



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Título**

“Factores determinantes de competitividad de las PYMES dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la Parroquia Cojimíes-Cantón Pedernales”

**AUTOR:**

Vera Calle Garyk Joshue

**TUTOR:**

Ing. Juan Moreira, Mg

**Facultad de Ciencias Administrativas  
Carrera Ingeniería Comercial**

Manta, 05 de agosto 2022

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría del estudiante Vera Calle Garyk Joshue, legalmente matriculado/a en la carrera de Ciencias Administrativas, período académico 2021-2022, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de licenciado, cuyo tema del es "**Factores determinantes de competitividad de las PYMES dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la Parroquia Cojimíes-Cantón Pedernales**".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, 02 de agosto de 2022.

Lo certifico,



Mg. Juan Alberto Moreira Roca  
**Docente Tutor(a)**  
**Área: Administración de Empresa**

# CERTIFICADO DE URKUND



## Document Information

<b>Analyzed document</b>	Proyecto de Investigación TESIS. Garyk Joshue Vera Calle.docx (ID142635894)
<b>Submitted</b>	2022-08-03 18:41:00
<b>Submitted by</b>	
<b>Submitter email</b>	e1313940031@live.uleam.edu.ec
<b>Similarity</b>	3%
<b>Analysis address</b>	juan.moreira.uleam@analysis.orkund.com

## Sources included in the report

<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6805/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-326.pdf">http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6805/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-326.pdf</a> Fetched: 2022-08-03 18:41:00
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40824/1/T-MARTINEZ%20PARRALES%20JOHANA.pdf">http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40824/1/T-MARTINEZ%20PARRALES%20JOHANA.pdf</a> Fetched: 2022-08-03 18:42:00
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47353/1/TESIS%20DIANA%20BALSECA%2015.11.2016.pdf">http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47353/1/TESIS%20DIANA%20BALSECA%2015.11.2016.pdf</a> Fetched: 2022-08-03 18:41:00
<b>W</b>	URL: <a href="https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2012/3.20.pdf">https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2012/3.20.pdf</a> Fetched: 2022-08-03 18:42:00
<b>W</b>	URL: <a href="https://guiasbus.us.es/c.php?g=4088866p=2785347#~:text=Emprendimiento%20%252F%20Emprendedor%20%252F%20Iniciativa%20emprendedora%20%252F%20Innovaci%C3%B3n&amp;text=Desde%20e%20punto">https://guiasbus.us.es/c.php?g=4088866p=2785347#~:text=Emprendimiento%20%252F%20Emprendedor%20%252F%20Iniciativa%20emprendedora%20%252F%20Innovaci%C3%B3n&amp;text=Desde%20e%20punto</a> Fetched: 2022-08-03 18:42:00
<b>W</b>	URL: <a href="https://issuu.com/marabiertouleam/docs/memoria_congreso_innovacion_tomo_un">https://issuu.com/marabiertouleam/docs/memoria_congreso_innovacion_tomo_un</a> Fetched: 2022-08-03 18:42:00
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9278/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-442.pdf">http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9278/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-442.pdf</a> Fetched: 2022-08-03 18:43:00

## Entire Document

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ  
 PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
 DE LICENCIADO  
 EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título  
 "Factores determinantes de competitividad de las PYMES dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la Parroquia Cojímies-Cantón Pedernales"

AUTOR: Vera Calle Garyk Joshue  
 TUTOR: Ing. Juan Moreira, Mg  
 Facultad de Ciencias Administrativas Carrera Ingeniería Comercial  
 Maísta, 2022

CERTIFICACIÓN  
 DEL  
 TUTOR

En  
 calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:  
 Haber dirigido y revisado el trabajo  
 de investigación, bajo la autoría del estudiante Vera Calle Garyk Joshue, legalmente matriculado/a en la carrera de Ciencias Administrativas, periodo académico 2021-2022, cumpliendo el total  
 bajo la opción de titulación de licenciado, cuyo tema del es:

Factores  
 determinantes de competitividad de las PYMES dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la Parroquia Cojímies-  
 Cantón Pedernales"

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos  
 los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar: 02 de agosto de 2022. Lo certifico,  
 Mg. Juan Alberto Moreira Roca Docente Tutor(a)

a)  
 Área:  
 Administración  
 de Empresa

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN POR EL TRIBUNAL  
 CERTIFICADO DE URKUND  
 DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Vera Calle Garyk Joshue, declaro ser la responsable y única autor del presente trabajo  
 investigativo de  
 titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, mismo que lleva por título: "  
 Factores determinantes de competitividad de las PYMES dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la Parroquia Cojímies-Cantón Pedernales",  
 las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias, son exclusivas responsabilidad de mi autoría  
 y autorizo a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, para que hagan del presente, el uso que estimen pertinente.

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Vera Calle Garyk Joshue, declaro ser la responsable y única autor del presente trabajo investigativo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, mismo que lleva por título: **“Factores determinantes de competitividad de las PYMES dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la Parroquia Cojimíes-Cantón Pedernales”**, las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias, son exclusivas responsabilidad de mi autoría y autorizo a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, para que hagan del presente, el uso que estimen pertinente.

Manta, 26 de Julio del 2022

## **APROBACIÓN DEL PROYECTO**

El tribunal de Grado aprueba el trabajo de graduación, sobre el tema: **“Factores determinantes de competitividad de las PYMES dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la Parroquia Cojimíes-Cantón Pedernales”**, elaborado por el joven, Vera Calle Garyk Joshue, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas.

---

**Presidente del Tribunal**

**ING. Marcillo Pin Karla Rosanna**

---

**Miembro del Tribunal 1**

**ECO. Alarcon Chavez Cesar Raul**

---

**Miembro del Tribunal**

**ING. Cano Lara Evelyn Dyann PhD**

## DEDICATORIA

A Dios por bendecirme con mi familia.

A mis padres Leodan Vera y Petita Calle.

Este logro se los dedico a ellos, a mi papá por significar la capacidad de progresar cuando no se tiene nada por ser esa inspiración de salir adelante a pesar de todos los obstáculos que se te presenten en el camino, a mi mamá por ser sinónimo de perseverancia y constancia también de apoyo por eso les dedico este que es su título de profesional.

A mis hermanos

Por hacerme ser ejemplo de progreso en la vida para ellos y así convertirme en mejor ejemplo para ellos que van a ser futuros profesionales y esperanzado yo a que sean aun mejores que mí.

A mi tutor de tesis

A Ing. Juan Moreira Roca, Mg por ser parte de este proceso, un pilar fundamental para seguir con mi camino dentro de un proceso direccionado a la excelencia, ¡¡que no mejor Profesor puede tener un estudiante¡¡ y más aún que sea el que me dé la aportación para mi titulación ¡Gracias ¡

***Vera Calle Garyk Joshue***

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres Leodan Vera y Petita Calle.

Por el emblemático motivo de ser parte de su familia, por el hecho de no haber desistido nunca en el apoyo incondicional que los padres llevan a sus hijos, por los ejemplos de perseverancia y constancia que los describen a ambos, por ser ese pilar fundamental que todo hijo, estudiante y profesional necesita para salir adelante por esto y muchas cosas más les agradezco haberme traído hasta acá.

A mis familiares.

Por ser parte de ese proyecto por el cual ya han pasado y ahora les tocaba de direccionadores de otro futuro profesional que se formaría, así forman parte incondicional del apoyo que todo ser necesita más cuando el esfuerzo es necesitado y desinteresado.

A mis Profesores.

Los que fomentaron la amistad detrás de una materia para que los conocimientos ejercieran a un excelente profesional, a los que continúan y a los que nos dejaron y así mismo todos forman parte de un rompecabezas infinito de conocimiento y agradecimiento eterno les agradezco de todo corazón.

***Vera Calle Garyk Joshue***

## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	i
CERTIFICADO DE URKUND .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
APROBACIÓN DEL PROYECTO.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICAS.....	x
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT.....	xii
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Diseño Teórico .....	2
1.1.1    Formulación del Problema.....	2
Conceptualización Macro .....	2
Conceptualización Meso .....	3
Conceptualización Micro .....	4
1.1.1.1    Problema General .....	4
1.1.1.2    Problemas Específicos.....	4
1.1.2    Objeto y Campo de Acción.....	5
1.1.3    Objetivos .....	5
1.1.3.1    Objetivo General.....	5
1.1.3.2    Objetivo Específico.....	5
1.1.3.3    Definición de variables.....	6
1.1.3.4    Operacionalización de las variables .....	6
1.1.3.5    Matriz de Consistencia.....	8
1.2    Diseño Metodológico.....	10
1.2.1    Alcance .....	10
1.2.2    Diseño .....	10
1.2.3    Población y Muestra .....	11
1.2.4    Instrumento de Medición y Recolección de Datos .....	12
<b>1. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>

1.1	Antecedentes de la Investigación .....	13
1.1.1	Artículos Científicos .....	13
1.1.2	Tesis Doctorales .....	16
1.1.3	Libros.....	18
1.2	Bases Teóricas.....	21
1.2.1	Competitividad.....	21
1.2.2	Qué son las Pymes .....	21
1.2.3	Las Pymes en Ecuador.....	21
1.2.4	Ranking de las Compañías Según el Tamaño de la Empresa .....	22
1.2.5	Características de la Pymes Turísticas.....	22
1.2.6	Direccionalidad .....	23
1.2.7	Retroalimentación.....	23
1.2.8	Incidencia .....	23
1.2.9	Proveedores .....	23
1.2.10	Emprendedor .....	23
2.	METODOLOGÍA .....	25
2.1	Tabulación, Análisis e interpretación de la información.....	25
2.2	Marco administrativo.....	42
2.2.1	Recursos .....	42
2.2.2	Institucionales .....	42
2.2.3	Humanos .....	42
2.2.4	Materiales .....	42
2.2.5	Económicos .....	43
3.	DISEÑO DE LA PROPUESTA .....	44
3.1	Propuesta.....	44
3.2	Generalidades .....	44
3.3	Objetivos .....	44
3.3.1	Objetivo General .....	44
3.3.2	Objetivo Específico.....	44
3.4	Importancia de la propuesta.....	45
3.5	Justificación de la propuesta.....	45
3.6	Desarrollo de la propuesta.....	45
4.	CONCLUSIONES.....	48

5. RECOMENDACIONES.....	49
6. BIBLIOGRAFÍA.....	50
7. ANEXOS.....	53

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de las variables.....	7
<b>Tabla 2</b> Matriz de Consistencia.....	8
<b>Tabla 3</b> Sexo de los gerentes y administradores.....	25
<b>Tabla 4</b> Servicios tecnológicos.....	26
<b>Tabla 5</b> Adquisición de los insumos.....	27
<b>Tabla 6</b> Sistema de redes comerciales.....	28
<b>Figura 7</b> Servicios de comida.....	29
<b>Tabla 8</b> La comunicación entre el sector de alojamiento y servicio de comida.....	30
<b>Tabla 9</b> Competencia de los productos, ventas, precios.....	31
<b>Tabla 10</b> Comunicación entre la administración del sector de alojamiento y servicio de comida.....	32
<b>Tabla 11</b> Estrategias para el crecimiento del sector hotelero y servicios de comida.....	33
<b>Tabla 12</b> Gestión publicitaria del GAD.....	34
<b>Tabla 13</b> Estrategias de marketing.....	35
<b>Tabla 14</b> Recursos tecnológicos.....	36
<b>Tabla 15</b> Publicidad para alentar al turismo.....	37
<b>Tabla 16</b> Mejora continua.....	38
<b>Tabla 17</b> Estrategias de competitividad.....	39
<b>Tabla 18</b> Estrategias para la reactivación económica.....	40
<b>Tabla 19</b> Los procesos del GAD.....	41
<b>Tabla 20</b> Número de materiales, servicios y equipos utilizados.....	42
<b>Tabla 21</b> Número de recursos económicos utilizados y sus precios.....	43

<b>Tabla 22</b> Desarrollo de la propuesta.....	46
---	----

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

<b>Figura 1</b> Sexo de los gerentes y administradores.....	25
<b>Figura 2</b> Servicios tecnológicos .....	26
<b>Figura 3</b> Adquisición de los insumos.....	27
<b>Figura 4</b> Sistema de redes comerciales .....	28
<b>Figura 5</b> Servicios de comida .....	29
<b>Figura 6</b> La comunicación entre el sector de alojamiento y servicio de comida .....	30
<b>Figura 7</b> Competencia de los productos, ventas, precios .....	31
<b>Figura 8</b> Comunicación entre la administración del sector de alojamiento y servicio de comida .....	32
<b>Figura 9</b> Estrategias para el crecimiento del sector hotelero y servicios de comida .....	33
<b>Figura 10</b> Gestión publicitaria del GAD.....	34
<b>Figura 11</b> Estrategias de marketing.....	35
<b>Figura 12</b> Recursos tecnológicos.....	36
<b>Figura 13</b> Publicidad para alentar al turismo .....	37
<b>Figura 14</b> Mejora continua .....	38
<b>Figura 15</b> Estrategias de competitividad.....	39
<b>Figura 16</b> Estrategias para la reactivación económica.....	40
<b>Figura 17</b> Los procesos del GAD.....	41

## RESUMEN

Los estudios Sectoriales están citados en una publicación de la Dirección Nacional de Investigación y estudios de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador, estos como apoyos, como herramienta para los investigadores y a la sociedad en general, de tal manera que puedan conocer cómo se encuentra un sector económico en diferentes panoramas en los que aborda la investigación.

Dentro de este resumen ejecutivo se analiza de manera descriptiva el panorama financiero, crediticio, laboral y de competencia en la que operan las diferentes empresas que forman parte del sector de alojamiento y servicios de comidas en la parroquia Cojimíes cantón Pedernales en el Ecuador. La información que se ha utilizado para la realización de este estudio ha sido obtenida desde el Ranking de Empresas publicado por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros desde su portal web ([www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)).

**Palabras claves:** Economía, sectoriales, servicios.

## ABSTRACT

Sectoral studies are cited in a publication of the National Directorate of Research and studies of the Superintendence of Companies, Securities and Insurance of Ecuador, these as support, as a tool for researchers and society in general, in such a way that they can know how An economic sector is found in different scenarios in which the research addresses.

Within this executive summary, the financial, credit, labor and competition panorama in which the different companies that are part of the lodging and food services sector in the parish of Cojimíes canton Pedernales in Ecuador operate is descriptively analyzed. The information that has been used to carry out this study has been obtained from the Ranking of Companies published by the Superintendence of Companies, Securities and Insurance from its web portal ([www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)).

**Keywords:** Economy, sectoral, services.

## 1. INTRODUCCIÓN

El estudio de los factores determinantes de la competitividad se ha convertido en uno de los temas de investigación cada vez más y más trascendente dentro de un enfoque evolutivo, no solo entre los académicos sino también entre las organizaciones. La importancia de este tema radica en que puede ser analizada desde diversas perspectivas y revelar parte de la competitividad que se genera en una organización.

Existen numerosas definiciones sobre la competitividad desde el nivel empresa, hasta el nivel de países. En el incremento demográfico de nuestra población, una de las más importantes y complejas es la competitividad sistémica, la cual, analiza desde los niveles macroeconómicos, políticas de desarrollo económico, factores culturales y sociales, desde el nivel empresa hasta escala industria.

El primer objetivo del presente trabajo consiste en determinar los factores determinantes de competitividad en las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales, además de también determinar cuál es el nivel de competitividad a nivel empresarial o micro de las pymes; mientras que el segundo consiste en determinar qué es lo más influyente sobre tal nivel de competitividad, para lo cual, se plantean un proyecto investigativo al nivel de competitividad de las mismas. Para alcanzar dichos objetivos y responder a tales interrogantes.

Establecer los importantes factores que deben ser gestionados para generar una ventaja competitiva imperecedera, así como relacionar estos con los indicadores que permitan a los empresarios y comerciantes señalar que han alcanzado sus objetivos.

## 1.1 Diseño Teórico

### 1.1.1 *Formulación del Problema*

El sector de alojamiento y servicio de comidas, es una industria que está compuesta por dos subsectores: las actividades de alojamiento; las de servicio de alimentos y bebidas.

El problema radica a las expectativas que el cliente tiene acerca del alojamiento temporal, sobre el abastecimiento de comidas y bebidas para su consumo.

El no considerar factores como imagen, calidad y presentación es un error común acogido por todas las PYMES, sé que los sectores o ambientes industriales son un espacio donde hay competencia entre empresas y esto es lo que crea la riqueza de las naciones. Afirmó que para que las empresas puedan competir y elegir su lugar en el mercado, deben considerar dos aspectos: el atractivo de la industria en la que pretenden ingresar (cuando se trata de una nueva empresa comercial, etc.) y los fundamentos de la producción. Ambos son constantemente dinámicos, por lo que las empresas pueden mejorar o empeorar su posición en función de las estrategias competitivas que elijan.

Según Aragón et al ( 2003) indica que, “Para evitar esta problemática las PYMES se deben a la determinación de la postura que se tomarán, se debe proponer el análisis de cinco factores que constituyen la competencia y determinar qué tan rentable pueden ser”.

Estos cinco factores son “nuevos competidores que ingresan al mercado, riesgo de productos sustitutos, poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores y competencia”.

### *Conceptualización Macro*

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) son parte sustancial del crecimiento del Ecuador y del mundo, tanto económico y el empleo. Son aproximadamente el 90% de las

empresas y su importancia social, su influencia política y su impacto económico se considera similar al de las grandes empresas.

La finalidad es que se conozcan los factores de competencia dentro de las pymes dedicadas a las actividades de dotación de servicios de alimentación (Restaurantes, comida rápidas), su adaptación a Los cambios y la globalización con los avances tecnológicos a lo largo del tiempo.

En la economía global actual, la Inteligencia Competitiva (CI) es un factor importante para mejorar la posición de mercado de empresas.

En las últimas décadas, se ha determinado a la competitividad como el término que está ligada de manera muy estrecha con las innovaciones y los avances tecnológicos dentro de la globalización; ya que estos dos factores se han establecido como cruciales dentro de la organización para poder generar su nivel de sobrevivencia y competencia al rigor de tener preferencia competitiva.

### ***Conceptualización Meso***

En las últimas décadas el turismo ha sido considerado como fuente de oportunidad dentro de la provincia de Manabí, que reflejan potencial para impulsar la sociedad y el desarrollo económico. Las sectorizaciones de las PYMES dinamizan la economía y así se generan nuevas plazas de trabajos, con la ayuda de políticas y estrategias que colaboran con el crecimiento aun mayoritario del nivel competitivo que tiene la provincia.

Este estudio de competitividad de las PYMES es considerado como muy relevante en los sectores de alojamiento y servicios de comidas, debido al desconocimiento de la situación actual dentro del mercado competitivo que lo engloba, debido a las grandes empresas que tienen como su actividad el alojamiento y servicios de comidas, y que no se tiene un marco general nacional donde se conlleven normativas en un crecimiento y permanencia dentro del sector.

### ***Conceptualización Micro***

El Cantón Pedernales es un territorio de 1965,98 km<sup>2</sup> ubicado en la parte norte de la Provincia de Manabí, administrado por un gobierno municipal autónomo descentralizado y tres gobiernos parroquiales, dentro de su jurisdicción.

Cojimíes es una parroquia del cantón Pedernales ubicada en el cantón Pedernales Provincia Manabí. El crecimiento de la parroquia va en avance acelerado pero pausado por ser parroquia que tiene características turísticas, tanto en playas, pesca deportiva y artesanal; Las actividades de alojamiento y servicio de comidas en la Parroquia Cojimíes cantón Pedernales, son considerados como los ejes económicos de desarrollo claves para el crecimiento de la Parroquia.

Esto se vio reflejado en esquema cantonal, con una gran decadencia económica después del fatídico sismo el 16 de abril de 2016, donde los escasos fue un 5% más elevado a diferencia del resto de la provincia.

Solo estas dos actividades representan el 50% de ingresos dentro de la parroquia Cojimíes, siendo la exportación de camarón el 45% y el otro 5% la pesca.

#### ***1.1.1.1 Problema General***

¿Cuáles son los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales?

#### ***1.1.1.2 Problemas Específicos***

- ✓ ¿Cómo se desarrolla la innovación de los procesos de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales?

- ✓ ¿Cuál es la influencia de la flexibilidad organizacional en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales?
- ✓ ¿Cuál es impacto tiene el marketing turístico en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales?
- ✓ ¿Qué incidencia tienen la gestión por procesos del GAD Parroquial en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales?

### **1.1.2 Objeto y Campo de Acción**

**Objeto:** Factores competitividad de las PYMES

**Campo de acción:** actividades de alojamiento y servicio de comidas de la Parroquia Cojimíes-Cantón Pedernales.

### **1.1.3 Objetivos**

#### **1.1.3.1 Objetivo General**

Establecer los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón pedernales.

#### **1.1.3.2 Objetivo Específico**

- ✓ Analizar la innovación de los procesos en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales.

- ✓ Analizar la flexibilidad organizacional en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales.
- ✓ Analizar el marketing turístico en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales.
- ✓ Identificar la gestión por procesos del GAD Parroquial en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales.

#### ***1.1.3.3 Definición de variables***

**Variable:** Competitividad

#### ***1.1.3.4 Operacionalización de las variables***

**Tabla 1** Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS
<b>COMPETITIVIDAD</b>	<b>Innovación de los procesos.</b>	✓ Difusión	P 1
		✓ Reducción	P2
		✓ Oferta o Promociones	P3
		✓ Sostenibilidad	P4
		✓ Mejoramiento	P5
		✓ Adaptabilidad	P6
		✓ Solución	P7
	<b>Flexibilidad organizacional.</b>	✓ Gestión	P8
		✓ Herramientas y tecnología	P9
		✓ Agilidad	P10
		✓ Gestión	P11
		✓ Innovación	P12
		✓ Cultura	P13
	<b>Marketing turístico.</b>	✓ Económicos	P14
		✓ Ambientales	P15
		✓ Experiencia de visitantes	P16
		✓ Gestión socio culturales.	P17
	<b>Gestión por procesos.</b>	✓ Expresión cuantitativa	P18
		✓ Comportamiento	P19
		✓ Desempeño	P20
		✓ Evaluación	P21

**Nota:** La tabla hace referencia, a la variable considerada en el estudio de la investigación, con las respectivas indicadores y dimensiones.

### 1.1.3.5 Matriz de Consistencia

**Tabla 2 Matriz de Consistencia**

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES E INDICADORES			METODOLOGÍA
			VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	
¿Cuáles son los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales?	Identificar los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales.	Los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales son relevantes.				<b>Tipo y diseño de la investigación</b> Estudio descriptivo exploratorio <b>Modalidad de la investigación</b> Investigación No experimental
PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVO ESPECIFICO					
¿De qué manera influye la innovación de los procesos en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales?	Analizar la innovación de los procesos en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales.	La innovación de los procesos dentro de las Pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales son relevantes.	<b>Competitividad</b>	Innovación de los procesos.	✓ Difusión ✓ Reducción ✓ Oferta o Promociones ✓ Sostenibilidad ✓ Mejoramiento ✓ Adaptabilidad ✓ Solución	<b>Diseño de la investigación</b> Investigación Cuantitativa

¿Qué efecto tiene la influencia de la flexibilidad organizacional en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales?	Analizar la flexibilidad organizacional en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales	La flexibilidad organizacional en las Pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales son relevantes.	Flexibilidad organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gestión</li> <li>✓ Herramientas y tecnología</li> <li>✓ Agilidad</li> <li>✓ Gestión</li> <li>✓ Innovación</li> <li>✓ Cultura</li> </ul>	<p><b>Población de estudio</b></p> <p>40 son los dueños y gerentes de PYMES dedicados al sector de alojamiento y servicios de comidas.</p>
¿Qué impacto tiene el marketing turístico en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales?	Analizar el marketing turístico en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales	El marketing turístico de las Pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales son relevantes.	Marketing turístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Económicos</li> <li>✓ Ambientales</li> <li>✓ Experiencia de visitantes</li> <li>✓ Gestión socio culturales.</li> </ul>	<p><b>Técnica y recolección de datos.</b></p> <p>Encuestas</p>
¿Qué incidencia tienen la gestión por procesos del GAD Parroquial en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la Parroquia Cojimíes cantón Pedernales?	Identificar la gestión por procesos del GAD Parroquial en los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la Parroquia Cojimíes cantón Pedernales.	La gestión por procesos de las Pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales son relevantes.	Gestión por procesos	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Expresión cuantitativa</li> <li>✓ Comportamiento</li> <li>✓ Desempeño</li> <li>✓ Evaluación</li> </ul>	

**Nota:** La presente tabla muestra la variable, las dimensiones y sus indicadores en la investigación del proyecto investigativo sobre los factores determinantes de competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de la parroquia Cojimíes cantón Pedernales.

## 1.2 Diseño Metodológico

La presente investigación tomando como diseño el estudio de factores determinantes de la competitividad en el sector de alojamiento y servicio de comidas.

### 1.2.1 Alcance

#### **Investigación Cuantitativa**

Una indagación cuantitativa es una investigación que permite la recopilación y el análisis de datos numéricos relacionados con ciertas variables que se han creado con anterioridad. Este tipo de investigación de mercado estudia la relación entre todos los datos cuantitativos, para llegar a la correcta interpretación de los resultados relevantes, (Hernández et al. 2014).

#### **Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva es un tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual centra su estudio. Intenta brindar información sobre qué, cómo, cuándo y dónde es relevante para el problema de investigación, sin priorizar la respuesta al "por qué" se presenta dicho problema. Como su nombre lo indica, esta forma de investigación es "descriptiva" y no explica (Hernández et al. 2014).

### 1.2.2 Diseño

#### ***Investigación no Experimental***

La investigación no experimental es el tipo de investigación que carece de una variable independiente. En cambio, el investigador observa el contexto en el que se desarrolla el

fenómeno y lo analiza para obtener información. También se definen como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables (Hernández et al. 2014).

### **1.2.3 Población y Muestra**

#### **Población de Estudio**

Para los autores Hernández et al. (2014), la población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. (p. 174).

Tamayo (1997) menciona que, “Se define población como la suma del fenómeno estudiado en el que se estudia una unidad de población con características comunes y da lugar a los datos de investigación” (pág. 144).

Nuestra población objetiva son las personas mayores de 18 años en adelante con capacidad económica, la asociación de hotelería y restaurantes de la parroquia de Cojimíes cantón Pedernales.

La parroquia Cojimíes, jurisdicción perteneciente al cantón Pedernales, provincia de Manabí, está ubicada al Norte del territorio cantonal, con un área de 796,34 Km<sup>2</sup> y una población de 15.061 habitantes, con base censal al 2010 de 15.061 habitantes (INEC, CPV.)

#### **Tamaño de Muestra**

Para los autores Hernández et al. (2014), los enigmas son fáciles y nos dicen que:

“La parte de la población que se estudia para ser representada se llama muestra”.

#### **1.2.4 Instrumento de Medición y Recolección de Datos**

En la recolección de datos se opta por el uso de técnicas y herramientas para que el análisis de los sistemas de información sean los más comprensibles posibles, las herramientas utilizadas son: la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación.

Para el presente trabajo se utilizó la técnica de la encuesta la cual se aplicó a los gerentes y administradores de las empresas hoteleras en la parroquia Cojimíes. El instrumento fue un cuestionario de 16 preguntas con 5 opciones de respuesta en escala de Likert. Según información proporcionada por la comisión hotelera de Cojimíes, se ha determinado que en la parroquia Cojimíes existen 29 hoteles y 11 restaurantes legalmente constituidos a quienes fue dirigida la encuesta de conocimientos.

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes de la Investigación

#### 1.1.1 Artículos Científicos

Según Sandoval (2019), en su artículo científico “Nivel de competitividad de las pymes del sector hotelero en Bogotá”, el análisis de sus determinantes indica que la investigación científica se realiza en el marco del proceso competitivo de las pequeñas y medianas empresas del sector del alojamiento hotelero de Bogotá, obteniendo como premisa el crecimiento progresivo que ha tenido el sector turístico, tanto en el sector de alojamiento como en el de servicio de comida en Colombia, desde hace varios años; esto da certeza a la necesidad de ofrecer insumos a estas empresas para incrementar el nivel de competitividad, y que, de igual forma, logren contribuir con el crecimiento.

Se muestra que el objetivo general de esta investigación es establecer el nivel de competitividad de las pequeñas y medianas empresas referentes al sector hotelero de Bogotá a partir del seguimiento de sus determinantes depende de: Establecer los factores determinantes de la medición de la competitividad de las PYMES del sector hotelero en Bogotá a partir de un diagnóstico bibliográfico para crear una herramienta de medición. Medir el siguiente nivel de competencia, identificar las PYMES del sector hotelero en Bogotá fue el tema de un estudio basado en un proceso sistemático de recolección de información a través de una herramienta incorporada y un análisis de nivel superior según el tamaño de la empresa y el sector en general.

Briones (2016), en su artículo científico “Factores que determinan en el éxito de las PYMES de servicios en la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2005 al 2015.” Sustentan que el artículo está enfocado en el estudio de los factores que determinan el éxito de las

Pymes de servicios de la ciudad de Guayaquil durante el período 2005 al 2015, centrándose en el sector de alimentos.

La indagación se divide en Marcos de la investigación en la que describe el marco conceptual, el marco teórico, el marco referencial y el marco legal; también se referencian en la que era su situación actual de las Pymes en Ecuador, trata sobre la influencia de las Pymes en el desarrollo del sistema productivo nación al y cómo van generando mejoras en la economía del país; la Metodología, se realizó una encuesta a gerentes que pertenecen a la Micro, Pequeña, Mediana Empresa y también realizaron un Análisis descriptivo, así pudieron mediante los resultados del instrumento de análisis, confirmar que la innovación y la tecnología, la calidad, el recurso humano, el financiamiento y la flexibilidad organizacional son los factores con mayor autoridad en el triunfo de la compañía.

Martínez (2019) en su artículo científico “Análisis de la incidencia del crédito público y su aporte al desarrollo agrícola en el cantón Paján: Período 2012-2016” muestra como el objetivo del estudio consistió en analizar la participación de BanEcuador en el crédito producto en el desarrollo agrícola en el cantón de Paján, 2012-2016. Desarrollo de investigaciones con enfoque cuantitativo; Dependiendo de la profundidad del estudio, es descriptivo y correlativo. La fuente de información primaria son las encuestas realizadas a los agricultores de Paján y la secundaria son los créditos extraídos de la base de datos de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador.

Los resultados de la encuesta indicaron que gran parte de los agricultores que recibió algún crédito de BanEcuador, son pequeños agricultores que invirtieron principalmente en la compra de insumos, Semillas y pago de sueldos y salarios, lo que les permite mantener un nivel normal de producción. Por lo tanto, se puede enfatizar que el crédito agrícola otorgado por BanEcuador afectó el desarrollo agrícola del estado de Paján durante el período de estudio.

Balseca, et al. (2016), en su artículo científico “Impacto del marketing turístico en el desarrollo de la playa Varadero 2015” tienen como objetivo analizar cuáles son los métodos eficaces para crear estrategias de mercadeo en el área de turismo, también analizar si es necesario siempre saber cuáles son las tendencias dentro del mercado.

Para saber si estas dependen de los deseos o necesidades que puede tener el nicho a dirigirse, a raíz de esa información se puede saber si son vitales a la hora de atraer clientes potenciales. Ya que el marketing Turístico se encarga plenamente en el movimiento de toda área recreativa que beneficie el ámbito turístico. Una estrategia es utilizar temas que se vuelven clave al momento de buscar un lugar para gastar. Depende del objeto que se resuelva. El marketing turístico es la clave para ganar reconocimiento en la comunidad de viajes de ocio. Si bien existen puntos en común en las estrategias de marketing de los destinos, se extiende a los hoteles y lugares que benefician a las zonas turísticas de un país o del mundo.

Morante, et al. (2020), en su investigación “Factores determinantes de competitividad de las pymes de la Provincia de Manabí sector transporte de carga pesada” establecieron que en esa investigación se han identificado factores de competencia interna para las pequeñas y medianas empresas del sector transporte de carga pesada en la provincia de Manabí. La herramienta utilizada es el Mapa de Competitividad del BID, donde las métricas medidas son planificación, compras, control de calidad, marketing, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información. Los transportistas pequeños y medianos sufren de debilidades en el abastecimiento de materiales, el marketing de servicios y la gestión ambiental.

Además, las PYMES han estado en el negocio durante 5 a 8 años y la mayoría de ellas no son de propiedad familiar. La mayoría de estas pequeñas y medianas empresas están dirigidas por hombres de entre 40 y 59 años con un nivel educativo superior.

### **1.1.2 Tesis Doctorales**

Según Herrera (2011), en su tesis titulada “El Distrito Turístico Rural como modelo de competitividad: caso aplicativo cantón Pedernales - Provincia de Manabí”, menciona que, el turismo es una actividad dinamizadora de una economía gestionada socialmente responsable que logre una distribución justa de la riqueza.

El Ecuador, un país que planifica para el desarrollo auto dirigido, debe contar con mecanismos apropiados para orientar estratégicamente la explotación de sus recursos sobre la base de procesos de generación de valor, y en este contexto, el turismo en las zonas rurales es una oportunidad para promover el autodesarrollo. desarrollo de sectores que se han retrasado por acciones gubernamentales. e instituciones privadas. Proponer el Distrito de Turismo Rural como un modelo de competitividad que busca el equilibrio entre el bienestar de las zonas rurales y/o comunidades y la satisfacción turística, metodología que integra herramientas de gestión empresarial y social empresarial con un modelo de creación de valor. Permite identificar las características básicas que buscan los turistas.

De acuerdo con Alvarado (2019), en la tesis “Modelo de desarrollo utilizando un sistema de información gerencial en la competitividad del sector comercial en la ciudad de Portoviejo”, menciona que, en los últimos años han sido varios los estudios que se han realizado para analizar la información como factor clave para la toma de decisiones en una empresa, es evidente que se comienza la transición por una nueva revolución, que se manifiesta en cambios desde la estructura social, la organización y la gobernanza hacia aspectos personales relacionados con el trabajo, la formación y la vida de las personas.

Desde el punto de vista de la gestión empresarial el conocimiento del entorno, en un mundo cada vez más complejo y cambiante, origina una necesidad cada vez más urgente Información

para la toma de decisiones, para ingresar a nuevos mercados y para proteger a la empresa de terceros que puedan perjudicar su estabilidad.

Razón por la cual se propone un modelo de desarrollo utilizando un sistema de información gerencial para mejorar la competitividad del sector comercial, diseñados para manejar la producción, logística, distribución, Inventario, envíos, facturas y contabilidad empresarial de forma estandarizada. Sin embargo, hay que tener presente que la planificación de recursos empresariales o el software de sistema de información gerencial puede intervenir en el control de muchas actividades tales como ventas, entrega, pago, producción, gestión de inventario, gestión de calidad y gestión de recursos humanos.

Los líderes empresariales buscan dar forma a los activos, a las fuerzas matrices y a las actividades de las organizaciones para mantenerse competitivos. Aprender del fracaso ayuda a los gerentes a obtener una nueva comprensión de los mecanismos fundamentales que sustentan los mercados e instituciones actuales.

Sierra (2017), en la tesis “Plan estratégico para el área de ventas de la empresa Pikeros, operador de turismo, para mejorar su competitividad en el mercado en la ciudad de Guayaquil”, señaló que la creciente competencia del sector turístico en nuestro país ha impulsado a las empresas a tomar importantes medidas para mejorar su posición, fidelizar a los clientes y mantener una constante innovación en su servicio. Este proyecto de investigación propone un plan estratégico de ventas para mejorar la competitividad de la industria de Pikeros, un tour operador establecido en la ciudad de Guayaquil. Su contenido radica en la presentación inicial de hechos y datos teóricos sobre el turismo desde sus inicios hasta la actualidad, su desarrollo e importancia en el entramado económico y social de los países como fuente de ingresos en su producto interno bruto.

En Ecuador, el turismo es el tercer tipo de ingreso económico y es la base de inversiones en hoteles de calidad, turismo y programas de entretenimiento en las cuatro regiones del país. El estudio da forma a la posición financiera y los programas de ventas de la empresa, la posición actual de la empresa en el mercado turístico y analiza las actividades estratégicas que deben emprenderse para fortalecer las operaciones de la empresa en la industria del turismo.

La metodología utilizada para este caso es cualitativa, con un proceso exploratorio e inductivo brindándonos datos sobre la situación de la empresa en áreas importantes como ventas, marketing y finanzas. Con base en su estrategia de estudio de factibilidad interna, comprenderá cómo se están desempeñando estas áreas ahora y luego tomará decisiones mejoradas para resolver problemas comerciales. El estudio que analiza la implementación de este plan estratégico servirá como un nuevo plan de actividades adecuado para apoyar, coordinar e implementar las actividades comerciales de Pikeros.

### **1.1.3 Libros**

Oddone, et al. (2016), en su libro "Fortalecimiento de la cadena de turismo de La Antigua Guatemala y de los municipios rurales del departamento de Sacatepéquez", muestra que, durante la última década, se ha observado en América Latina y el Caribe un creciente interés por crear una nueva ecuación entre Estado, mercado y sociedad. La intención es abrir espacios para que los gobiernos jueguen un papel más decisivo en la promoción del desarrollo económico y social y, al mismo tiempo, fomentar una participación más activa del sector privado y de la sociedad en general. Los acuerdos y procedimientos comunes entre estas partes son esenciales en el nuevo modelo. De esta forma, el Estado desarrolla e implementa las medidas discutidas y acordadas con el sector privado.

Al mismo tiempo, este último no se convierte en un receptor pasivo de la ayuda pública, sino que se convierte en una persona proactiva y directamente responsable de las nuevas estrategias.

La crisis financiera internacional de 2008-2009 marcó un punto de inflexión que abrió un espacio de debate que se consideraba inválido bajo el actual paradigma de desarrollo, especialmente en lo que respecta a la aceptación de políticas industriales, la orientación de las políticas macroeconómicas hacia el crecimiento en lugar de la estabilidad nominal, y la formulación de políticas a favor de la igualdad basada en derechos (Comité Económico de América Latina y el Caribe, 2012). Un estado más dinámico debe ir acompañado del desarrollo de políticas públicas en diversas áreas: macroeconomía, desarrollo industrial, medio ambiente y sociedad, entre otras CEPAL (2012).

El fortalecimiento de las cadenas de valor, a través de la Metodología Participativa de la CEPAL (Padilla, et al. 2016), es una herramienta útil para avanzar hacia una nueva ecuación. Entre el estado, el mercado y la sociedad, sobre productos y territorios. Esta metodología apoya las transiciones productivas en curso en la región. En primer lugar, con un enfoque a nivel micro, centrándose en los actores que forman los eslabones de la cadena de valor, así como las relaciones entre ellos, es posible identificar limitaciones y construir estrategias.

Joaquín (2012), en el libro *La Calidad como Determinante de la Competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas en Veracruz*, afirma que el 95.5% de las pequeñas empresas emplean al 53.04% de los trabajadores en Veracruz, aportan el 7.82% a la producción estatal y pagan el 11.85% de la compensación total del estado. Las grandes corporaciones representan el 0,1%, emplean al 16,63% de la mano de obra, aportan el 73,22% de la producción estatal y pagan el 58,86% de los salarios estatales.

El objetivo de este trabajo fue analizar la calidad como determinante de la competitividad de las PYMES veracruzanas. Luego de analizar las principales evidencias, se demostró que la calidad es un factor determinante para la competitividad de las PYMES en Veracruz. Resulta que existe la validez y confiabilidad de los factores que determinan el modelo, y si se manipulan las cantidades indicadas en los parámetros de cada variable, tales como el número de empleados, género, nivel de educación, edad de los empleadores, antigüedad, la competitividad de los recursos humanos y la competitividad de los sistemas de información y la gestión adecuada de compras y suministro de materiales mejorarán los resultados obtenidos hasta ahora para las pequeñas, medianas y micro empresas.

Quijije (2016), en su libro “Memoria primer congreso internacional innovación, tecnología y emprendimiento social post-desastre (Tomo 1)”, indica que Innovación, tecnología y comienzo; es lo que estandarizar el espacio de intercambio, publicación y discusión sobre los últimos desarrollos en innovación, tecnología y empresas sociales, y abrirá opciones para la investigación académica.

El intercambio contribuirá al desarrollo de la matriz de producción bajo el objetivo 10 del Plan Nacional de Vida. Después de que el país (Ecuador) se enfrentó al desastre telúrico el 16 de abril de 2016, fue 7.8 en la escala de Richter, con datos murieron casi 663 personas, 9 desaparecidas, 6,274 lesiones, 28,775 personas y estimaron \$ 3,000 millones en daños nacionales; Como conocimiento, causa una crisis económica y social; Por lo tanto, las personas decidieron agregar el término desastre como asociación nacional, para mejorar las alternativas para ayudar a superar la crisis, porque este trágico evento se ha fusionado. La academia incluye desafíos para superar.

## **1.2 Bases Teóricas**

### **1.2.1 Competitividad**

Según Lorenzi (1997) “La competitividad es el grado en que un país, en condiciones de mercado libres y justas, puede producir bienes y servicio superando la prueba de los mercados internacionales, manteniendo e incluso aumentando los ingresos reales del ciudadano al mismo tiempo”.

### **1.2.2 Qué son las Pymes**

Como indica lavarone (2012) las pymes, “Es el acrónimo utilizado a la hora de hablar de pequeñas y medianas empresas. Tradicionalmente, las empresas se clasifican por tamaño en pequeñas, medianas y grandes. Es decir, los dos primeros grupos se denominan Pequeñas y Medianas Empresas”.

### **1.2.3 Las Pymes en Ecuador**

Actualmente se considera a las PYMES como el sector más productivo en la economía de un país, por el impacto que tiene tanto en países desarrollados como en los países en vías de desarrollo. Esto se ve reflejado en el Producto Interno Bruto (PIB) con una tasa del más del 25%; y, a su vez, es generadora de empleo ya que abarca un 70% de la Población Económicamente Activa (PEA) del país. En Ecuador, el 39% de los empleos son generados por microempresas, mientras que el 17% a pequeñas y 14% a medianas, Jácome (2013).

Por tales motivos, se debe la importancia en la economía de un país como base para el desarrollo de la producción, es decir, produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado con la finalidad de generación de riqueza y empleo para un manejo sostenible de la economía.

### **1.2.4 Ranking de las Compañías Según el Tamaño de la Empresa**

De acuerdo con Sacoto, et al.(2017), en la revista “ Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total”, menciona que “ De acuerdo a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, basada en información entregada del ejercicio económico 2016 de las compañías activas, nos muestra el ranking empresarial según el tamaño de la empresa”:

- **Micriempresas** : Posesen un valor de 26.475, y un porcentaje de 51,3%.
- **Pequeñas**: Posesen un valor de 15.892, y un porcentaje de 30,8%.
- **Medianas**: Posesen un valor de 6.494, y un porcentaje de 12,6%.
- **Grandes**: Posesen un valor de 2.757, y un porcentaje de 5,3%.

Se puede determinar que la gran mayoría de empresas en el Ecuador pertenece a la categoría de MIPYMES, lo que ratifica su relevancia en la economía del país.

### **1.2.5 Características de la Pymes Turísticas**

Según Sacoto, et al.(2017),indica que “ La Pymes turísticas son empresas que brindan servicios en alojamiento, gastronomía, transporte, agencias de viajes y recreación”, algunas características son:

- **Estacionalidad**: A concentración de los flujos de demanda en un determinado periodo de tiempo puede afectar negativamente a las Pymes turísticas.
- **Características de la oferta**: Intangibilidad, rigidez, interdependencia, en primer lugar, se considera la intangibilidad: al ser bienes-servicios los ofrecidos no pueden ser almacenados, existe simultaneidad entre la producción y el consumo.
- **Características de la demanda**: Sensibilidad, cambios del consumidor, la demanda turística adquiere características particulares en base a los gustos y preferencias de los consumidores.

- **Necesidad de profesionalizar la actividad:** La profesionalización del personal en contacto con el público resulta esencial en el sector turístico.

### **1.2.6 Direccionalidad**

Es algo que puede ser dirigido o encaminado en una dirección. A esta cualidad se le conoce como directividad, que es un concepto relacionado con la idea de dirección (el camino que toma un objeto al moverse, la inclinación hacia una meta en particular o las instrucciones para dirigir a alguien), Pérez (2008).

### **1.2.7 Retroalimentación**

Obtener información sobre el progreso o resultados de la operación, de manera que esta información pueda ser utilizada para tomar decisiones sobre la operación actual u operaciones futuras.

### **1.2.8 Incidencia**

Refleja el número de nuevos "casos" durante un período de tiempo. "Es un indicador dinámico que requiere un seguimiento basado en el tiempo de la población de interés. Cuando la enfermedad es recurrente se suele referir a la primera aparición", MedlinePlus (2019).

### **1.2.9 Proveedores**

Según Garzon, et al. (2016), "Un proveedor es una persona o empresa que proporciona existencias y abastecimiento a otra empresa para que ésta pueda explotarlos en su actividad económica. En general, los proveedores de bienes atienden las necesidades internacionales y satisfacen las necesidades del mercado".

### **1.2.10 Emprendedor**

Alguien que está decidido a tomar acción o llamar a la innovación. Individuos o un pequeño grupo de personas - aquellos que diseñan y llevan a cabo las actividades necesarias para transformar una idea de negocio o innovación en un negocio funcional. La Comisión Europea (2015) define el espíritu empresarial como "la tendencia a generar cambios en

uno mismo y la capacidad de aceptar y apoyar la innovación provocada por factores externos, Dar la bienvenida al cambio, asumir la responsabilidad de sus acciones (tanto positivas como negativas), terminar donde comenzó, saber hacia dónde va, establecer metas y alcanzarlas, y estar motivado para tener éxito", Comisión Europea (2015).

## 2. METODOLOGÍA

### 2.1 Tabulación, Análisis e interpretación de la información

Como investigador utilicé el instrumento de estudio, encuesta de elaboración propia, cuyos resultados expongo a continuación para su análisis y su interpretación:

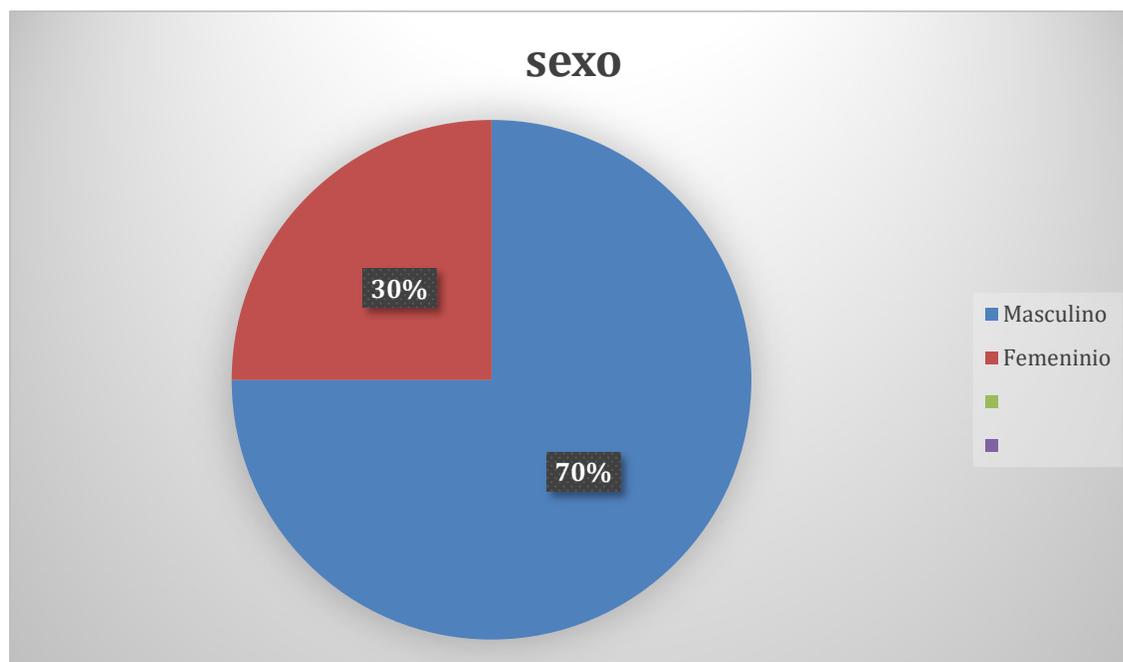
#### 1. ¿Identifique su sexo?

**Tabla 3** Sexo de los gerentes y administradores

OPCION	Fr	%
Masculino	28	70%
Femenino	12	30%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** datos de encuesta aplicada a los gerentes y administradores de las empresas hoteleras de la parroquia Cojimíes.

**Figura 1** Sexo de los gerentes y administradores



**Nota:** Frecuencia de sexo de los gerentes y administradores

#### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores de las empresas hoteleras de la parroquia Cojimíes, (40 personas) un 70% son de sexo masculino y un 30% femenino. Por lo tanto, esto

demuestra que los hoteles de la parroquia Cojimíes son administrados en su mayor parte por gerentes y administradores de sexo masculino; también se denota que un porcentaje muy pequeño lo administran los dueños de los mismos.

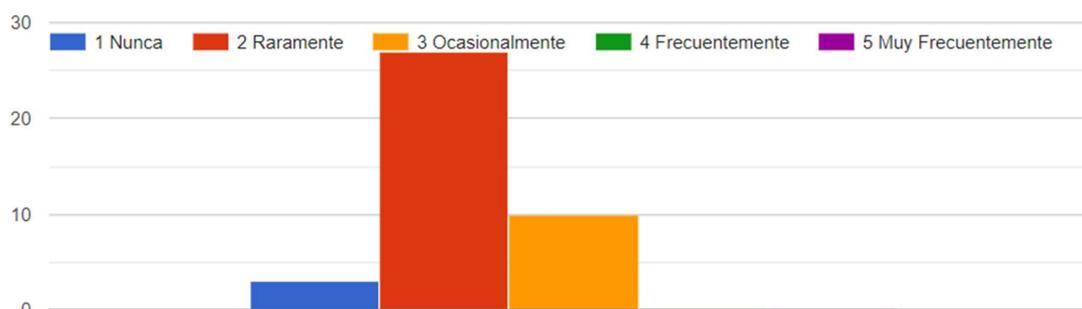
### 1.- ¿Reciben los servicios tecnológicos que el GAD parroquial de Cojimíes proporciona al sector de alojamiento y servicio de comida?

**Tabla 4** Servicios tecnológicos

OPCION	Fr	%
Nunca	3	7.5%
Raramente	27	67.5%
Ocasionalmente	10	25%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Tabla de frecuencias y porcentajes de encuestados, servicios tecnológicos del GAD parroquial de Cojimíes.

**Figura 2** Servicios tecnológicos



**Nota:** Representa el nivel de los servicios tecnológicos que ofrece el GADG

### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores encuestados respecto a si reciben los servicios tecnológicos que el GAD parroquial de Cojimíes proporciona al sector de alojamiento y servicio de comida, un 7.5 % (3 personas) respondió que **nunca**, el 67.5% (27 personas) respondió que **raramente** y un 25% (10 personas) respondió que **ocasionalmente**. A pesar de que los resultados son buenos, se prevé que no existe un respectivo control dentro de la administración parroquial para proveer los servicios tecnológicos y muestra una grave deficiencia en la comunicación con el sector turístico.

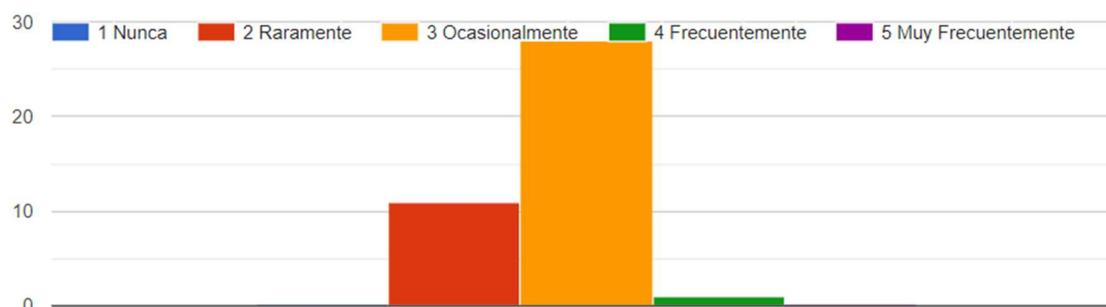
## 2.- ¿Se les facilita la adquisición de los insumos de servicios por medio de tecnología?

**Tabla 5** Adquisición de los insumos

OPCION	Fr	%
Raramente	11	27.5%
Ocasionalmente	28	70%
Frecuentemente	1	2.5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Tabla de frecuencias y porcentajes de encuestados, de los insumos de servicios adquiridos por medio de la tecnología.

**Figura 3** Adquisición de los insumos



**Nota:** Escala del Likert, representa la adquisición de insumos mediante la tecnología.

### Análisis e interpretación

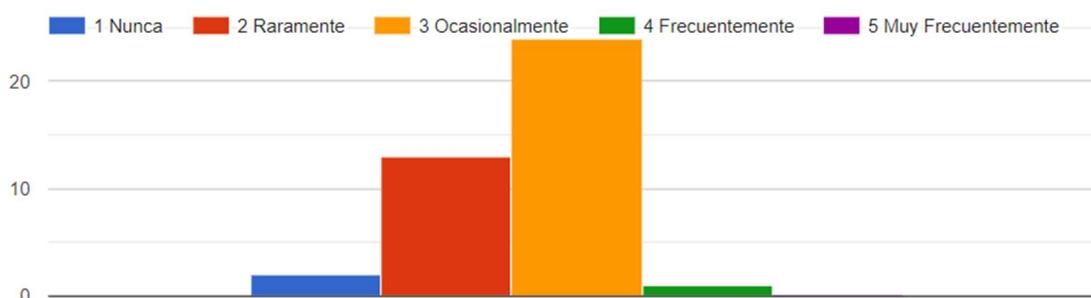
Del total de gerentes y administradores encuestados sobre si se les facilita la adquisición de los insumos de servicios por medio de tecnología, un 27.5% (11 personas) respondió que **raramente**, un 70% (28 personas) respondió que **ocasionalmente** y un 2.5%(1 persona) dijo que **frecuentemente**. Contrario a las referencias positivas estos resultados indican que la adquisición de insumos del sector de alojamiento y sector de servicio de comida mediante la tecnología no es aplicable a la sostenibilidad de captación de sus recursos.

**3.- El sistema de redes comerciales del sector de alojamiento y de servicios de comida implementado en el GAD de Cojimíes es confiable.**

**Tabla 6** Sistema de redes comerciales

OPCION	Fr	%
Nunca	2	5%
Raramente	13	32.5%
Ocasionalmente	24	60%
Frecuentemente	1	2.5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Se determina la confiabilidad del sistema de redes comerciales del sector de alojamiento y de servicios de comida implementado en el GAD de Cojimíes.

**Figura 4** Sistema de redes comerciales

**Nota:** Frecuencia de la escala del Likert.

### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre si el sistema de redes comerciales del sector de alojamiento y de servicios de comida implementado en el GAD de Cojimíes es confiable un 5% (2 personas) respondieron que **nunca**, un 32.5% (13 personas) respondieron que **raramente**, el 60% (24 personas) respondieron que **ocasionalmente** y un 2.5% (1 persona) respondió que **Frecuentemente**. Con indiferencia a los resultados, asevero que el vínculo entre una empresa y su consumidor final tiende ocasionalmente a ser confiable pero no asegura que es el método correcto y se podría mejorar más en su función.

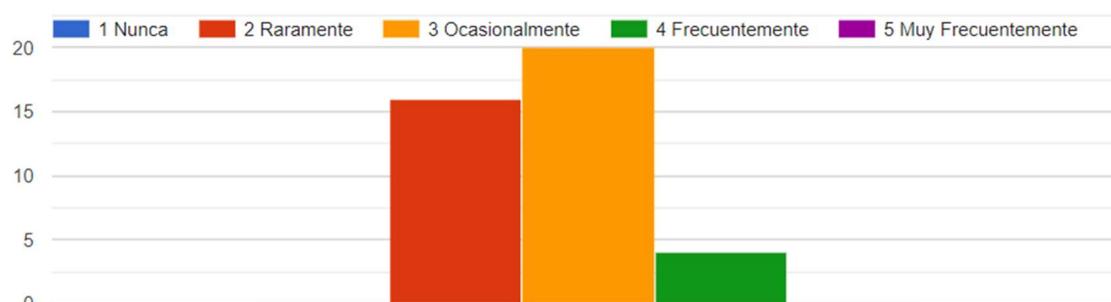
#### 4.- Se evidencia un orden en el sector de servicios de comida para el pedido de insumos.

**Figura 7** Servicios de comida

OPCION	Fr	%
Raramente	16	40 %
Ocasionalmente	20	50 %
Frecuentemente	4	10 %
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100 %</b>

**Nota:** Representa mediante porcentajes, el sector de servicios de comida para el pedido de insumos.

**Figura 5** Servicios de comida



**Nota:** Frecuencia de la escala del Likert, indica los servicios de comida para el pedido de insumos.

#### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre si se evidencia un orden en el sector de servicios de comida para el pedido de insumos un 40 % (16 personas) respondieron que raramente, un 50 % (20 personas) respondió que ocasionalmente y un 10 % (4 personas) respondió frecuentemente.

En referencia a otros GAD cantonales estos resultados indican que ocasionalmente el pedido de insumos a través de la parroquia del GAD es eficiente, esto no es del todo agradable al sector, ya que la eficacia que ellos emiten la manejan inter empresarialmente demostrando la falta de implementación de recursos humanos dentro del GAD para manejar de mejor manera al sector empresarial turístico.

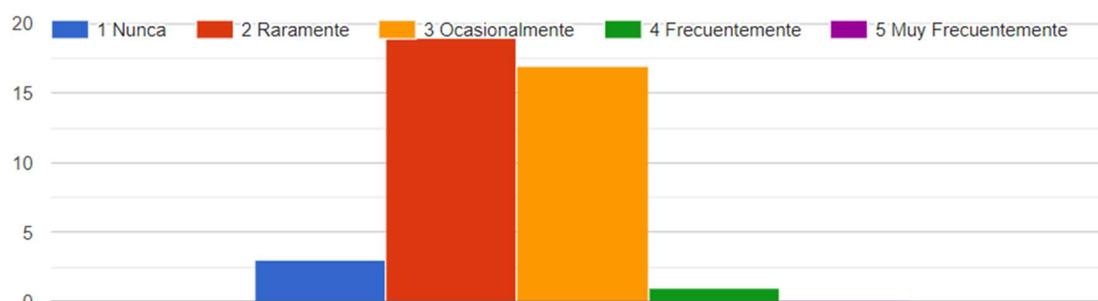
**5.- La comunicación que existe entre el sector de alojamiento y servicio de comida es factible para el crecimiento.**

**Tabla 8** La comunicación entre el sector de alojamiento y servicio de comida

OPCION	Fr	%
Nunca	3	7.5 %
Raramente	19	47.5 %
Ocasionalmente	17	42.5 %
Frecuentemente	1	2.5 %
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100 %</b>

**Nota:** Representa, la comunicación que existe entre el sector de alojamiento y servicio de comida.

**Figura 6** La comunicación entre el sector de alojamiento y servicio de comida



**Nota:** Frecuencia de la escala del Likert, indica la comunicación que existe entre el sector de alojamiento y servicio de comida.

### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre si la comunicación que existe entre el sector de alojamiento y servicio de comida es factible para el crecimiento, un 7.5 % (3 personas) respondieron que nunca, un 47.5 % (19 personas) respondieron que raramente, un 42.5 % (17 personas) respondió que ocasionalmente y un 2.5 % (1 persona) respondió frecuentemente.

No es nada factible que raramente la comunicación surta un efecto favorable referente al manejo del crecimiento de ambas partes, y que además la direccionalidad de las empresas está más enfocada en los beneficios privados, en bases a sus propias políticas, volviendo demostrar que la comunicación que existe es más ambigua que por administración parroquial.

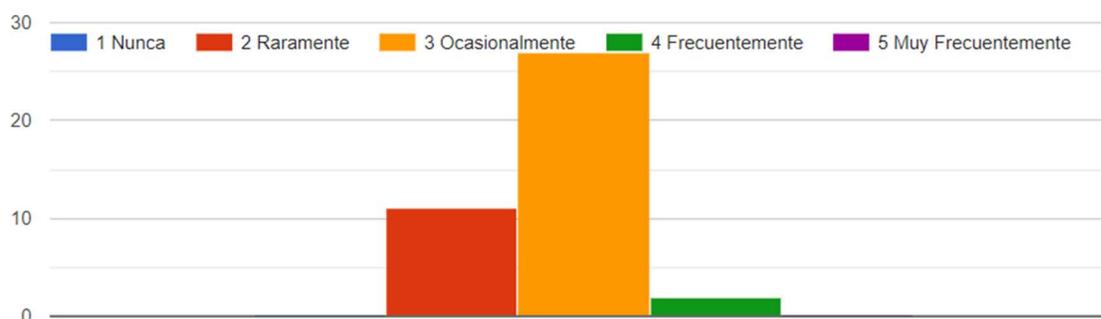
**6.- ¿Considera la información con la que cuenta la empresa sobre la competencia acerca de los productos, ventas, precios, calidad son buenas?**

**Tabla 9** Competencia de los productos, ventas, precios

OPCION	Fr	%
Raramente	11	27.5%
Ocasionalmente frecuentemente	27	67.5%
2	2	5%
<b>Total</b>	40	100 %

**Nota:** Tabla de frecuencias y porcentajes de encuestados

**Figura 7** Competencia de los productos, ventas, precios



**Nota:** Representa gráficamente la competencia de los productos, ventas, precios.

### **Análisis e interpretación**

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre si considera la información con la que cuenta la empresa sobre la competencia acerca de los productos, ventas, precios, calidad y de los servicios son buenas, el 27.5%(11 personas) respondieron que raramente, 67.5% (27 personas) respondieron que ocasionalmente y el 5% (2 personas) respondieron que frecuentemente, esto se percibe como un desgaste en las relaciones entre el sector hotelero y servicios de comida con el GAD parroquial porque no consideran buenos los instrumentos de desempeños emitidos por el ente sino los implementos propios para la sostenibilidad económica de sus empresas.

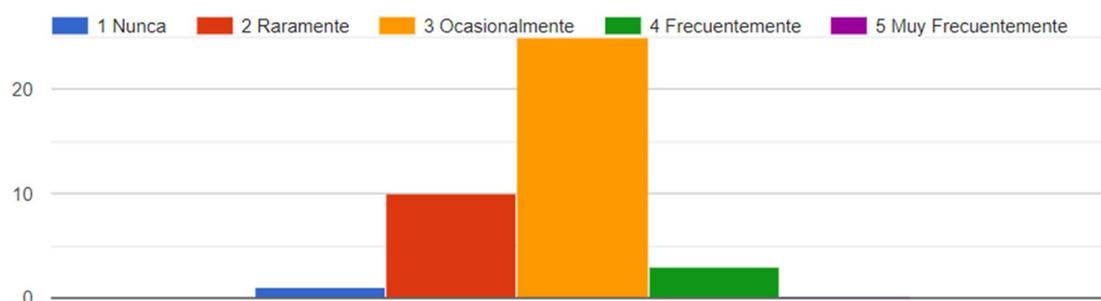
## 7.- Existe comunicación entre la administración del sector de alojamiento y servicio de comida con el GAD parroquial

**Tabla 10** Comunicación entre la administración del sector de alojamiento y servicio de comida

OPCION	Fr	%
Nunca	1	2.5%
Raramente	10	25%
Ocasionalmente	25	62.5%
Frecuentemente	4	10%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Muestra mediante porcentajes la comunicación existente entre la administración del sector de alojamiento y servicio de comida

**Figura 8** Comunicación entre la administración del sector de alojamiento y servicio de comida



**Nota:** Representa mediante barras de colores la comunicación entre la administración del sector de alojamiento y servicio de comida.

### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre si Existe comunicación entre la administración del sector de alojamiento y servicio de comida con el GAD parroquial el 2.5% (1 persona) respondió que nunca, el 25% (10 personas) respondieron que raramente, el 62.5% (25 personas) respondió que ocasionalmente y un 10% (4 personas) respondió que frecuentemente. El resultado del veredicto va conjunto a sus acciones, pues ocasionalmente representa la poca constancia de comunicación, se evidencia tal déficit que en el momento de ejecutar la encuesta el descontento por parte de los empresarios emprenderos fue muy evidente, y la impotencia de la palabra es muy enorme.

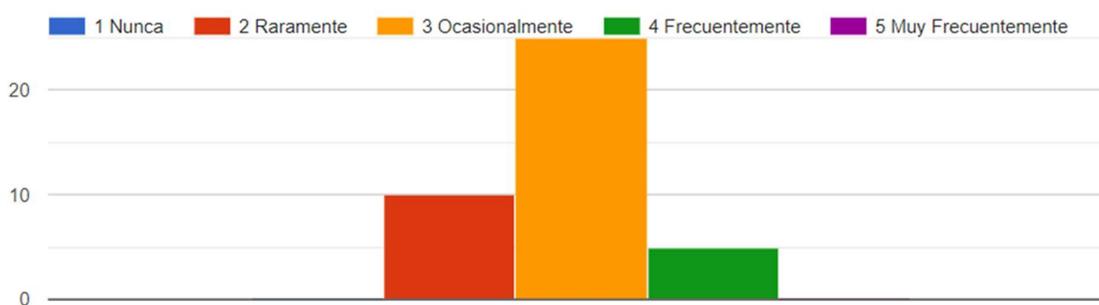
## 8.- Considera la posibilidad de reorganizar las estrategias tomadas por el GAD para el crecimiento del sector hotelero y servicios de comida.

**Tabla 11** Estrategias para el crecimiento del sector hotelero y servicios de comida

OPCION	Fr	%
Raramente	10	25%
Ocasionalmente	25	62.5%
Frecuentemente	5	12.5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Representa porcentualmente las estrategias tomadas por el GAD para el crecimiento del sector hotelero y servicios de comida.

**Figura 9** Estrategias para el crecimiento del sector hotelero y servicios de comida



**Nota:** Se representa figura de estrategias para el crecimiento del sector hotelero y servicios de comida.

### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre si Considera la posibilidad de reorganizar las estrategias tomadas por el GAD para el crecimiento del sector hotelero y servicios de comida el 25% (10 personas) respondieron que raramente, un 62.5% (25 personas) respondió que ocasionalmente, y un 12.5% (5 personas) respondió que frecuentemente. Justificadamente con criterio reales y cuerdos, la población está de acuerdo en ideas reales de reorganización de estrategias del GAD para la mejora continua de sus actividades dentro del sector hotelero y servicio de comida.

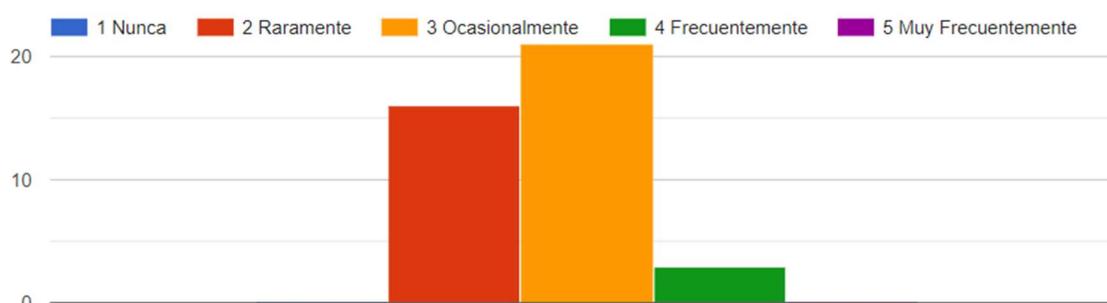
## 9.- ¿Cómo califica la gestión publicitaria del GAD parroquial?

**Tabla 12** Gestión publicitaria del GAD

OPCION	Fr	%
Raramente	16	40%
Ocasionalmente	21	52.5%
Frecuentemente	3	7.5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Tabla de frecuencias y porcentajes de encuestados sobre la gestión publicitaria del GAD parroquial

**Figura 10** Gestión publicitaria del GAD



**Nota:** Representación gráfica de gestión publicitaria del GAD parroquial.

### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre si cómo califican la gestión publicitaria del GAD parroquial, un 40%(16 personas) respondieron que raramente un 52.5% (21 personas) respondió ocasionalmente y un 7.5% (3 personas) respondieron que frecuentemente. Todo parece que las estrategias establecidas entre los sectores de hotelería y servicio de comida no están libres de desgaste en relaciones sociales económicas y publicitarias, pues sigue siendo deficiente la relación publicitaria y tienen como patrocinio el aporte individual de sus propios socios.

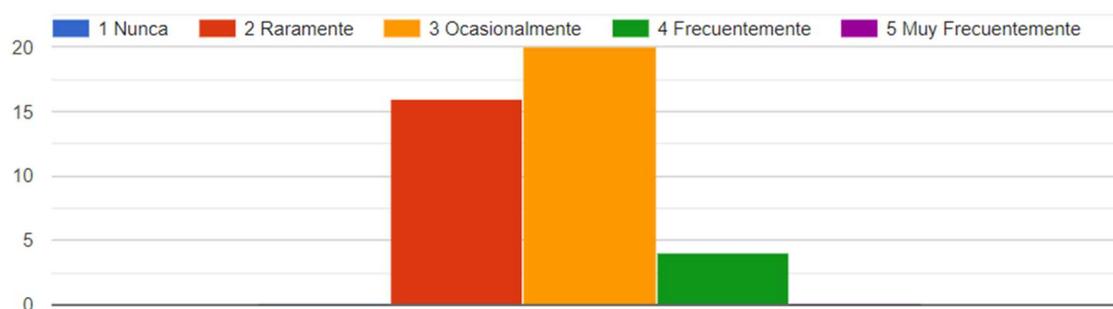
## 10.- Que factibilidad tiene las estrategias de marketing implementadas por el GAD para la reubicación sectorial.

**Tabla 13** Estrategias de marketing

OPCION	Fr	%
Raramente	16	40%
Ocasionalmente	20	50%
Frecuénteme	4	10%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Muestra porcentualmente las estrategias de marketing implementadas por el GAD.

**Figura 11** Estrategias de marketing



**Nota:** Demostración gráfica de las estrategias de marketing implementadas por el GAD.

### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre sí que factibilidad tiene Las estrategias de marketing implementadas por el GAD para la reubicación sectorial 40% (16 personas) respondieron que raramente, un 50% (20 personas) respondió que ocasionalmente y un 10% (4 personas) respondió que frecuentemente.

En un enfoque más nacional la población está en total acuerdo con las estrategias implementadas actualmente y tomadas por el GAD son eficientes, porque están acompañadas por un plan de restructuración nacional en base a impulsar el turismo como potencia económica interna.

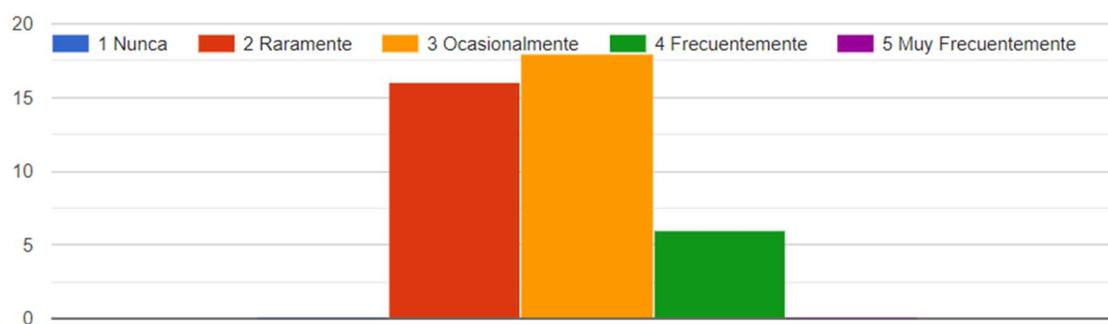
**11.- Los recursos tecnológicos con los que cuenta la asociación hotelera son competitivos.**

**Tabla 14 Recursos tecnológicos**

OPCION	Fr	%
Raramente	16	40%
Ocasionalmente	18	45%
Frecuentemente	6	15%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Porcentajes del nivel de los recursos tecnológicos del GAD.

**Figura 12 Recursos tecnológicos**



**Nota:** Representación gráfica de la competitividad, de los recursos tecnológicos con los que cuenta la asociación hotelera.

### **Análisis e interpretación**

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre sí los recursos tecnológicos con los que cuenta la asociación hotelera son competitivos, un 40% (16 personas) respondió que raramente, un 45% (18 personas) respondió que ocasionalmente y un 15% (6 personas) respondió que frecuentemente. Contrario a los planes de proceso de capacitación en preparación informática en sistemas, los estándares tecnológicos siguen siendo los mismos estándares utilizados antes de pandemia y seguirán iguales por que suelen ser los más factibles para la comunidad hotelera y servicio de comida.

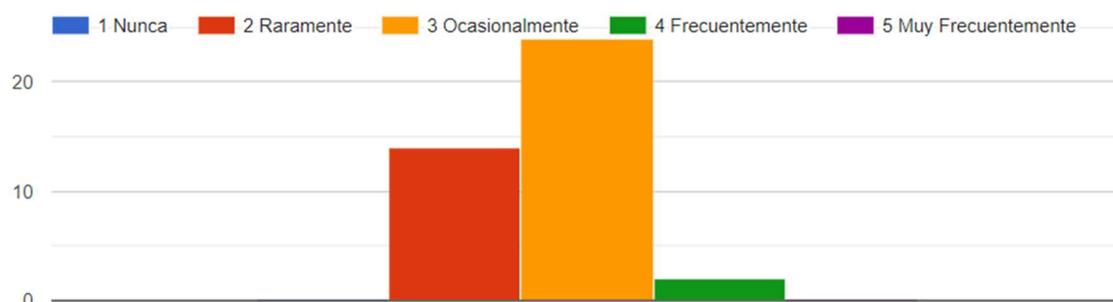
**12.- La extensión de publicidad para alentar al turismo empleado por el GAD parroquial dentro del sector son eficaces.**

**Tabla 15** Publicidad para alentar al turismo

OPCION	Fr	%
Raramente	14	35%
Ocasionalmente	24	60%
Frecuentemente	2	5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Muestra porcentualmente, la extensión de publicidad para alentar al turismo.

**Figura 13** Publicidad para alentar al turismo



**Nota:** Representación gráfica de la publicidad para alentar el turismo.

### **Análisis e interpretación**

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre sí la extensión de publicidad para alentar al turismo empleado por el GAD parroquial dentro del sector son eficaces, un 35% (14 personas) respondieron que raramente, un 60% (24 personas) respondió que Ocasionalmente y un 5% (2 personas) respondió que frecuentemente.

Con eficiencia los encuestados resolvieron enunciar que la organización publicitaria es buena dependiendo siempre del gobierno o la prefectura, han sido eficaces todos los procesos de actualización para la expansión publicitarias aplicada por el GAD ya que hoy en día los métodos tecnológicos están al alcance de cualquiera.

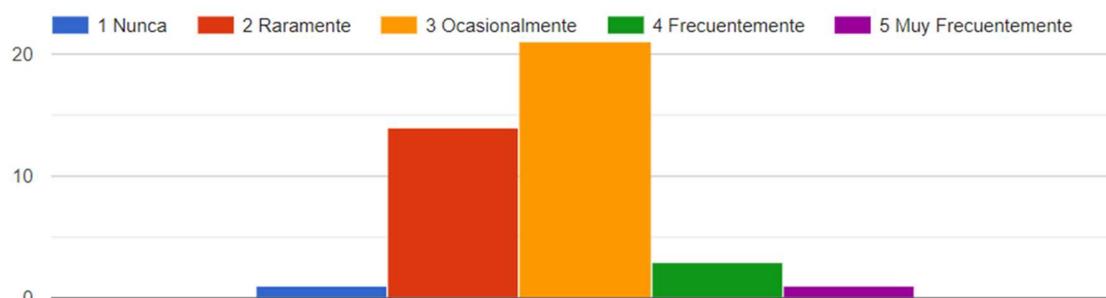
### 13.- ¿Se aplica la mejora continua dentro de la organización?

**Tabla 16** Mejora continua

OPCION	Fr	%
Nunca	1	2.5%
Raramente	14	35%
Ocasionalmente	21	52.5%
Frecuentemente	3	7.5%
Muy frecuentemente	1	2.5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Porcentajes de la mejora continua de la organización.

**Figura 14** Mejora continua



**Nota:** Escala del Likert, de la mejora continua del GAD.

### Análisis e interpretación

Se aplica la mejora continua dentro de la organización un 2.5% (1 persona) respondió que nunca, el 35% (14 personas) respondió que raramente, un 52.5% (21 personas) respondió que ocasionalmente, 7.5% (3 personas) respondió que frecuentemente y un 2.5% (1 persona) muy frecuentemente.

Existieron ciertas discrepancias entre la población, pero la mayoría coincidió que la mejora continua les ayuda a la actualización o innovación y estar a un nivel de competitividad contra las demás parroquias y ayudar al cantón con su reactivación post terremoto y post pandemia.

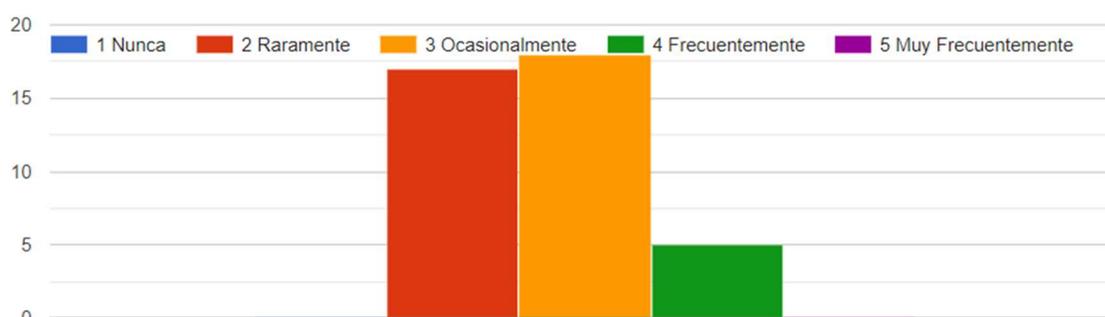
#### 14.- La capacidad de mejorar las estrategias de competitividad con relación al sector de alojamiento tienen solidesces administrativas

**Tabla 17 Estrategias de competitividad**

OPCION	Fr	%
Raramente	17	42.5%
Ocasionalmente	18	45%
Frecuentemente	5	12.5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Demostración porcentual, de las estrategias de competitividad.

**Figura 15 Estrategias de competitividad**



**Nota:** Escala del Likert, de las estrategias de competitividad con relación al sector de alojamiento y solidesces administrativas.

#### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre sí la capacidad de mejorar las estrategias de competitividad con relación al sector de alojamiento tienen solidez administrativa, un 42.5% (17 personas) dijo que raramente un 45% (18 personas) se sostuvo en ocasionalmente y otro 12.5% (5 personas) dijo que frecuentemente.

De acuerdo a los datos recolectados las estrategias tienen déficits administrativos y están envueltas en pañales dentro del ámbito de competitividad. Con un desgaste en relaciones con la administración de la parroquia se emplean actualizaciones en la mejor de estrategias y funciona de manera lenta pero firme en el cambio y seguro en la aplicación.

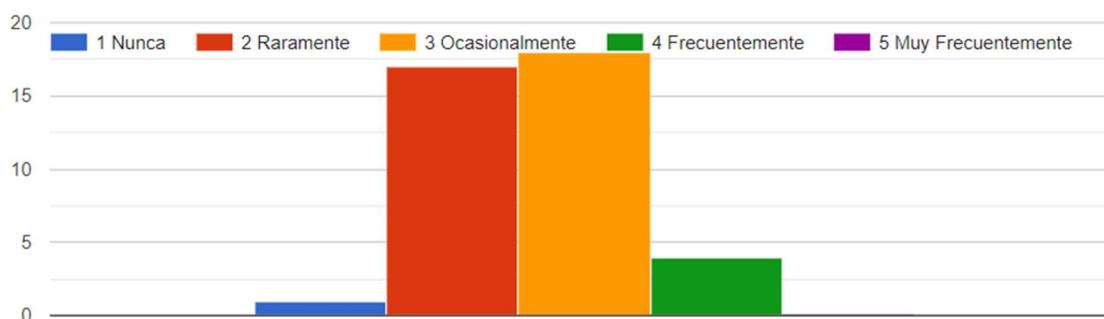
## 15.- Se consideran las estrategias aplicadas para la reactivación económica.

**Tabla 18** Estrategias para la reactivación económica

OPCION	Fr	%
Nunca	1	2.5%
Raramente	17	42.5%
Ocasionalmente	18	45%
Frecuentemente	4	10%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Porcentajes de encuestados, sobre las estrategias para la reactivación económica

**Figura 16** Estrategias para la reactivación económica



**Nota:** Representación gráfica, de las estrategias de reactivación económica del GAD.

### Análisis e interpretación

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre sí se consideran las estrategias aplicadas para la reactivación económica, un 2.5% (1 persona) respondió que nunca, un 42.5% (17 personas) respondió que raramente, un 45% (18 personas) respondió que ocasionalmente y un 10% (4 personas) respondió que frecuentemente. Con complicitad entre sectores relacionados en el turismo aplican estrategias para el crecimiento y reactivación económicas con planes de acción inmediatas desde el 2016, post terremoto y hoy actualizadas después de la crisis sanitaria global que afecto directamente a la economía.

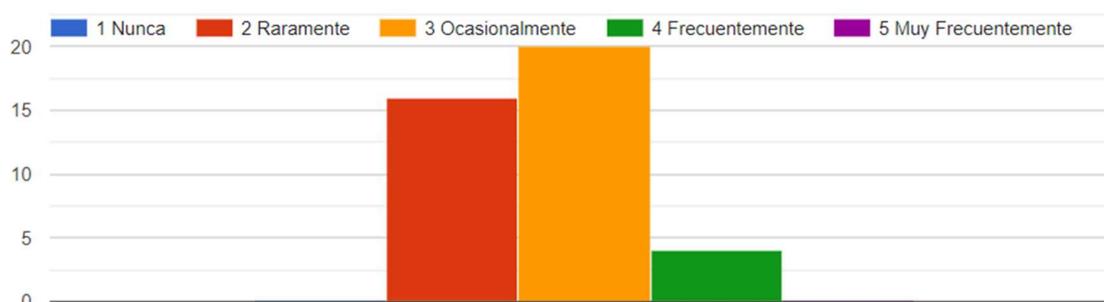
**16.- Los procesos del GAD parroquial funcionan en conjunto a como están definidos en el sector en el que incide.**

**Tabla 19** Los procesos del GAD

OPCION	Fr	%
Raramente	16	40%
Ocasionalmente	20	50%
Frecuentemente	4	10%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Representación porcentual, de los procesos del GAD.

**Figura 17** Los procesos del GAD



**Nota:** Frecuencia de la escala del Likert, de los procesos de GAD.

### **Análisis e interpretación**

Del total de gerentes y administradores encuestados sobre sí Los procesos del GAD parroquial funcionan en conjunto a como están definidos en el sector en el que incide el 40% (16 personas) indicaron que raramente, el otro 50% (20 personas) respondió que ocasionalmente y el 10% (4 personas) respondió que frecuentemente. Finalizando la charla amena se puede enunciar que los procesos funcionales, pero no de tal manera en la operacionalización que enmarca un correcto régimen, el sector de alojamiento y el de servicio de comida sobrevive gracias a la interacción intra empresarial y por los seguimientos de procesos nacionales del gobierno.

## 2.2 Marco administrativo

### 2.2.1 Recursos

### 2.2.2 Institucionales

- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

### 2.2.3 Humanos

Los recursos humanos que desarrollaron y supervisaron la elaboración del estudio son:

- Estudiante: Vera Calle Garyk Joshue
- Docente: Ing. Juan Moreira

### 2.2.4 Materiales

**Tabla 20** Número de materiales, servicios y equipos utilizados.

MATERIALES	SERVICIOS	EQUIPOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lapiceros</li> <li>• Cuadernos</li> <li>• Carpetas</li> <li>• Libros</li> <li>• Hojas</li> <li>• Lápiz</li> <li>• Impresora</li> <li>• Reglas</li> <li>• Borradores</li> <li>• Periódicos</li> <li>• Tesis</li> <li>• Proyectos</li> <li>• Revistas</li> <li>• Artículos</li> <li>• Revistas científicas</li> <li>• Profesores</li> <li>• GAD parroquial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet</li> <li>• Servicios Básicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop</li> <li>• Computadora</li> <li>• Teléfono Móvil</li> </ul>

**Nota:** Recursos Materiales

### 2.2.5 Económicos

**Tabla 21** Número de recursos económicos utilizados y sus precios

RECURSOS	PRECIOS (\$)
• Lapiceros	• \$ 3,00
• Cuadernos	• \$ 1,50
• Carpetas	• \$ 2,00
• Libros	• \$ 0,50
• Revistas	• \$ 0,50
• Hojas	• \$ 50,00
• Lápiz	• \$ 2,00
• Internet	• \$ 20,00
• Servicios Básicos	• \$ 5,00
• Laptop	• \$ 800,00
• Computadora	• \$ 0,00
• Teléfono Móvil	• \$ 300,00
• Electricidad	• \$ 100,00
• impresiones	• \$ 10,00
• Movilidad	• \$ 100,00
	= \$ 1394.50

**Nota:** Recursos Económicos

### 3. DISEÑO DE LA PROPUESTA

#### 3.1 Propuesta

Este enfoque de la competitividad de las pymes concretamente en el sector alojamiento y servicio de comidas en Cojimés cantón Pedernales, tiene como finalidad obtener factores determinantes para el impulso del mismo.

#### 3.2 Generalidades

Indagamos los datos correspondientes de aquellos factores determinantes y sus dimensiones en la competitividad y podemos afirmar que es necesario que la actividad de alojamiento y servicio de comida sea impulsada mediante las pymes.

#### 3.3 Objetivos

##### 3.3.1 *Objetivo General*

Desarrollar e Implementar estrategias que mejoren la competitividad de las pymes dedicadas a las actividades de alojamiento y servicio de comidas de Cojimés cantón Pedernales.

##### 3.3.2 *Objetivo Específico*

- ✓ Implementar un plan de acción en la innovación de los procesos
- ✓ Determinar de qué manera la aplicación de estas estrategias favorecerían la flexibilidad organizacional
- ✓ Establecer un sistema de información que ayude en el marketing turístico
- ✓ Implementar herramientas de TICs para mejorar la gestión por procesos del GAD Parroquial.

### **3.4 Importancia de la propuesta**

La importancia que tiene la propuesta de este trabajo es superar la situación problemática encontrada, de tal manera que las actividades de alojamiento y servicio de comida de la parroquia Cojimés cantón Pedernales cambien, mejoren, se impulsen y sean sostenibles.

### **3.5 Justificación de la propuesta**

De acuerdo a la información recaudada se pudo reconocer que dichos factores determinantes de las pymes carecen en el sector y no son aplicadas de buena manera, la cual no beneficia a los sectores de alojamiento y servicio de comida, así mismo, es necesario utilizar un método de adaptación en la comunidad para así distribuir información requerida y necesaria, de tal manera que se puedan implementar los factores determinantes de competitividad específicamente en el impulso de aquellas actividades de alojamiento y comida.

### **3.6 Desarrollo de la propuesta**

Mediante la propuesta planteada, se diseñan las estrategias y los objetivos que establecerán las pautas para superar la situación problemática estudiada.

**Tabla 22** Desarrollo de la propuesta

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Importancia</b>	<b>Acciones</b>	<b>Recursos</b>
Monitorizar las redes sociales y de esa manera tomar la crítica como una oportunidad para fomentar la oportunidad de satisfacer las necesidades de los clientes, para mejorar los sectores continuamente ayudándole con ello a mantener la economía.	La mejora continua de las estrategias establecidas entre los sectores de hotelería y servicio de comida para que estén en constantes relaciones económicas y publicitarias.	Es de mucha importancia que la ventaja competitiva siga siendo el foco común entre estos dos sectores y con el GAD parroquial, con ello la necesidad de satisfacerlo.	1.-Manejo adecuada de las competencias centrales a través de un conjunto de compromisos y acciones. 2.- Formación y preparación de todo el personal de los sectores de alojamiento y servicio de comida para lograr la perfección en la competitividad. 3.- Mejorar la relación con el GAD parroquial, manteniendo un constante seguimiento y mostrar interés en ellos para la posterior fidelización.	<b>HUMANOS</b> - Presidente de la asociación hotelera. - Presidente del GAD parroquial de Cojimíes  <b>MATERIALES</b> - Computadoras - Laptops - Celulares
Establecer factores como innovación y recursos financieros que deben ser gestionados para generar una ventaja competitiva imperecedera, así como relacionar estos con los indicadores que permitan a los empresarios y comerciantes señalar que han alcanzado sus objetivos.				

**Elaborado por:** Garyk Joshue Vera Calle

Mejora continua de las relaciones

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Importancia</b>	<b>Acciones</b>	<b>Recursos</b>
<p>Establecer lasos entre las empresas del sector de alojamiento y sector de servicio de comida para consolidarse en el mercado local, con esto lograr posicionarse en mercados externos, traduciéndose en la obtención de niveles de rentabilidad satisfactorios para sus propietarios. Una estrategia primordial es establecer modelos de gestión que les apruebe tener una mayor competitividad asegurando su sostenibilidad en el tiempo. Este es un factor clave de éxito en las PYMES, ya que esta maleabilidad, les permite su adaptación a los cambios en el mercado</p>	<p>Perfeccionar y crear más canales de distribución y llegada al destino.</p> <p>Crear y promover los sectores de alojamiento y servicio de comida para que el trismo sea dinámico y potencia comercial.</p>	<p>Analizar un factor específico que permita dilucidar los factores claves que afectan la competitividad en el sector de alojamiento y servicio de comida.</p>	<p>1.- Tener una capacidad estratégica clave que las lleve a una posición diferenciada en el mercado, apoyando su supervivencia</p> <p>2.- Satisfacer las necesidades de los clientes ofreciendo productos de calidad, como ventaja competitiva, es un concepto apoyado por diferentes autores, entre los que están Rodríguez (2008), Peñaloza (2004).</p> <p>3.- Implementar la gestión total de la calidad, y provee a las organizaciones de un modelo de éxito para la satisfacción de sus PYMES.</p>	<p><b>HUMANOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presidente de la comisión hotelera de la parroquia Cojimíes</li> <li>- Gad parroquial de Cojimíes</li> <li>- Cliente</li> <li>- Proveedores</li> <li>- Asociación de emprendedores de la parroquia Cojimíes</li> </ul> <p><b>MATERIALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Laptops</li> <li>- Folletos</li> <li>- Computadoras</li> <li>- Revistas</li> <li>- Celulares</li> </ul>

**Elaborado por Garyk Joshue Vera Calle**

Planificación de estrategias para la sostenibilidad de los sectores

#### 4. CONCLUSIONES

Se puede concluir que en la innovación de procesos no existe un respectivo control dentro del sector administrativo para proveer los insumos tecnológicos y además muestra una deficiencia en el ámbito tecnológico, también que la innovación por procesos de los sectores de alojamiento y sector de servicio de comida mediante la tecnología, no es aplicable a la captación de sus recursos es por eso que el vínculo entre una empresa y su consumidor final tiende ocasionalmente a ser confiable pero no asegura que es el método correcto y se podría mejorar más en su función.

Se puede establecer que el uso actual de herramientas en la flexibilidad organizacional no es nada factible y que raramente tiende a obtener un efecto favorable referente al manejo del crecimiento entre ambos sectores esto percibe un desgaste en las relaciones entre el sector hotelero y servicios de comida con el GAD parroquial ya que no se consideran buenos los instrumentos de desempeños emitidos ni la sostenibilidad económica que se maneja referente a la innovación y flexibilidad organizacional por esto la plaza está asociada en reorganización de estrategias del GAD para la mejora continua de sus actividades dentro del sectores hotelero y servicio de comida.

Se puede conocer que sigue siendo deficiente la relación publicitaria dentro del marketing turístico y además tienen como labor principal el aporte individual de sus propios socios para el crecimiento de ambos sectores, este tomado como un plan de reestructuración zonal en base incentivar el turismo como fuerza económica interna.

Se puede concluir que los factores determinantes de competitividad en la gestión por procesos existen diferencias dentro de la población, pero la mayoría concordó que la mejora continua les ayuda a la actualización o innovación para el crecimiento y reactivación económicas con planes de acción inmediatas desde el 2016 y estar a un nivel de competitividad viable y ayudar al cantón con su reactivación post terremoto y post pandemia.

## 5. RECOMENDACIONES

Se puede recomendar que la inversión en talento humano debe ser uno de los factores claves de la dimensión de innovación de procesos ya que todo cambio que sea significativo debe ser introducido en la forma de ejecutar una tarea determinada. Innovar no es relativo a crear cosas nuevas, sino que la innovación también puede englobar algo lo suficiente como para crear un proceso totalmente distinto al que se seguía inicialmente.

Otra recomendación para los factores determinantes de competitividad de las PYMES en el sector de alojamiento y sector de comida puede ser el uso de la ISO 22316, Seguridad y resiliencia - Directrices para la flexibilidad organizacional, es la que está siendo desarrollado en el Comité Técnico ISO / TC 292. Esta cuenta con un marco para ayudar a las organizaciones, poniéndolas a prueba de futuro de su negocio mediante la construcción y el mantenimiento de su la capacidad de Adaptarse al cambio y renovarse ante cambios complejos.

También como algo primordial le facilitaría utilizar marketing turístico como promoción de lugares que realizan empresas de sectores de alojamiento, locales de pasatiempo, restaurantes, empresas que se embarquen en el sector turístico y otros organismos públicos.

Se recomienda al GAG parroquial promover campañas de capacitación para mejorar y prolongar los diferentes sectores turísticos en una mejor gestión conjunta ya que estas van a determinar el factor éxito de la parroquia Cojimíes; y establecer un orden en la ejecución del plan de acción en referencia a la reactivación económica, con los debidos cumplimientos de los procesos gubernamentales.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, B. (2019). Modelo de desarrollo utilizando un sistema de información gerencial en la competitividad del sector comercial en la ciudad de Portoviejo.  
<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/980/Modelo%20de%20desarrollo%20utilizando%20un%20sistema%20de%20informaci%C3%B3n%20gerencial%20en%20la%20competitividad%20del%20sector%20comercial%20en%20la%20ciudad%20de%20Portoviejo.pdf?seque>
- Antonio, A., & Gregorio, S. (2003). Orientaciones estratégica, características de gestión y resultados: un estudio en las PYME españolas. *ICE*, 169-187.  
[https://www.researchgate.net/publication/28065298\\_Orientaciones\\_estrategica\\_caracteristicas\\_de\\_gestion\\_y\\_resultados\\_un\\_estudio\\_en\\_las\\_PYME\\_espanolas](https://www.researchgate.net/publication/28065298_Orientaciones_estrategica_caracteristicas_de_gestion_y_resultados_un_estudio_en_las_PYME_espanolas)
- Alonso, S. G., & Quijano, C. C., (2019). Nivel de competitividad de las pymes del sector hotelero en Bogotá, un análisis de sus factores determinantes (Tesis de pregrado). Universidad Santo Tomás, Bogotá, Colombia.  
<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/17440?show=full>
- Balseca, D., & Cabanilla, O. (2016). IMPACTO DEL MARKETING TURÍSTICO EN EL DESARROLLO DE.  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47353/1/TESIS%20DIANA%20BALSECA%2015.11.2016.pdf>
- Briones, M., & Mendoza, C. (2016). FACTORES QUE DETERMINAN EL ÉXITO DE LAS PYMES DE SERVICIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL DURANTE EL PERÍODO 2005 al 2015. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6805/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-326.pdf>
- Comision Europea . (2015).  
<https://quiasbus.us.es/c.php?g=408886&p=2785347#:~:text=Emprendimiento%20%2F%20Emprendedor%20%2F%20Iniciativa%20empresarial%20%2F%20Innovaci%C3%B3n&text=Desde%20el%20punto%20de%20vista,oportunidad%20que%20brinda%20el%20mercado%22>.

Enciclopedia. (2019).

[https://es.wikipedia.org/wiki/Plan\\_\(desambiguaci%C3%B3n\)#:~:text=Un%20plan%20suele%20referirse%20a,metas%20y%20tiempos%20de%20ejecuci%C3%B3n.](https://es.wikipedia.org/wiki/Plan_(desambiguaci%C3%B3n)#:~:text=Un%20plan%20suele%20referirse%20a,metas%20y%20tiempos%20de%20ejecuci%C3%B3n.)

Garzon, N., Kulfas, M., Palacios, j., & Tamayo, D. (2016).

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/SECTOR%20MANUFACTURERO.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de Investigación*. México:

EDITORES, S.A. DE C.V. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Herrera, G. (2011). EL DISTRITO TURÍSTICO RURAL COMO MODELO DE COMPETITIVIDAD. CASO APLICATIVO CANTÓN PEDERNALES - PROVINCIA DE MANABÍ. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7642/7/TFLACSO-2011GPHE.pdf>

Iavarone, P. (2012). *COSTOS POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN: SU APLICACIÓN A LA INDUSTRIA PANIFICADORA*.

[https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitaes/5230/iavaronitrabajodeinvestigacion.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitaes/5230/iavaronitrabajodeinvestigacion.pdf)

Joaquín, P. (2012). *La calidad como factor determinante de la competitividad de la pyme veracruzana*. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2012/3.20.pdf>

Lorenzi, P. (1997). *Gestión: Calidad y competitividad*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

<https://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=6286>

Martínez, J. (2019). "Análisis de la incidencia del crédito público y su aporte al desarrollo agrícola en el cantón Paján; periodo 2012-2016".

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40824/1/T-MARTINEZ%20PARRALES%20JOHANA.pdf>

MedlinePlus. (2019). <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/002387.htmO.M.S.>

Morante, J., Vélez, X., & Holguín, A. (2020). Factores determinantes de competitividad de las pymes de la Provincia de Manabí sector transporte de carga pesada.

[file:///C:/Users/peter/Downloads/319-Texto%20del%20art%C3%ADculo-605-1-10-20201212%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/peter/Downloads/319-Texto%20del%20art%C3%ADculo-605-1-10-20201212%20(1).pdf)

- Oddone, N., & Alarcon, P. (2016). *Fortalecimiento de la cadena de turismo de Antigua Guatemala y de los municipios rurales del Departamento de Sacatepéquez*. Mexico: Naciones Unidas. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/39871>
- Pérez, J., & GardeyAna. (2008). *Definicion*. <https://definicion.de/hipotesis/#:~:text=Con%20origen%20en%20el%20t%C3%A9rmino,un%20efecto%20o%20una%20consecuencia>.
- Quijje, P. (2016). *Memoria primer congreso internacional innovación, tecnología y emprendimiento social post-desastre*. Compiladores. Ecuador: Mar Abierto. [https://issuu.com/marabierto/leam/docs/memoria\\_congreso\\_innovacion\\_tomo\\_un](https://issuu.com/marabierto/leam/docs/memoria_congreso_innovacion_tomo_un)
- Sierra, I. (2017). *Plan estratégico para el área de ventas de la empresa Pikeros, operador de turismo, para mejorar su competitividad en el mercado en la ciudad de Guayaquil*. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9278/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-442.pdf>
- Tamayo. (1997). *El Proceso de la Investigación científica*. México: Limusa. [https://books.google.com.cu/books/about/El\\_proceso\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_cient%C3%ADf.html?id=BhymmEqkkJwC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.cu/books/about/El_proceso_de_la_investigaci%C3%B3n_cient%C3%ADf.html?id=BhymmEqkkJwC&redir_esc=y)
- Sacoto, V., & Ron.(2017). *Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total*. <http://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>

## 7. ANEXOS

### Anexo 1: Escala de puntuación y medición de las variables y sus dimensiones

Conformación en el cuestionario de las variables y dimensiones

Competitividad	Innovación	1, 2, 3, 4,
	Flexibilidad	5,6,7,8
	Marketing	9,10,11,12
	Gestión de procesos	13,14,15,16

Mi nombre es Garyk Joshue Vera Calle soy estudiante de la ULEAM. La presente encuesta tiene únicamente fines de investigación del estudio titulado **“FACTORES DETERMINANTES DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEDICADAS A LAS ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y SERVICIO DE COMIDAS DE COJIMIES.”**.

### Anexo 2: Información general

Sexo	Tiempo en la empresa
a) Femenino ( )	a) 1 a 2 años ( )
b) Masculino ( )	b) 3 a 5 años ( )
	c) Más de 5 años ( )

### Anexo 3: Formato de Encuestas realizada

Indicaciones: a continuación, se le presentará una serie de enunciados, en donde tendrá que responder según su criterio, para obtener resultados objetivos. Señale con una X el enunciado que más describa su realidad. considere la valoración de los siguientes rangos:

Nunca (1) Raramente (2) Ocasionalmente (3) Frecuentemente (4) Muy frecuentemente (5)

No	Encuestados	1	2	3	4	5
Innovación por proceso						
1	Reciben los servicios tecnológicos que el GAD parroquial de Cojimies proporciona al					

	sector de alojamiento y servicio de comida.					
2	¿Se les facilita la adquisición de los insumos de servicios por medio de tecnología?					
3	El sistema de redes comerciales del sector de alojamiento y de servicios de comida implementado en el GAD de Cojimíes es confiable.					
4	Se evidencia un orden en el sector de servicios de comida para el pedido de insumos.					
Flexibilidad organizacional						
5	La comunicación que existe entre el sector de alojamiento y servicio de comida es factible para el crecimiento.					
6	¿Considera la información con la que cuenta la empresa sobre la competencia acerca de los productos, ventas, precios, calidad y de los servicios?					
7	Existe comunicación entre la administración del sector de alojamiento y servicio de comida con el GAD parroquial					
8	Considera la posibilidad de reorganizar las estrategias tomadas por el GAD para el crecimiento del sector hotelero y servicios de comida.					
Marketing turístico						

9	¿Cómo califica la gestión publicitaria del GAD parroquial?					
10	Que factibilidad tiene Las estrategias de marketing implementadas por el GAD para la reubicación sectorial.					
11	Los recursos tecnológicos con los que cuenta la asociación hotelera son competitivos.					
12	La extensión de publicidad para alentar al turismo empleado por el GAD parroquial dentro del sector es eficaz					
Gestión por proceso						
13	¿Se aplica la mejora continua dentro de la organización?					
14	La capacidad de mejorar las estrategias de competitividad con relación al sector de alojamiento tiene solidez administrativas					
15	Se consideran las estrategias aplicadas para la reactivación económica.					
16	Los procesos del GAD parroquial funcionan en conjunto a como están definidos en el sector en el que incide.					

## Anexo 4: Envío de formulario de encuesta

Formulario sin título

Preguntas Respuestas **40** Configuración

Sección 1 de 5

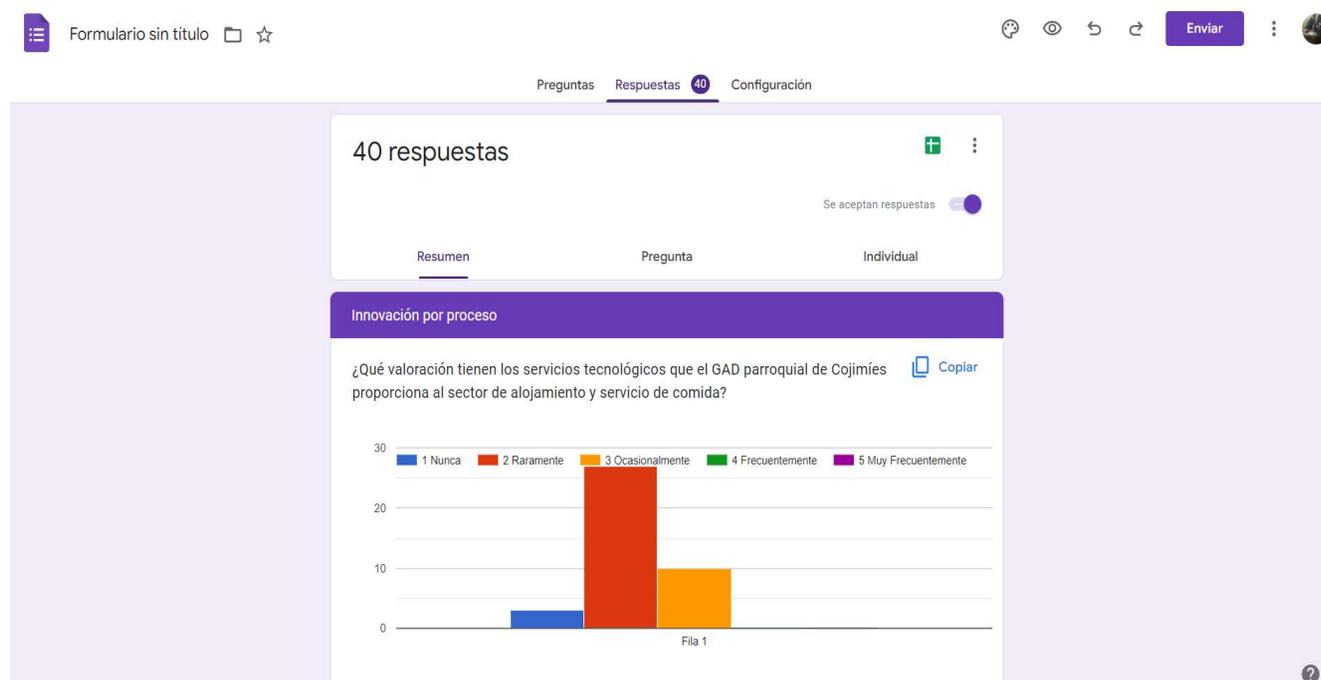
**“FACTORES DETERMINANTES DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEDICADAS A LAS ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y SERVICIO DE COMIDAS DE LA PARROQUIA COJIMIES CANTÓN PEDERNALES.”**

Indicaciones: a continuación, se le presentará una serie de enunciados, en donde tendrá que responder según su criterio, para obtener resultados objetivos. Señale con una X el enunciado que más describa su realidad, considere la valoración de los siguientes rangos:

Nunca (1) Raramente (2) Ocasionalmente (3) Frecuentemente (4) Muy frecuentemente (5)

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

## Anexo 5: Recibimiento de respuestas de los encuestados.



**Anexo 6: Reunión con parte del comité hotelero y de restaurantes de Cojimies.**

