



Revista Venezolana de Gerencia



Cómo citar: Orellana Orellana, C. P., Orellana Orellana, E. F., Pesantez Molina, W. G., y Toledo Mora, G. J. (2023). Emprendimientos turísticos en la provincia del Cañar – Ecuador: Un estudio desde la competitividad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(104), 1779-1793. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.104.25>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 28 No. 104, 2023, 1779-1793
octubre-diciembre
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Emprendimientos turísticos en la provincia del Cañar – Ecuador: Un estudio desde la competitividad

Orellana Orellana, Carlos Patricio*
Orellana Orellana, Edison Fernando**
Pesantez Molina, Wilson Geovanny***
Toledo Mora, Genesis Jamileth****

Resumen

El emprendimiento puede ser definido como una actividad económica que impulsa el desarrollo económico, en primera instancia, individual, para luego impactar en la sociedad. Cada actividad emprendida es el resultado de la innovación e iniciativa de un individuo o un grupo que pone al servicio de otros habilidades y competencias. el emprendimiento ha estado presente desde tiempos remotos y ha sido el impulsor de grandes empresas e industrias, por ello, el objetivo del artículo fue analizar la competitividad de los emprendimientos turísticos en la provincia del Cañar – Ecuador, considerándolos como una fuente importante de desarrollo económico para el país. Como soporte teórico se consideraron los aportes de Pera (1998), D'Alessio Ipinza (2008), Cairo (2003), Porter (1990) entre otros. Fue una investigación descriptiva, con diseño de campo, no experimental, transversal. La población estuvo conformada

Recibido: 28.02.23

Aceptado: 08.05.23

* Doctor en Ciencias Sociales, mención Gerencia, Universidad del Zulia – Venezuela; Magíster en Administración de Empresas, Universidad de Guayaquil – Ecuador; Ingeniero Empresarial, Universidad Católica de Cuenca; Docente de la Universidad Católica de Cuenca, (Cuenca-Ecuador). Investigador REG-INV-23-06451 SENESCYT. Email: corellanao@ucacue.edu.ec; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0958-7253>

** Doctor en Ciencias Sociales, mención Gerencia, Universidad del Zulia – Venezuela; Magíster en Administración de Empresas, Universidad de Guayaquil – Ecuador; Ingeniero Empresarial, Universidad Católica de Cuenca; Director de Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca, (Cuenca-Ecuador). Email: eforellanao@ucacue.edu.ec; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1714-2692>

*** Doctor en Ciencias de la Administración, Universidad Nacional Autónoma de México – México; Magíster en Administración de Empresas, Universidad de Guayaquil – Ecuador; Ingeniero Mecánico, Escuela Superior Politécnica del Litoral - Ecuador Docente de la Universidad Católica de Cuenca, (Cuenca-Ecuador). Email: wgpesantezm@ucacue.edu.ec; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0132-1554>

**** Estudiante de la Unidad de Titulación de la carrera de Administración de Empresas, Universidad Católica de Cuenca, (Cuenca-Ecuador). Email: genesis.toledo@est.ucacue.edu.ec; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7703-4773>

por los establecimientos del sector turístico de la zona costanera de la provincia del Cañar, ubicados en el cantón La Troncal. Como informantes claves se abordaron 27 gerentes, a través de un cuestionario conformado por 21 ítems con escala tipo Likert; el instrumento se sometió a validez a través del método Alfa de Cronbach arrojando un valor de confiabilidad de 0,942. Se concluyó que el crecimiento y permanencia en el mercado de los emprendimientos, depende del desarrollo de la competitividad empresarial, analizando el entorno y haciendo uso de la planificación estratégica para definir las estrategias y acciones necesarias para alcanzar los objetivos empresariales enfocados en el futuro.

Palabras clave: Competitividad; Emprendimientos turísticos; desarrollo económico; planificación estratégica.

Tourism ventures in the province of Cañar – Ecuador: A study from competitiveness

Abstract

Entrepreneurship can be defined as an economic activity that promotes economic development, in the first instance, individually, and then has an impact on society. Each activity undertaken is the result of the innovation and initiative of an individual or a group that puts skills and competencies at the service of others. Entrepreneurship has been present since ancient times and has been the promoter of large companies and industries, therefore, the objective of the article was to analyze the competitiveness of tourism ventures in the province of Cañar - Ecuador, considering them as an important source of economic development. for the country. As theoretical support, the contributions of Pera (1998), D'Alessio Ipinza (2008), Cairo (2003), Porter (1990) among others were considered. It was a descriptive investigation, with a field design, non-experimental, cross-sectional. The population was made up of establishments in the tourism sector of the coastal area of the province of Cañar, located in the canton of La Troncal. As key informants, 27 managers were approached, through a questionnaire made up of 21 items with a Likert-type scale; The instrument was validated through the Cronbach's Alpha method, yielding a reliability value of 0.942. It was concluded that the growth and permanence in the entrepreneurship market depends on the development of business competitiveness, analyzing the environment and making use of strategic planning to define the strategies and actions necessary to achieve business objectives focused on the future.

Keywords: Competitiveness; Tourism entrepreneurship; economic development; strategic planning.

1. Introducción

En el contexto comercial, la acción de emprender implica la unión de esfuerzos para lograr concretar una idea o proyecto en un bien o un servicio, consiste en el surgimiento de una idea y su concreción a través del uso, habilidades, destrezas, recursos económicos y análisis del entorno. La perspectiva sobre este tipo de crecimiento económico ha sido estudiada desde hace mucho tiempo por diferentes autores, iniciando con Schumpeter en 1934 y autores clásicos como Smith, Stuart Mill o Ricardo, dando vital importancia a su presencia en las economías de los países; aun cuando, muchos emprendimientos no consiguen su consolidación.

En este sentido, se reconoce el emprendimiento como un factor de desarrollo económico, incluso no solo adjudicado a un individuo, sino que la literatura también involucra el emprendimiento empresarial, cuando la innovación y la adaptación se hace presente en las empresas para lograr su renovación y sobrevivencia (Burns, 2001), emprender va más allá de iniciar un negocio, involucra la creatividad y la innovación en diferentes sectores que permitan el surgimiento de propuestas de negocios, así como su desarrollo y crecimiento.

Para Aguirre (2018) en el desarrollo del emprendimiento influyen factores externos tales como las políticas de apoyo e incentivos, características del sector, aspectos culturales, entre otros, adicional a las habilidades y recursos de quienes emprenden; al respecto, las estadísticas no son muy favorecedoras para América del Sur y en especial para Ecuador, según el informe anual del Banco Mundial (Revista Gestión

Digital, 2020: párr. 5) “ocupa la séptima posición y a nivel mundial el lugar 129, esto refleja la cantidad de trabas legales y la falta de fomento por parte del Estado y otros actores públicos y privados para desarrollar cualquier tipo de negocio”.

Para emprender en Ecuador el proceso de trámites y papeleo puede abarcar más de mes y medio, representando uno de los pasos más engorrosos para este país (Revista Gestión Digital, 2020), en contrapartida el trámite para el registro de la propiedad resulta bien evaluado. Emprender se constituye en una opción importante para la economía nacional, su crecimiento dependerá del impulso que las políticas públicas puedan impregnar a dicha acción.

Un elemento de impacto para los emprendimientos ya conformados, es el tema de la competitividad, una vez superado los avatares de su creación, corresponde desarrollar de forma planificada y estratégica el negocio, para lo cual es conveniente identificar las fortalezas y debilidades, así como las amenazas y oportunidades para poder aprovechar lo que ofrece el mercado en el área en la cual se comprueben las competencias.

En relación, la planificación estratégica permite a las empresas optimar el uso de los recursos humanos, técnicos y materiales para alcanzar los objetivos. Planificar, direcciona los esfuerzos, para alcanzar la competitividad, integra los esfuerzos organizacionales, alinea la actuación de todos los miembros de la organización, se ocupa del posicionamiento en el mercado, permite corregir desviaciones en los resultados, entre otros asuntos propios de la gestión organizacional (Jama-Zambrano, 2019).

Asimismo, Leyva et al, (2018)

manifiesta que la planificación estratégica cumple un rol importante para que una empresa sea competitiva e innove constantemente. Le corresponde engranar la gestión de cada área en una organización, iniciando con la gestión de la comunicación para lograr que cada actor tenga conocimiento sobre el que, cómo, dónde y cuándo; aspecto crucial para lograr el involucramiento de todos.

No obstante, de su importancia, la planificación estratégica, de acuerdo a un estudio de Troya (2009, como se citó en Sumba-Bustamante et al, 2020), es poco usada en emprendimientos pequeños, a pesar de que un alto porcentaje, 95 %, manifiesta que es beneficiosa, solo 34 % la ejecuta. El autor expresa que este desliz empresarial se produce por miedo a los cambios, por desconocimiento del tema y por el statu quo.

Consecuentemente, la competitividad de las empresas puede comprometerse al no diseñar las estrategias y acciones necesarias para aprovechar los recursos disponibles en contrapartida a las oportunidades que el mercado genera. Los beneficios que se pueden generar desde la planificación impactan directamente en el desarrollo competitivo de una empresa, sin importar el tamaño, saber dónde está y hacia dónde debe ir, es clave para lograr el crecimiento y consecuente desarrollo de una empresa en un sector determinado

Por otro lado, una buena gestión depende, sin lugar a dudas, de las habilidades personales y profesionales de los miembros de la empresa, incluso, la competitividad está ligada con habilidades personales tales como trabajo en equipo, comunicación, estrategia de ejecución de procesos, manejo de estrés y razonamiento social y cultural, permitiendo estar en una constante interacción con las actividades

básicas de la administración como lo son la planificación, la organización, la dirección y el control (Leyva et al, 2018).

Precisando, para que las empresas puedan ser más competitivas necesitan alinear su plan estratégico en todas las áreas para alcanzar los objetivos y las metas planteadas. Baldeos et al, (2020:80), señala:

la planeación estratégica se vincula con la competitividad de una empresa, en tanto será más competitiva una empresa dentro del mercado, si logra desplegar un eficiente plan estratégico, que, transforme progresivamente la organización a bajos costos.

Corroborando lo anterior, Estrada et al, (2009), indican que los emprendimientos más competitivos son aquellos que innovan en sus procesos, bienes, servicios y gestión, gracias a la integración de la tecnología y planeación estratégica; pero el emprendimiento, está plagado de Pymes que tienen bajo nivel competitivo arrojando resultados negativos que se traducen en pérdidas económicas y liquidación del negocio (Madrid et al, 2007, como se citó en Leyva et al, 2018).

Para el interés particular del estudio, se observa el sector turístico, como un propulsor económico en aquellos países que logran aprovechar sus recursos naturales y materiales en aras de brindar experiencias significativas para los visitantes locales o extranjeros; sin embargo, es necesario también la gestión y apoyo del Estado en la materia, así como la gestión eficiente de las empresas y/o emprendimientos. Al respecto, Ecuador evidencia debilidades, ya que se ubica entre los países, en América del Sur, con mayor dificultad para gestionar la creación de un emprendimiento (Revista Gestión, 2020).

Por otro lado, como consecuencia de la pandemia, a nivel mundial, se calculan, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2020), pérdidas por el orden de 1.1 billones de dólares y un 75% de disminución de visitantes extranjeros. Puntualmente, Ecuador perdió muchos ingresos, alrededor de un 80% en todo el país durante el año 2020 (Llugsha, 2021; Organización de Naciones Unidas, 2020). No obstante, ha habido una recuperación en los últimos años y las expectativas son positivas, considerando la reciente anulación de la pandemia y la evidente recuperación del sector turístico, entre otros sectores que han logrado evolucionar ante las nuevas realidades sociales, económicas, culturales e incluso laborales.

Por lo anterior, resulta necesario analizar la competitividad de los emprendimientos turísticos, en especial, después de las transformaciones que la pandemia generó en todos los sectores.

2. Consideraciones teóricas

En el siguiente apartado será definidas las conceptualizaciones base para el desarrollo de la investigación.

2.1. Emprendimiento

El surgimiento de pequeños negocios impulsados por emprendedores en diferentes áreas se ha constituido en un indicador de la economía de un país, resultando ser una alternativa para el sustento económico de muchas familias que, con su oferta de servicios y bienes, satisface las necesidades de diversos sectores de la población. Es así como hombres y mujeres descubren que, a través de sus conocimientos, habilidades y diversos recursos, pueden encontrar un espacio en la economía local, regional

y hasta nacional, incorporándose efectivamente al sistema productivo.

Emprender implica la voluntad de asumir riesgos y de innovar en un sector de la economía que merece atención y representa una oportunidad, McCleary, Rivers y Schneller (como se citó en Toca, 2010: 46), consideran que el emprendimiento debe ser entendido “como el proceso de iniciar un negocio, formular un plan estratégico, organizar e invertir recursos asumiendo los riesgos y las recompensas derivados de la actividad”.

Vale mencionar que de acuerdo al Centro para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial (León, 2022), 75 % de pequeñas empresas cierran sus puertas en los años de inicios de su actividad comercial; mientras, 80 % de pymes fracasan en los cinco primeros años de actividad; en tanto, 90 % no llega a permanecer en el mercado por más de diez años.

Igualmente, el estudio (León, 2022) evidencia que existen diversos motivos que llevan a los emprendimientos al fracaso, entre otros, 34 % no conoce el entorno en el cual va a ofrecer sus productos o servicios, 32 % tiene debilidades en la administración, 25 % presenta problemas internos entre socios, 23 % carece de suficientes recursos económicos, 22 % tiene problemas de financiamiento, 18 % baja demanda en el negocio, 14 % poco tiempo y dedicación, 11 % desconocimiento de bases técnicas empresariales, 7 % refleja conflictos en el ambiente laboral.

Lo anterior, refleja la necesidad de atender los aspectos de competitividad y, solapadamente, de la planificación estratégica, como factor de impacto en el surgimiento, crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos, tomando en cuenta que la falta de organización y

norte en la dirección del negocio puede producir efectos tan negativos que lleven al cierre de las empresas.

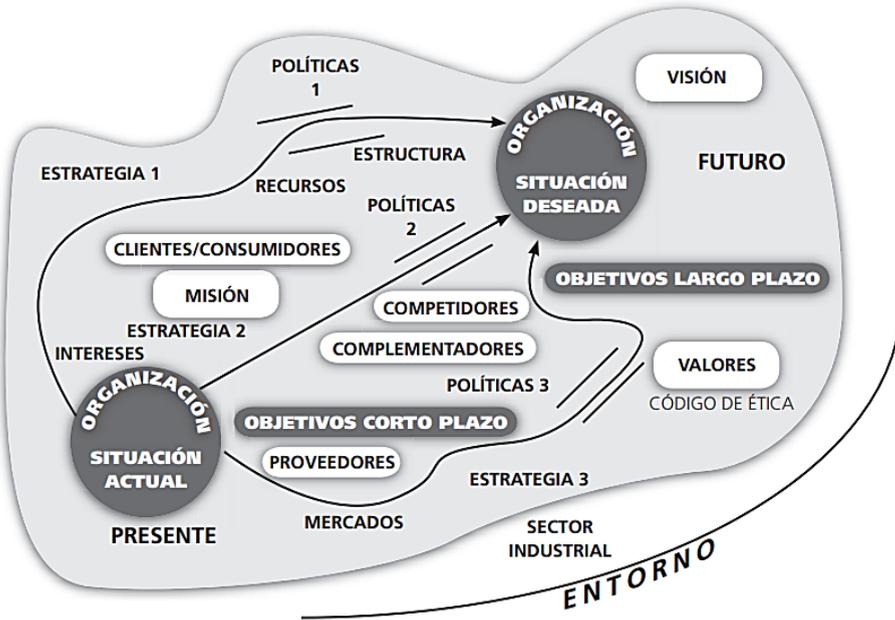
2.2. Planificación estratégica

La planificación estratégica surge desde la Teoría Neoclásica, conformando un modelo de cinco fases que abarca la formulación de objetivos, el análisis externo, el análisis interno, la definición y selección de estrategias y la ejecución con su respectivo plan (Pera,

1998). Por su parte, Acosta-Véliz & Jiménez-Cercado (2020) señalan que la planificación tiene cimientos en la misión, visión, objetivos y las actuaciones que realice la empresa para lograr el éxito con visión de futuro.

En este sentido, la planificación estratégica muestra la ruta a seguir para alcanzar un futuro exitoso (ilustración 1) apalancando la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias en la misión, visión, objetivos organizacionales (Baque et al, 2020).

Ilustración 1
Gráfico del proceso estratégico



Fuente: D'Alessio (2008:44).

Cabe recalcar, que la planificación como tal cuenta con etapas básicas como cualquier proceso que son: análisis internos y externo, estrategias determinadas, objetivos tácticos, metas claras, entre otros elementos que ayuda a que un negocio este en contante cambio y adaptación al mercado.

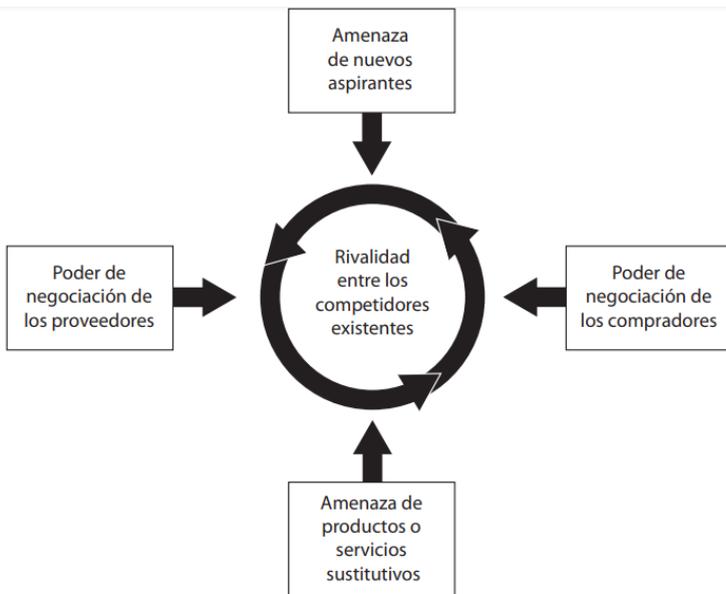
2.3. Competitividad

La competitividad es un aspecto determinante que regula el desarrollo y sostenibilidad de una empresa en el mercado, desde la década de los '70 el modelo presentado por Michael Porter ha sido utilizado para evaluar, determinar y analizar en qué situación se encuentra una empresa en el mercado,

tanto interna como externamente con el propósito de detectar formas de mejorar el desempeño (Porter, 1990), en general, el modelo permite analizar lo positivo o negativo de la implementación de cualquier idea de negocio en determinados analizando diferentes aspectos del mercado analizando.

Precisando, en el diagrama 1 se observa el modelo que Michael Porter (Porter, 1990) que contiene las cinco fuerzas que son: fuerza de negociación de compradores entrantes, fuerza de negociación de vendedores entrantes, rivalidades entre los competidores existentes, influencia de productos sustitutos y poder de nuevos competidores.

Diagrama 1
Modelo de las cinco fuerzas de Porter



Fuente: Porter (1990: 32).

Adicional, un factor de éxito competitivo para las empresas lo constituye el personal y la forma cómo desempeñan sus funciones y trabajan en equipo, más allá la forma diferenciadora de trabajo y la manera como plasman la planificación estratégica, influye y ayuda a la empresa a tener menores costos

de producción generando mayores ingresos y una excelente cadena de valor (Ramírez y Ampudia, 2018). En la siguiente figura (Diagrama 2) se detalla los tres factores de la competitividad subdivididos en sistema, estructura, y empresa.

Diagrama 2 Factores de la competitividad



Fuente: Medeiros et al, (2019:11).

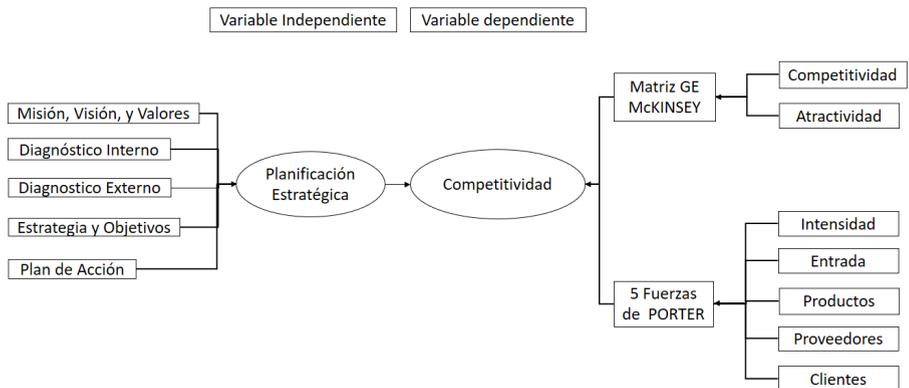
Asimismo, competitividad es la capacidad que tienen las empresas para mejorar el desarrollo de sus actividades y mantenerse en el pasar de los años con buenos resultados en el mercado; en consideración, la competitividad engloba varias situaciones como la correcta fabricación de los productos, la calidad de servicio que se brinda al cliente, presupuestos de costos ajustados, y el desarrollo óptimo de sus actividades (Clavijo, 2022).

En la línea de pensamiento de Martínez et al, (2010) se evidencia un modelo que explica detalladamente la competitividad empresarial de acuerdo a factores internos de cada empresa, entre estos factores, que explican y ayudan a mejorar la competitividad en las empresas, están: la planeación estratégica, calidad de los productos, producción a bajos costos, comercialización eficiente, calidad de los servicios, finanzas claras, gestión

ambiental, marketing digital, recursos humanos, entre otro. Al respecto, es importante tener en cuenta que para mejorar la competitividad de la empresa se debe analizar el perfil del personal administrativo, el cual debe

reunir competencias técnicas, humanas y conceptuales para garantizar una eficiente gestión, no basta solo el dominio profesional, se requiere otras habilidades para un desempeño holístico (diagrama 3).

Diagrama 3
Propuesta de abordaje del estudio



Fuente: Elaboración propia

Tomando como base lo anterior, en el diagrama 3 se presenta una representación del problema que sirve como guía para su comprensión, permitiendo analizar la competitividad desde la influencia de la planificación estratégica como factores de desarrollo de los emprendimientos estudiados.

3. Algunas precisiones metodológicas

Este artículo pretende analizar la competitividad en los emprendimientos turísticos de la zona costanera del Cañar. Cabe agregar, que es una investigación con un enfoque cuantitativo, de

tipo descriptivo, correlacional, no experimental, de campo y transeccional, tomando en consideración que observa el comportamiento de las variables directamente en la población de estudio y en un momento único sin manipulación alguna (Bastis Consultores, 2021), para luego proceder a su correlación y descripción para su correspondiente análisis (Hernández et al, 2014).

La técnica de investigación utilizada fue la encuesta a través de un cuestionario diseñado con escala Likert y 21 ítems que abordan las variables planificación estratégica (X1) y competitividad (Y). La población fue de 70 empresas, resultado del

listado obtenido gracias al convenio de Cooperación Interinstitucional que existe con la Universidad Católica de Cuenca, Campus La Troncal y la Cámara de Turismo de la Troncal, quienes aportaron el Catastro del RUC de la Troncal.

La muestra no probabilística, por conveniencia, estuvo conformada por 27 emprendimientos turísticos, siendo las unidades de información los gerentes, propietarios y/o encargados, vale destacar, que muchas de las empresas señaladas en el listado (70)

se encontraban cerradas o no estuvieron dispuestas al momento de la visita.

El instrumento de medición con las dos variables se convalidó mediante el análisis de confiabilidad gracias al programa SPSS 19 que se observa en la siguiente tabla 1 obteniendo un Alfa de Cronbach general de .942, luego se analiza la escala de planificación estratégica con un alfa de .957 (tabla 1); y finalmente la escala de competitividad con un alfa de .828.

Tabla 1
Estadísticos de fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N. de elementos
Resultados General	,942	,944	12
Variable PlanificaciónEstrategica	,957	,960	5
Variable Competitividad	,828	,849	7

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados se obtuvieron de la prueba piloto compuesta de 12 ítems planteados que se realizó a 10 empresas del sector turístico de la zona costanera del Cañar de forma presencial.

4. Presentación de los resultados del estudio

De forma general, la muestra de estudio presenta las siguientes características, 51,9 % de los gerentes, encargados o propietarios de los emprendimientos turísticos son hombres y 48,1 % son mujeres.

En los datos de escolaridad 44,4 % tiene estudios de secundaria y el mismo porcentaje estudio de tercer nivel; 7,4 % cuarto nivel; y 3,7 % solo primaria. Los porcentajes de las edades se distribuyen en el 59,3 % entre 30 a 40 años; el 25,9 % entre 41 a 50 años; y por último, el 14,8

% tiene más de 51 años. El tiempo de funcionamiento de los emprendimientos oscila 74,1 % de 1 a 5 años; 18,5 % de 6 a 10 años; 3,7 % de 11 a 20 años y el otro 3,7 % empresa con más de 20 años. 100 % de los emprendimientos tiene entre 1 a 10 trabajadores.

A continuación, se revisa y analiza los resultados de la investigación concernientes a las variables de estudio, en la tabla 2 se observa valores de coeficiente de correlación y determinación con su valor de error y en la siguiente tabla 3 se visualiza los coeficientes no estandarizados y tipificados con sus valores Beta y su significancia. En ese mismo sentido, se especifica que para la obtención del modelo de análisis de las variables del sujeto de estudio se ejecutó en el programa SPSS19.0 el método introducir.

Tabla 2
Valores de la variable: planificación estratégica

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,897 ^a	,805	,797	2,23260

a. Variables predictoras: (Constante), Planificación estratégica. Variable Independiente.

Fuente: Elaboración propia

Análisis a) La Planificación Estratégica impactan positiva y significativamente en la competitividad de los emprendimientos turísticos de la zona costanera del Cañar, esto se observa del resumen del modelo en la tabla 2 que se realizó mediante el análisis de regresión lineal el cual arrojó como resultados un coeficiente de correlación de 0,897^a lo que representa la existencia de una relación alta.

En efecto, la variable X1 planificación estratégica impacta positiva y significativamente porque tiene un coeficiente de determinación R² de 0,805, en otras palabras, el 80,5% de las variables Y competitividad es explicada

por la variable X1, cabe agregar, que este modelo cuenta con un error menor al 5 % lo que da como correlación significativa del 99% con un mínimo margen de error del 1% lo que se nota en la tabla 4 en la parte inferior.

Significa, entonces, que en la tabla 3 están los coeficientes de la variable predictora que es planificación estratégica y se plasma la siguiente ecuación.

$$Y = B_0 + B_1 + X_1$$

$$Y = 11,745 + 0,778 X_1$$

$$\text{Competitividad} = 11,745 + 0,778 \text{ planificación estratégica}$$

Tabla 3
Coefficientes de las variables

Coeficientes ^a					
Modelo	B	Coeficientes no estandarizados		t	Sig.
		Error típ.	Beta		
1	(Constante)	11,745	1,215	9,668	,000
	Plan.Est.Var.Ind.	,778	,077	,897	10,165

a. Variable dependiente: Competitividad. Variable Dependiente.

Fuente: Elaboración propia

Análisis b) La Planificación Estratégica se correlaciona en alto grado con la variable competitividad, en la tabla 4 las correlaciones de las variables planificación estratégica y competitividad. Después de lo anterior expuesto, se nota

que la variable planificación estratégica tiene un alto grado de correlación de Pearson con la variable competitividad de 0,897^{***} cabe agregar que tiene dos asteriscos que sirve para confirmar que la correlación es significativa.

Tabla 4
Correlaciones entre las tres variables

Correlaciones			
		Plan.Est.Var.Ind.	Comp.Var.Dep.
Plan.Est.Var.Ind.	Correlación de Pearson	1	,897**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	27	27
Comp.Var.Dep.	Correlación de Pearson	,897**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	27	27

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Muy particularmente, 78 % de la muestra asegura que establece relaciones con otras como estrategia para desarrollar la competitividad del negocio desde la mejora del servicio; no obstante, y a pesar de la correlación que existe entre las variables, los emprendimientos de la zona deben revisar algunos procesos asociados a la planificación estratégica para lograr que el impacto sea positivo y garanticen su permanencia en el mercado, es así, como destaca que solo 45 % de los emprendimientos tienen definida su cultura organizacional, es decir, tienen declarada su visión, misión y objetivos.

Asimismo, solo 41 % reconoce tener identificadas sus fortalezas y debilidades, como elementos de la planificación estratégica, así como las oportunidades y amenazas; mientras 52 % da razón de tener declarados sus objetivos organizacionales, lo que hace dudar de la posibilidad de desarrollo y sostenibilidad del 74,1 % de los emprendimientos que se ubican entre 1 a 5 años de existencia.

5. Conclusiones

La planificación estratégica puede influir positivamente en la competitividad de los emprendimientos turísticos de la zona costanera del Cañar, tanto en lo económico como en lo social, validado en la relación positiva que existe entre las dos variables (X1) planificación estratégica y (Y) competitividad, se observa el coeficiente de correlación con un valor del 89,7% y al analizar el coeficiente de determinación se obtuvo un valor del 80,5% el cual demuestra la correlación existente entre las variables.

Igualmente, de acuerdo con, las investigaciones realizadas se evidencia base teórica y científica para corroborar esta correlación (planificación, competitividad, desarrollo de los emprendimientos); no obstante, la situación mundial impacto de forma negativa en el sector turístico que ha tenido pérdidas económicas y una serie de trabas y complicaciones en sus procesos productivos; situación de la cual no escapa el sector de la zona costanera

del Cañar, afectando su competitividad y presentando debilidades en los procesos de gestión interna.

Dadas las condiciones que anteceden, es de gran importancia y prioridad que estos emprendimientos cuenten con una planificación estratégica, porque no es suficiente que el personal tenga la predisposición y conocimientos necesarios para administrar, si no se plantea y ejecuta correctamente una planificación estratégica a lo largo de la vida de un negocio para poder ir evaluando y controlando el progreso de los objetivos, metas y estrategias empresariales; en consecuencia, es fundamental la capacitación del personal administrativo para impulsar, progresivamente, la competitividad de los emprendimientos turísticos.

Garantizar el crecimiento y permanencia en el mercado depende del desarrollo de la competitividad empresarial, analizando el entorno y haciendo uso de la planificación estratégica para definir las estrategias y acciones necesarias para alcanzar los objetivos empresariales enfocados en el futuro.

Referencias bibliográficas

- Acosta-Véliz, M. M., & Jiménez-Cercado, M. E. (2020). Modelo de gestión empresarial del Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria). Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP)*, 5(5), 115-131. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i5.218>
- Aguirre, J. (2018). Emprendimiento en América Latina. Espejismo o realidad. *INNOVA Research Journal*, 3(8), 110-125. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6777799>
- Baldeos Ardian, L. A., Lioo Jordan, F. D. M., & Vellon Flores, V. I. (2021). Planeación estratégica y la competitividad de las MYPES en la provincia de Huaura del Perú. *Revista San Gregorio*, 1(43), 78–91. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i43.1235>
- Baque Villanueva, L. K., Viteri Intriago, D. A., Álvarez Gómez, L. K., & Izquierdo Morán, A. M. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Universidad Y Sociedad*, 12(4), 120-125. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1621>
- Bastis Consultores. (2021, mayo 6). La investigación no experimental. <https://online-tesis.com/la-investigacion-no-experimental/>
- Burns, P. (2001). *Entrepreneurship and Small Business*. Palgrave, Great Britain
- Cairo Huaranga, J. S. (2003, marzo 28). *Teoría de la planificación estratégica*. [Gestiopolis.com: https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-planificacion-estrategica/#:~:text=Lo%20que%20se%20pretende%20desarrollar,medios%20para%20alcanzar%20dichas%20metas.](https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-planificacion-estrategica/#:~:text=Lo%20que%20se%20pretende%20desarrollar,medios%20para%20alcanzar%20dichas%20metas.)
- Clavijo, C. (2022, junio 28). *Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos*. [Hubspot.es. https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial](https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial)
- D'Alessio Ipinza, F. (2008). *El proceso estratégico Un enfoque de Gerencia*. Person.
- Estrada Bárcenas, R., García Pérez de Lema, D., & Sánchez Trejo, V. G. (1). Factores Determinantes del Éxito Competitivo en la Pyme:

- Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana De Gerencia*, 14(46). <https://doi.org/10.37960/revista.v14i46.10528>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Jama-Zambrano, V. R. (2019). Importancia de la planeación estratégica en empresas en el siglo XXI. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria. Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP)*, 4(10), 35-57. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i10.37>
- León, L. (noviembre de 2022). ¿Por qué fracasan las PyMEs en México y cómo evitarlo? [Tiendanube.com](https://www.tiendanube.com/blog/mx/por-que-fracasan-las-pymes-en-mexico/). <https://www.tiendanube.com/blog/mx/por-que-fracasan-las-pymes-en-mexico/>
- Leyva Carreras, A. B., Cavazos Arroyo, J., & Espejel Blanco, J. E. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. *Contaduría y administración*, 63(3) <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1085>
- Llugsha, V. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19*. Ediciones Abya Yala.
- Martínez Santa María, R., Charterina Abando, J., & Araujo de la Mata, A. (2010). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(2), 165-188.
- Medeiros, V., Goncalves, L., & Camargos, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista CEPAL*, 1-21. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf
- Organización de las Naciones Unidas (2020, julio). Documento de políticas: La COVID-19 en un mundo urbano. https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/2020/09/covid-19_in_an_urban_world_spanish.pdf
- Organización Mundial del Turismo (2020). El turismo toma medidas para reabrir. <https://www.unwto.org/es/reiniciar-el-turismo#:~:text=El%20Comit%20C3%A9%20Mundial%20de%20Crisis,la%20pandemia%20de%20COVID%2D19.>
- Pera, M. (1998). *Teoría de la Planificación*. Fondo Editorial Humanidades.
- Pérez, A. (2020, mayo 24). *Barreras de entrada: qué son, impacto y fuentes*. OBSbusiness.school. <https://www.obsbusiness.school/blog/barreras-de-entrada-que-son-impacto-y-fuentes>
- Porter, M. (1990). *The competitive Advantage of Nations. Las cinco fuerzas competitivas que moldean la estrategia*. Deusto. https://www.planetadelibros.com/libros-contenido_extra/35/34984_Ser_competitivo.pdf
- Ramírez Molina, R y Ampudia Sjogreen, D. (2018). *Factores de competitividad empresarial en el sector comercial*. RECITIUTM Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo.
- Revista Gestión. (2020, enero 5). Hacer

- negocios sigue siendo difícil en Ecuador. *Gestion Digital*. <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/hacer-negocios-sigue-siendo-dificil-en-ecuador>
- Sabín, C. (2022, julio 22). Capacidad Financiera. [Inverstopia.com](https://inverstopia.com). <https://inverstopia.com/diccionario-economico-financiero/capacidad-financiera/>
- Sumba-Bustamante, R. Y., Cárdenas-Borja, N. P., Bravo-Ayala, T. L., & Arteaga-Choez, R. F. (2020). La planeación estratégica: Importancia en las PYMES ecuatorianas. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria). Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP)*, 5(4), 114-136. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.299>
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 41-60. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n117/v26n117a03.pdf>