.pdf>
- OMT. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. UNWTO, 2.
- OMT, O. M. (s.f.). *UNWTO*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Orellana, L. (2001). *Estadística Descriptiva*.
- Orozco, M. (16 de Enero de 2018). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/desempleo-reduccion-ecuador-diciembre-2017.html>

- Pacheco, & Vega. (2017). Una crítica al paradigma de desarrollo regional mediante clusters industriales forzados. *Redalyc*.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2009). *Definición.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/oferta/>
- Peréz, J., & Gardey, A. (2009). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/pyme/>
- Pietrobelli, C., & Rabellotti, R. (2004). Upgrading in Clusters and Value Chains.
- Porter, M. (1985). *Ventaja competitiva: Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. Ediciones Piramide.
- Porter, M. (1990). *Ventaja Competitiva de la Naciones*.
- Practical Team. (2015). *Practical Team*. Obtenido de <http://www.practicalteam.com/blog/analisis-de-las-capacidades/>
- Productividaad, M. d. (11 de Abril de 2014). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/se-presento-programa-ecuador-compra-ecuador-estrategia-para-fortalecer-encadenamientos-productivos/>
- Productividad, M. d. (2014). Encadena Ecuador. Octubre.
- Productividad, M. d. (11 de Abril de 2014). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/se-presento-programa-ecuador-compra-ecuador-estrategia-para-fortalecer-encadenamientos-productivos/>
- Ramos, J. (1998). Una estrategia de desarrollo a partir de los complejos productivos en torno a los recursos naturales. *CEPAL*, 105-125.
- Reglamento Unión Europea. (26 de Junio de 2014). *Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado* . Obtenido de <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2014-81403>
- Rifai, T. (20 de Julio de 2016). *Hosteltur*. Obtenido de [https://www.hosteltur.lat/138000\\_turismo-internacional-crece-7-sudamerica-america-central.html](https://www.hosteltur.lat/138000_turismo-internacional-crece-7-sudamerica-america-central.html)
- Rodríguez Delgado, Z. M. (Julio de 2015). *utpl.edu.ec*. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/12595/1/RODRIGUEZ%20DELGADO%20ZAIRE%20MABEL.pdf>
- Rodriguez, R. (2008). Micro-Cluster Turístico. *Revista de Estudios Empresariales*, 74.
- Rosales, R. (1997). *La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PYMES*. Texas.

- Ryder, G. (13 de Mayo de 2013). *Telegrafo*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/1/economia-popular-y-solidaria-tercer-sector-economico>
- Sáez, A. (2009). Los Micro.clusters Turisticos. *Semestre Economico*, 62.
- Salazar, A. (1999). *Ministerio de Comercio Exterior*. Colombia.
- Salgado, J. G. (2007). *Repositorio ESPE*. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
- Sanz, C. (2015). *Foro Capital Pymes*. Obtenido de <http://forocapitalpymes.com/ventaja-competitiva/>
- SENPLADES. (2012). *Planificación.gob.ec*. Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)
- Shirley, B. (2009). Encadenamientos productivos y clusters:una estrategia para fortalecer las microy pequeñas empresas del turismo rural. *Redalyc*, 130.
- Social, Ministerio de Inclusión Económica y Normas de la EPS. (Octubre de 2014). Ley de Economía Popular y Solidaria. Pichincha, Ecuador.
- Soto, B. (2015). *Gestion. Org*. Obtenido de <https://www.gestion.org/que-son-las-pymes/>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2015). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/noticia?conoce-la-eps>
- Thompson, I. (Julio de 2009). *Promonegocios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Turismo, M. d. (03 de Enero de 2018). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/el-gobierno-estimula-el-crecimiento-economico-y-el-beneficio-del-consumidor-con-la-adopcion-de-la-politica-de-cielos-abiertos/>
- Varisco, C. (2007). Iniciativas de Desarrollo Local . *Aportes y Transferencias*, 34.
- Villalobos, J. (4 de Junio de 2012). *Coyuntura Económica*. Obtenido de <https://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- Vizcaino , P. (17 de Febrero de 2011). *INTWITIVAS*. Obtenido de Los Clusters aplicados al Turismo: <https://intwitivas.wordpress.com/2011/02/17/los-clusters-aplicados-al-turismo/>

