

ESTRATEGIAS PARA LA ADOPCIÓN Y CREACIÓN DE REDES EFICIENTES EN LAS PYMES EN EL SECTOR HOTELERO EN PEDERNALES.

Strategies for the adoption and creation of efficient networks in PYMES in the hotel sector in Pedernales

Sara Cristina Álava Molina

Universidad Laica “Eloy Alfaro” De Manabí- Extensión Pedernales

RESUMEN

Debido a la gran competitividad que existe dentro del mundo empresarial las PYMES se ven amenazadas a buscar estrategias que mejoren su desarrollo económico empresarial cuya finalidad es alcanzar sus objetivos y como respuesta principal está el adoptar las redes colaborativas, recalando que el sector hotelero se ha convertido en desarrollo de la economía local, por ello, el objetivo principal de este estudio es identificar estrategias colaborativas viables para fortalecer el comercio local entre las PYMES del sector hotelero en el cantón Pedernales, provincia de Manabí, por lo tanto, la metodología aplicada fue de manera cualitativa con enfoque descriptivo y analítico, centrada en la revisión documental. Los resultados indican que, si está aplicando ciertas estrategias colaborativas entre PYMES del sector hotelero lo que representa una vía factible para impulsar el desarrollo comercial de Pedernales, sin embargo, ante muchos eventos ocurridos en el cantón su desarrollo va de manera lenta.

PALABRAS CLAVES: PYMES, Pedernales, economía local, redes colaborativas, sector hotelero

ABSTRACT

Due to the intense competition within the business world, SMEs are threatened and forced to seek strategies to improve their economic development in order to achieve their objectives. A primary response has been the adoption of collaborative networks, given that the hotel sector has become crucial to the development of the local economy. Therefore, the main objective of this study is to identify viable collaborative strategies to strengthen local commerce among SMEs in the hotel sector in the Pedernales canton, Manabí province. The methodology employed was qualitative with a descriptive and analytical approach, centered on document review. The results indicate that the application of certain collaborative strategies among SMEs in the hotel sector represents a feasible way to boost commercial development in Pedernales. However, due to numerous events occurring in the canton, this development is progressing slowly.

KEY WORDS: PYMES, Pedernales, local economy, collaborative networks, hotel sector

INTRODUCCIÓN

Dentro del ámbito global, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) están siendo vistas como el motor base para el desarrollo económico ya que más del 90% de empresas se clasifican como PYMES, así como la generación del 70% de trabajo en el mayor fragmento de países (Organización Internacional del Trabajo, 2019). La relevancia que existe en Latinoamérica es mayor debido al papel en la inserción económica, el progreso regional y la generación de empleo local (CEPAL, 2021). En lo que respecta al sector ecuatoriano, las PYMES contribuyen con más del 60% de la ocupación nacional y es así como se vuelven partícipe de manera significativa en el Producto Interno Bruto (INEC, 2022). En zonas costeras como lo es Pedernales, un sitio característicamente afectado por fenómenos naturales y discrepancias estructurales, en donde el comercio local depende en gran providencia de estos mecanismos productores (Maldonado y Cevallos, 2021).

Diferentes ilustraciones científicas han identificado que las redes colaborativas establecen una estrategia viable para desarrollar la resiliencia y la competitividad de las PYMES. Como, por ejemplo, Del Carpio-Gallegos y Miralles (2021) recalcan que las redes de colaboración facilitan la innovación tecnológica permitiendo una mejor conciliación a cambios del entorno. Del mismo modo, Rojas Lema (2021) mediante un procedimiento de

medición del desempeño plantea dentro de las redes de colaboración en sector agroindustrial ecuatoriano, acentuando su impacto positivo en la eficiencia organizacional. Pérez Sisa (2020) refuta que con una asociatividad empresarial se logra fortificar la competitividad en las PYMES del Ecuador al proporcionar acceso a los recursos y a los mercados. El presente artículo tiene como objetivo Identificar estrategias colaborativas viables para fortalecer el comercio local entre las PYMES del sector hotelero en el cantón Pedernales, provincia de Manabí, tomando como base una revisión documental estructurada.

REVISIÓN LITERARIA

En los últimos años el desarrollo económico mundial se basa en las actividades productivas tanto de comercio como de servicio, por lo tanto, el turismo es una de esas actividades generadoras de grandes ingresos económicos y en conjunto con el sector hotelero juega un papel fundamental dentro del incremento en las actividades turísticas de la sociedad (Orlandini et al., 2019).

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) juegan un rol determinante en la economía de los países en desarrollo, no solo por su capacidad para generar empleo, sino también por su cercanía con las dinámicas territoriales. Desde ese punto se puede destacar que, las PYMES del sector hotelero representan una fuente clave de desarrollo económico local. Según el INEC (2022), el 90%

representan empresas hoteleras nacionales, que aprovechan el atractivo turístico y cultural con la que cuenta el cantón que ayuda a fomentar el turismo.

Uno de los desafíos que el sector hotelero constantemente tiene que afrontar es la competencia de alojamientos de bajo costo y largo plazo lo cual se deduce que existe una reducción dentro de los márgenes de utilidad. Ante esta situación, los departamentos financieros deben generar información honesta para recuperar la confianza, aunque en momentos de crisis, los informes financieros suelen ser subestimados, es por ello, que la industria hotelera necesita implementar una gestión administrativa y financiera moderna, con procesos internacionales, innovación tecnológica y un servicio personalizado, por lo tanto, una estrategia recomendable es aplicar benchmarking para mejorar su gestión comparándose con otras empresas del sector tal como lo manifiesta Jiménez (2021).

La actividad hotelera se ha convertido en una parte fundamental dentro del turismo, puesto que permite ofrecer servicios esenciales y dinamizan sectores como la gastronomía, transporte y comercio, sin embargo, desde el punto de desarrollo económico de un lugar, quienes se encuentren por debajo se enfrentan a desafíos como la estacionalidad, la competencia informal y la limitada coordinación con otros actores. Por esta razón, la gestión profesional y la colaboración entre

empresas de la misma localidad resultan ser piezas claves para lograr obtener la sostenibilidad y competitividad en el sector (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Alcívar Vera (2018) manifiesta que según datos del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) las provincias más visitadas en el 2017 fueron Guayas, Santa Elena, Manabí, Pichincha y Esmeraldas; y que en el informe de rendición de cuentas 2020 del MINTUR, buscan plantear la reactivación turística por el Covid-19, priorización los destinos turísticos, ofreciendo oportunidades de inversión conociendo el número de demandas turísticas, de las cuales las provincias que destacan son: Galápagos, Manabí, Santa Elena, Esmeraldas y Guayas en la costa, en la región Sierra Pichincha, Imbabura, Tungurahua y Azuay, y en la Amazonía están las provincias de Napo, Orellana y Pastaza (Ministerio del Turismo del Ecuador, 2020).

En la provincia de Manabí se encuentra el cantón Pedernales que después de ser una de las fuentes más importante dentro del sector camaronero en los últimos años ha tenido una importante evolución en el sector hotelero, gracias a su ubicación geográfica se ha hecho notorio su desarrollo de infraestructura turística y hotelera con la finalidad de cubrir la demanda local, nacional e internacional (Alcívar et al., 2022).

De la misma manera, el “Plan de estrategias para la reactivación económica del cantón Pedernales”,

desarrollado por el Observatorio Territorial Multidisciplinario (OTEM) de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (OTEM, 2020), indica que existe 81 establecimientos de hospedaje.

Una de las estrategias examinadas para la activación del sector turístico indica que es necesario fortalecer los mecanismos económicos y financieros con la finalidad de prevenir, fomentar y diversificar de la producción turística (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2020)

A medida que la evolución tecnológica va incrementando y da paso a una globalización más actualizada, (Yuwono, Suroso & Novandari, 2024) hacen referencia a que las TIC por sus siglas Tecnologías de la Comunicación e Información aporten de manera significativa a las actividades que los individuos y las empresas realizan diariamente por este motivo refutan que, se convierten en una oportunidad ya que mejora la gestión, la productividad y la competitividad, convirtiéndose así en un reto a nivel empresarial y para ciertos sectores, puesto que en su mayoría factores como: el entorno, el mercado, el tamaño de las empresas y la resistencia al cambio, influyen directamente en procesos de innovación y adaptación de estas herramientas.

Las estrategias colaborativas se definen como un conjunto de acciones buscan generar beneficio mutuo, como una cooperación en áreas como compras, distribución, promoción o innovación. De esa manera el beneficio

con las que cuentan las PYMES es la reducción de costos, compartir riesgos y mejorar su capacidad de respuesta ante cualquier circunstancia (Del Carpio-Gallegos y Miralles, 2021). En este sentido, la colaboración no solo fortalece la competitividad, sino que también estimula la innovación y el desarrollo local.

Para los autores Saldaña y Estela (2020) y Lopes Souto et al. (2020), las estrategias colaborativas en el sector hotelero se enfocan en la economía colaborativa, utilizando plataformas P2P (peer to peer) o C2C (Citizen to Citizen) para conectar a personas y ofrecer servicios turísticos de forma innovadora para lo cual, se incluye la diversificación de la oferta de servicios, la creación de paquetes turísticos en colaboración con otras empresas del sector, y el aprovechamiento de espacios no utilizados.

Sin embargo, para Chunga et al. (2022) indican que, la forma cual se organizan las PYMES para compaginar con a una gran empresa es crecer mutuamente recurriendo a las redes empresariales con la finalidad de mejorar su estabilidad económica, la cual ya se está implementando en Ecuador.

Las redes empresariales permiten a las empresas, especialmente a las pymes, asociarse e integrarse para alcanzar objetivos comunes y mejorar en aspectos como la economía, la tecnología, la capacitación y la generación de conocimiento, a través del trabajo colaborativo y el

aprovechamiento de habilidades compartidas, las empresas enfrentan mejor los desafíos comunes, sin embargo muchos de los emprendedores suelen comenzar solos, pero el crecimiento del negocio exige colaboración, lo que lleva a buscar alianzas estratégicas para ampliar sus operaciones y capacidades (Business, 2022).

Según los criterios de Barradas et al. (2024) manifiestan que, el desarrollo y crecimiento empresarial se puede relacionar con la ejecución de las redes empresariales que buscan una mejora dentro de ellas y de esta manera se relacionan hacia el mismo sector, por lo tanto, estas unifican sus empeños e importancia con el fin de generar capacidades competitivas; a través de la difusión de entendimiento entre los miembros que le permiten mejorar sus habilidades.

Para Barradas y Rodríguez (2022) indican que el origen de las redes empieza cuando presenta una necesidad donde las PYMES se mantengan en el mercado y fortalezcan su competitividad, debidos a que requiere de aliados para de esta manera lograr llegar a sus objetivos sin perder sus intereses particulares, también se pueden identificar mediante tres puntos claves: la identidad afirmativa como conjunto, una finalidad estratégica en conjunto y el ingenio hacia la toma de resolución.

Vélez et al. (2019) indica que otros beneficios que se obtienen al implementar a una red empresarial se

puede mejorar la eficiencia en los procesos administrativos, financieros y comerciales, volviéndolas en una gran ventaja de competitividad de una manera innovadora dentro del mercado. Sin embargo, Pérez (2020) hace referencia que se debe mantener las precauciones necesarias del caso, puesto que presentan valiosas ventajas, pero cuando no existe la cooperación por parte de los demás socios puede ocasionar problemas ya sea en corto, mediano o largo plazo, lo que significaría un fracaso y desbalance dentro de la economía de la PYMES.

Adoptar una lógica de red implica, principalmente, un desafío y cambio en la mentalidad empresarial: pasar de competencia a ser parte de cooperación. Es por ello que, es necesario efectuar estrategias que incluyan la identificación de actores clave, el desarrollo de confianza mutua, comunicación efectiva y la formalización de acuerdos. Diversos autores González (2019); Del Carpio-Gallegos et al. (2021) coinciden en que los procesos de asociatividad deben ir acompañados de mecanismos de gobernanza claros, precisos y concisos, donde la única prioridad sea los incentivos para la participación activa y un enfoque territorial que atienda las necesidades locales.

Gracias a la innovación y a la evolución dentro del sector hotelero en actualidad las PYMES se han actualizado para efectuar un cambio dentro de la economía empresarial, por lo tanto, cuando existe mayor conocimiento e

información relacionada con las redes entre todos los integrantes los resultados y la eficacia será mejor, lo que se puede deducir a que la empresa tendrá un mejor rendimiento empresarial (Carmona et al., 2020).

Con el incremento de una estructura empresarial, se indaga las PYMES en donde refleje si pueden desarrollar competitivas ventajas, el desarrollo de economías y compromiso sólidos entre los participantes y así de esa manera poder generar alianzas (Barradas et al., 2024).

Dentro del Ecuador se encuentran experiencias asertivas sobre las redes de cooperación, inicialmente en los sectores agro industriales, artesanales y turísticos. Un ejemplo es Rojas Lema (2021) que en su investigación analiza cómo las redes agro productivas consiguieron incrementar en las organizaciones rurales una mejora significativa en la eficiencia mediante métricas en el rendimiento cooperativo. Asimismo, se evidencia que en el sector que hay aún una escasa documentación es el hotelero, así como las iniciativas comunitario y las cadenas de valor articuladas en lo que respecta a la costa ecuatoriana las que han resaltado que la cooperación interempresarial puede agilizar el gran comienzo en la economía en el desarrollo sostenible y la promoción de la localidad como destino turístico.

Dentro del sector hotelero uno de los cambios que se presentaron fue la implementación del marketing siendo esta un instrumento fundamental en la

rivalidad y sustentabilidad de hoteles. En línea universal, las planificaciones de marketing se han desarrollado a consecuencia de innovación tecnológica, a partir de enfoques convencionales con destino a prácticas con mayor innovación y digitalización, acaparando a los hoteles captación de mercados recientes, así como la fidelización a sus clientes y que presencien una gran complacencia (Ervina et al., 2022).

Una buena estrategia de marketing con dirección y ejecución pueden lograr captar clientes potenciales, así como recomendaciones aumentando de esta forma ocupación y la satisfacción del mismo, lo que conlleva a una elevación en los ingresos, así como fidelización por la excelencia en el servicio percibido (SerraCantallops et al., 2018)

Cho et al. (2021) manifiestan que la gran mayoría de las empresas hoteleras ecuatorianas deben efectuar estrategias de gestión que busquen aumentar su productividad y mantenerse competitivas y entre esas posibles estrategias, está el modelo Servucción lo cual permite analizar con profundidad y esmero cada uno de los procesos de servicio, identificando los pasos, las actividades y responsables involucrados con el fin de brindar una experiencia de calidad que supere las expectativas del cliente (Poon, 2023).

MATERIALES Y MÉTODOS

Diseño: en el presente estudio se realizó una revisión documental,

centrándose en documentos de diferentes sociedades científicas dedicadas al desarrollo económico, estrategias de implantación dentro de las PYMES del sector hotelero a nivel local, provincial e internacional, así como de artículos científicos, tesis, revisiones.

La metodología empleada es de tipo cualitativa, con enfoque descriptivo y analítico, centrada en la revisión documental. Según Sampieri et al. (2014) indica que cualitativo involucra investigación de tipo bibliográfico y de campo para obtener una comprensión integral del impacto de aplicar estrategias de redes empresariales dentro del crecimiento económico de los hoteles del cantón Pedernales.

Estrategias de búsqueda. Como primer paso se realizó una búsqueda en Google Scholar de documentos y artículos relacionados con: desarrollo económico, PYMES hoteleras, estrategias de redes eficientes para PYMES, así como semejantes en inglés. Los documentos que se utilizaron para realizar esta revisión fueron en español como en inglés, así mismo la documentación tenía una fecha de publicación que comprendía desde el año 2015 hasta el año 2025 con la finalidad de obtener los datos más actuales posibles. También se consideraron las referencias bibliográficas de los artículos seleccionados con el fin de rescatar otros estudios que resultaron muy potenciales para incluir dentro de esta investigación. Parte de esta

investigación se basaron a los fundamentos encontrados a través de revistas científicas tales como Redalyc, Scielo, DOAJ

Criterios de inclusión y exclusión. Dentro de esta búsqueda literario se incluyeron artículos científicos, tesis, revisiones, que aportaron con información relevante, se aplicó como criterio de inclusión como estudios realizados en PYMES de actividades hoteleras para luego sacar las conclusiones del estudio, también fue necesario tener el acceso del texto completo para lograr una comprensión adecuada del estudio, recalando su fecha de publicación que se encontrara dentro del rango establecido. Con relación a los criterios de exclusión aquellas opiniones que no contaban con un respaldo científico no fueron consideradas dentro de esta investigación al igual de las fuentes que sean de años anteriores del 2015 que no aporten datos claves y necesarios para esta investigación y documentos no relacionados al objetivo principal del estudio.

Extracción de datos. al principio de esta investigación bibliográfica se encontraron cerca de 180 artículos y estudios realizados, sin embargo 25 artículos mostraron información relevante que se relacionaban con el objetivo principal de esta revisión. Otro punto principal para definir qué información servía para esta investigación fue revisar detenidamente los abstracts y el documento completo para comprobar la relación que existe

con el objetivo principal de la revisión. Se extrajo información sobre la autoría, año, revista en la que se está publicando, país o región donde se realizó el estudio, sus resultados y las conclusiones del mismo.

Análisis de los datos. La información analizada se estructuró bajo 5 ejes temáticos de los cuales comprenden los siguientes: Las PYMES en el desarrollo local; El sector hotelero como motor turístico; Redes empresariales: conceptos y beneficios; Estrategias de adopción de redes en PYMES hoteleras; Experiencias de redes en el contexto ecuatoriano. Mediante la información recopilada permitió establecer y reconocer la situación actual por la que atraviesan las PYMES del sector hotelero en Pedernales.

RESULTADOS

Los documentos revisados destacan que muchas PYMES han logrado superar barreras económicas mediante alianzas informales y redes de confianza. En el caso del sector hotelero en el cantón Pedernales se pudo comprobar que el turismo es un actor vital para el desarrollo de la economía local y regional, esto se da gracias a la ubicación geográfica estratégica, las atracciones turísticas y la infraestructura determinan en gran medida el desarrollo de este sector, por lo tanto al analizar el entorno competitivo, se identifican factores como la calidad del servicio, la sostenibilidad y la capacidad de adaptación a las expectativas cambiantes de los turistas como elementos fundamentales para lograr el

éxito a largo plazo (Cedeño y Alcívar, 2024).

Dentro del sector hotelero es crucial conocer que aún se evidencia fallas presente dentro las empresas tradicionales del sector y las necesidades de los consumidores o huéspedes, que no han logrado satisfacer, por lo tanto la idea de una implementación del concepto de economía colaborativa en empresas de servicios turístico como Airbnb para servicios de alojamiento y Uber para servicios de transportación han logrado llenar las necesidades poco exploradas de los consumidores, ganando gran acogida por parte del mercado, demostrando que las empresas deben irse transformando para evitar que estas pierdan prestigio (Lopes Souto et al., 2020).

Por lo antes mencionado, se considera necesario resaltar que la evolución del Internet ha permitido la incorporación de nuevas plataformas tecnológicas en diversos sectores, incluido el hospedaje, puesto que estas plataformas han transformado la oferta de servicios al cliente, brindando soluciones diferenciadas tanto para anfitriones como para huéspedes. Además de facilitar las transacciones, han contribuido a resolver problemas de información y a reducir riesgos mediante seguros de responsabilidad por daños, lo cual ha sido clave para su éxito tal como lo afirman Cabezas y Cujilema (2022) indicando también que ayudan a mejorar la experiencia del servicio.

Para Zamora (2019) indica que, una estrategia viable para fortalecer el comercio local son el tener alianzas con las operadoras de turismo puesto que ellos ejercen un cargo fundamental en la influencia turística a nivel nacional como nivel local, al ser encargados de ofertar, diligenciar y concertar aquellos servicios turísticos de la ciudad y de esta manera fomentar una economía sostenible, por lo que en diversas localidades, se han ideado crear asociaciones entre las operadoras mejorando condición del servicio así también reducción de coste, conociéndole por la palabra "pool" misma que es definida una alianza en vínculo de distintas entidades que cooperando en término de extender su utilidad.

Aquellas entidades de la zona turística caracterizan por fragmentación, aquello que generan dependencia del progreso de manera sensato como insensato entre relaciones de colaboración, alianzas o redes(Rosero, 2021) por ello, en la actualidad no solo basta una ubicación atractiva que busque atraer visitantes para aumentar su economía si no, proporcionar a los visitantes una serie de elementos coherentes, tanto físicos como intangible, capaz de brindarles experiencias memorables, positivas y narrativa, lo manifiesta Moliner (2021).

El sacarle provecho a la tecnología es una de las herramientas más eficaces para conseguir el éxito considerando que, en un mundo cada vez más digitalizado, donde la mayoría de personas pasan una cantidad

significativa de tiempo en línea, el marketing digital ofrece una plataforma efectiva para llegar a los consumidores en el momento y lugar adecuado al utilizar medios digitales, como redes sociales, motores de búsqueda, correos electrónicos, sitios web, entre otros, para atraer, involucrar y convertir clientes en fuentes principales de desarrollo (Núñez y Miranda 2020).

DISCUSIÓN

Pedernales en los últimos años ha sufrido una transformación desde comunidad pesquera a destino turístico, lo cual no ha resultado fácil, recalcando ausencia de capital, desequilibrio social, carencia de políticas eficientes y deficiencia en la cooperación de entes reguladores de turismo nacionales y locales, el devastador acontecimiento como fue el terremoto del 16 de abril del 2016 (16A), que damnificó a gran escala el armadura dedicada al sector hotelero, así mismo la pandemia ocasionada por el COVID-19, hicieron que el progreso hotelero así como avance en destino turístico vaya un poco más lento tal como mencionan Alcívar et al (2022), sin embargo, para Cedeño y Alcívar (2024) el desarrollo económico sostenido en la industria hotelera puede servir como un motor para la revitalización de áreas urbanas degradadas o subdesarrolladas, contribuyendo a la regeneración de barrios y la mejora del entorno urbano en general, ahora analizando el sector turístico de Pedernales ha tenido una gran acogida tal como lo indica (Ministerio del Turismo del Ecuador, 2020), reconociendo a la provincia de

Manabí como uno de los centros turísticos .

A pesar de que el implementar una colaboración con empresas locales, realizar asociaciones con sitios web y plataformas online, desarrollar productos o servicios colaborativos y la utilización de herramientas digitales existe la carencia y desconocimiento de los mismo, como lo señala Muñoz (2022) indicando que, algunas organizaciones pueden enfrentar obstáculos en la plena adopción de estrategias digitales y dentro del sector hotelero del cantón Pedernales según una encuesta realizadas por los autores Alcívar et al. (2022) aún existe una parte de las PYMES del sector hotelero siguen utilizando un mecanismo poco rentable donde no hacen uso de ninguna plataforma para lograr fortalecer su economía pero por otro lado para García (2023) lograr desarrollar una óptima estrategia busca analizar los diferentes alineamientos turísticos, aquel que dispone un perfil turístico por visita teniendo en cuenta variables como: socio-económicas y demográficas considerando gustos, motivaciones, preferencias y necesidades por visitante.

Para Klewitz y Hansen (2015) indican, que las PYMES necesitan conocer sobre las innovaciones sustentables porque suelen involucrarse más con su entorno, pero muchas de ellas por su tamaño y poca experiencia, no siempre tienen éxito en su implementación, Por ello, las redes de conocimiento o de colaboración se vuelven fundamentales, al hacer posible

que las PYMES puedan explorar nuevos nichos de mercado y de esa manera reducir el uso de recursos y mejorar la calidad de vida de los habitantes y de sus empleados (Klewits, 2017).

Se infiere que implementando redes de colaboración se precisa de capacitaciones, así como sitios de acercamiento en comparación con enfoques tecnologizados, estrategias presentadas pueden acoplarse con fondos mínimos. Es necesario enfatizar que alianzas municipales y colaboraciones locales es un factor estratégico para nutrir estas redes en un periodo oportuno. Desde este análisis, la cooperación no incrementa las ventas como prioridad, sino que refuerza la estructura social y corporativa.

CONCLUSIONES

En virtud de la revisión documental desarrollada, se concluye que las estrategias colaborativas entre PYMES del sector hotelero del cantón representan una vía factible para impulsar y fortalecer el desarrollo comercial del cantón Pedernales aportando a la competitividad local y resiliencia de las PYMES en contextos críticos.

Es claro que el turismo genera una economía colaborativa fundamental y el cantón Pedernales goza de un gran atractivo turístico por estar ubicado en una de las zonas costeras más hermosas del Ecuador, aun cuando ha enfrentado desafíos como la recuperación del terremoto del 2016 y pandemia del COVID-19, desafíos que afectaron

directamente en la dinámica de la demanda y oferta del servicio.

También esta investigación recalca que desde esas redes de colaboración esta como punto principal el fomentar más el marketing digital lo cual conecta con el turista y el uso de las herramientas digitales con modelos innovadores siendo un punto de partida para esta sociedad globalizada aclarando que la publicidad online no solo impulsa la visibilidad, sino que también puede generar un retorno de inversión significativo, aspecto crucial para el crecimiento económico. Es así como el fortalecimiento de redes colaborativas, alianzas y cooperación con operadoras contribuirán al crecimiento económico y desarrollo sostenible e inclusivo de Pedernales.

La evidencia analizada indica que, aunque algunas PYMES aún utilizan modelos tradicionales y carecen de herramientas digitales, existen experiencias exitosas en las que la cooperación empresarial y el uso de

tecnología han generado beneficios, como mayor visibilidad y mejores servicios, lo cual sugiere que la adopción de redes colaborativas debe fortalecerse mediante capacitación y apoyo institucional para maximizar su impacto.

LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES

Para conocer un poco más profundo si dentro del cantón se está aplicando la implementación de redes de colaboración si era necesario realizar un estudio cuantitativo y así conocer de manera más clara, optima y veras los resultados

Se recomienda promover talleres participativos, incentivos municipales para redes de negocio y la creación de canales de comunicación permanentes entre los actores económicos del cantón. Asimismo, futuras investigaciones podrían aplicar entrevistas o encuestas para validar estas propuestas de manera empírica.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Organización Internacional del Trabajo. (octubre 2019). *El poder de lo pequeño: Hay que activar el potencial de las pymes*. ILO InfoStories: <https://webapps.ilo.org/infostories/es-ES/Stories/Employment/SMEs>

Alcívar Vera, I. (28 de febrero de 2018). *Turismo en la economía de Ecuador*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/turismo-en-la-economia-de-ecuador/>

Alcívar, V, Cedeño, M, Macías, U (2022). De comunidad pesquera a destino turístico: evolución hotelera en Pedernales (Ecuador) y propuestas ante la COVID-19.

Revista de Ocio y Turismo (ROTUR), 16(1), 14-35.
doi:<https://doi.org/10.17979/rotur.2022.16.1.8731>

Barradas, M. y Rodríguez, J. (2022). Redes empresariales, estrategia para impulsar el desarrollo de microempresas en zonas de atención rural prioritaria de la región Mixteca. *Un Espacio Para la Ciencia*, 5(1), 63-71.
<http://doi.org/10.5281/zenodo.7415926>

Barradas, M., Pérez, G., & y Rodríguez, J. (2024). Redes empresariales, elemento clave para impulsar el crecimiento de artesanos de la región Mixteca Oaxaqueña. *ReHuSo*, 9(2), 63-76. doi: <https://doi.org/10.33936/rehuso.v9i2.6655>

Business. (14 de agosto de 2022). Redes empresariales: qué son y cómo funcionan.

Cedeño, P. F., & Alcívar, V. I. (2024). Marketing digital en el crecimiento económico de los hoteles del cantón Pedernales experiencias investigativas III en la ULEAM. *Extensión Pedernales*, 311.

CEPAL. (2021). *Perspectivas económicas de América Latina 2021*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Cho, M., Bonn, M. A., & Jung, H. S. (2021). What drives restaurant competitive productivity (CP): a comprehensive examination at meso-micro levels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(9), 3065-3090. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-1040>

Chunga, L. R., Rodríguez, V. N., & Santana, M. V. (2022). Las redes empresariales y el crecimiento económico de las pymes en Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 145-160.

Yuwono, T., Suroso, A., & Novandari, W. (2024). *Information and communication technology in SMEs: A systematic literature review*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(31). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00392-6>

Del Carpio-Gallegos, J., & Miralles, F. (2021). El impacto de redes de colaboración en la innovación tecnológica en empresas. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), 119-136.

Ervina, E., Lanya, I., Budiarsa, I. M., & Mahendra, M. S. (2022). Hotel industry post covid-19: critical practice on hotel resilience. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 45(4 SPL), 1570–1578. <https://doi.org/10.30892/gtg.454spl05-976>

Garcia, P. L. (9 de febrero de 2023). Plan de promoción turística digital para el cantón Pedernales, provincia de. Obtenido de UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/20589/1/T-UCSG-PRE-ESP-TUR-20.pdf>

- INEC. (2022). Estadísticas de empresas y empleo. Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- Jimenez, J. R. (2021). Analisis de las estrategias financieras de las PYMES del sector hotelero de Guayaquil. Obtenido de Universidad Salesiana:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23746/1/UPS-GT004036.pdf>
- Klewitz, J. (2017). Grazing, exploring and networking for sustainability-oriented innovations in learning-action networks: an SME perspective. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 30(4), 476-503.
<https://doi.org/10.1080/13511610.2015.1070090>
- Klewitz, J. y Hansen, E. G. (2015). Sustainability-oriented innovation of SMEs: a systematic review. *Journal of cleaner production*. 65, 57-75.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.017>
- Lopes Souto Maior-Cabanne, C., Melo Silva Luft, M. C., & França de Abreu, A. (2020). ECONOMÍA COLABORATIVA EN TURISMO Estudio comparativo de modelos de negocio entre empresas tradicionales y de turismo colaborativo. . *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(3), 690-708.
- Lopes Souto Maior-Cabanne, C., Melo Silva Luft, M. C., & França de Abreu, A. (2020). ECONOMÍA COLABORATIVA EN TURISMO Estudio comparativo de modelos de negocio entre empresas tradicionales y de turismo colaborativo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(3), 690-708.
- Maldonado, A, Cevallos, P. (2021). Desarrollo económico y comercio en Pedernales post-terremoto. *Revista de Desarrollo Local*, 9(1), 88-102.
- Ministerio del Turismo del Ecuador. (2020). Informe de Rendición de Cuentas 2020. Quito: Ministerio del Turismo del Ecuador. Obtenido de
<https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2021/05/Informe-deRendicio%CC%81n-de-Cuentas-2020.pdf>
- Núñez, E. Miranda, J. (2020). Marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2915>
- Observatorio Territorial Multidisciplinario (2020). Plan de estrategias para la reactivación económica del cantón Pedernales.
<https://departamentos.uleam.edu.ec/observatorioterritorial/files/2021/04/Construccio%CC%81n-Resiliente-y-Sostenible-de-PedernalesVolumen-2.pdf>
- Obtenido de Business-latam: <https://business-latam.com/redes-empresariales-que-son-ycomo-funcionan/>

- Orlandini, I., Paco , P., Torricos , P. (2019). Crecimiento económico y la industria hotelera - Un análisis en dos ciudades patrimoniales del sur de Bolivia. Investigación &
- Poon, P. (2023). The effect of face on consumer responses to socially responsible hospitality brands: the role of consumption setting. Journal of Hospitality and Tourism Insights, 6(5), 2595-2609. <https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2022-0340>
- Saldaña, R; Estela, A. H. (2020). El turismo de los Millennials; Airbnb y la economía colaborativa. Gestión en el tercer milenio, 23(46), 99-106. .
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (Marzo-Mayo de 2020). Evaluación Socioeconómica PDNA Covid19 Ecuador. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación:
<https://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2020/12/Eval-SocEcon-10-Dic-ok.pdf>