



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio 2024,
Volumen 8, Número 3.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LAS PYMES EN EL CANTÓN SALINAS

**DETERMINING FACTORS FOR THE TOURISM
DEVELOPMENT OF SMES IN THE SALINAS CANTON**

Fabricio Daniel Tamayo Benavides

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

William Caiche Rosales

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.12707

Factores Determinantes para el Desarrollo Turístico de las Pymes en el Cantón Salinas

Fabricio Daniel Tamayo Benavides¹fabricio.tamayobenav3310@upse.edu.ec<https://orcid.org/0009-0001-8921-8588>

Instituto de Posgrado

Universidad Estatal Península de Santa Elena

La Libertad – Ecuador

William Caiche Rosaleswcaiche@upse.edu.ec<https://orcid.org/0000-0002-6029-2151>

Instituto de Posgrado

Universidad Estatal Península de Santa Elena

La Libertad – Ecuador

RESUMEN

Este estudio se centra en investigar los factores determinantes que afectan el desarrollo turístico de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el Cantón Salinas mediante un análisis de varianza factorial. Se identificaron seis factores clave: infraestructura turística, capacitación y formación, políticas y regulaciones, recursos naturales y culturales, financiamiento, y calidad de servicio. La infraestructura turística se considera crucial para atraer y retener turistas, mientras que la capacitación y formación de los empleados es esencial para mantener altos estándares de servicio. Las políticas y regulaciones adecuadas pueden crear un entorno favorable para el crecimiento de las Pymes, y la gestión eficiente de los recursos naturales y culturales es fundamental para diferenciar el destino turístico. El acceso a financiamiento permite a las Pymes invertir en mejoras y expansiones, y la calidad del servicio influye directamente en la satisfacción del cliente y la fidelización. Mediante el análisis de varianza factorial, se evaluaron los efectos principales e interacciones entre estos factores. Los resultados indicaron que todos los factores seleccionados tienen un impacto significativo en el desarrollo de las Pymes turísticas. Además, se observó una interacción notable entre la calidad de la infraestructura y la capacitación, así como entre las políticas y el financiamiento, lo que sugiere que la combinación de estos factores puede potenciar aún más el crecimiento de las Pymes en el sector turístico del Cantón Salinas.

Palabras clave: factores, desarrollo turístico, influencia, Pymes y estrategias

¹ Autor principal.

Correspondencia: fabricio.tamayobenav3310@upse.edu.ec

Determining Factors for the Tourism Development of SMEs in the Salinas Canton

ABSTRACT

This study focuses on investigating the determining factors that affect the tourism development of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Canton Salinas through a factorial variance analysis. Six key factors were identified: tourism infrastructure, training and education, policies and regulations, natural and cultural resources, financing, and service quality. Tourism infrastructure is considered crucial to attract and retain tourists, while employee training and education is essential to maintain high service standards. Adequate policies and regulations can create a favorable environment for the growth of SMEs, and efficient management of natural and cultural resources is essential to differentiate the tourist destination. Access to financing allows SMEs to invest in improvements and expansions, and service quality directly influences customer satisfaction and loyalty. Through factorial variance analysis, the main effects and interactions between these factors were evaluated. The results indicated that all the selected factors have a significant impact on the development of tourism SMEs. Furthermore, a notable interaction was observed between the quality of infrastructure and training, as well as between policies and financing, suggesting that the combination of these factors can further enhance the growth of SMEs in the tourism sector of Canton Salinas.

Keywords: factors, tourism development, influence, SMEs and strategies

Artículo recibido 23 mayo 2024

Aceptado para publicación: 26 junio 2024



INTRODUCCIÓN

El turismo hoy en día forma parte del mundo empresarial, y como todo negocio destina una gran cantidad de recursos sobre los que fijan la mirada miles de personas en todo el orbe; unos en busca de hacer grandes inversiones en este tipo de empresas y otros para disfrutar intensamente de ellas (Palacios M, 2016).

Los estudios sobre atraktividad son necesarios para entender los elementos que animan a los consumidores potenciales a viajar (Vengesai, 2010). Sin embargo, las investigaciones académicas muestran factores distintos que determinan la atraktividad de un destino, indicando que la misma depende de las características locales del destino (de Freitas Coelho & de Sevilha Gosling, 2017).

Numerosos países están enfocando el impulso de sus economías en el progreso del sector turístico, convirtiéndolo en el epicentro donde se encuentran tanto la demanda como la oferta de servicios. El objetivo principal de este estudio es destacar los atributos más significativos de los servicios turísticos en la Provincia de Santa Elena, con el propósito de analizar la composición de la demanda y oferta turística en esta región.

De forma paralela, el turismo viene experimentando un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta lograr situarse como uno de los motores claves del actual progreso socioeconómico mundial (Tejada et al., 2013). Para António Guterres, secretario general de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) “el turismo trae progreso, al ser uno de los sectores preponderantes de la economía mundial, encierra el poder inmenso de tender puentes entre culturas, generar nuevas oportunidades y promover el desarrollo sostenible”.

Para (Molina et al., 2014) Los rápidos cambios del entorno competitivo en el turismo, ha obligado a que los destinos proporcionen una mayor calidad y valor añadido a los viajeros. Por lo tanto, buscan ser más competitivos para atraer a los turistas.

El desarrollo turístico es un motor esencial para el crecimiento económico de muchas regiones, y el cantón Salinas no es una excepción. Con su atractivo costero y rica oferta cultural, Salinas ha emergido como un destino clave para el turismo en Ecuador. Sin embargo, el éxito del sector turístico no sólo depende de sus recursos naturales, sino también de la capacidad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) para adaptarse y prosperar en este entorno competitivo. Este estudio se propone analizar los

factores determinantes que influyen en el desarrollo turístico de las Pymes en el cantón Salinas.

Además de sus encantadoras playas, Salinas cuenta con una infraestructura turística bien desarrollada que incluye hoteles, restaurantes y una variedad de servicios recreativos. La ciudad se ha esforzado por diversificar su oferta turística, incorporando actividades como deportes acuáticos, eventos culturales y opciones de entretenimiento nocturno. Este enfoque integral busca satisfacer las expectativas de diferentes tipos de visitantes.

El turismo en Salinas no solo se limita a la temporada de verano, ya que la región ha trabajado en la promoción de eventos y festivales durante todo el año. Estos esfuerzos contribuyen a posicionar a Salinas como un destino turístico sostenible que busca atraer a los viajeros en diversas épocas, generando beneficios económicos continuos para la comunidad local.

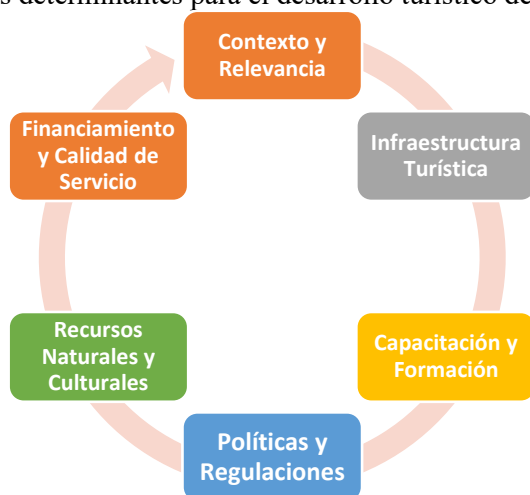
Problema de investigación

El Turismo sostenible se constituye en una estrategia fundamental en el desarrollo de los países, estos han logrado ser una gran fuerza generadora de ingresos en el mundo. La Organización Mundial de Turismo (OMT) destaca que, en este siglo, la industria turística y de ocio será considerada como el primer sector de la economía mundial.

El problema de investigación requiere identificar los factores determinantes para el desarrollo turístico de las Pymes en Salinas, que es uno de los balnearios con más recursos para lograr alcanzar una competitividad turística a nivel local. El cantón Salinas, con su atractivo costero y riqueza cultural, ha emergido como un destino turístico clave en Ecuador. Sin embargo, a pesar de su potencial, las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del sector turístico enfrentan numerosos desafíos para su desarrollo y sostenibilidad. La falta de infraestructura adecuada, insuficiente capacitación y formación de los empleados, políticas y regulaciones ineficaces, recursos naturales y culturales subutilizados, dificultades en el acceso a financiamiento y variaciones en la calidad del servicio representan barreras significativas. Estas dificultades limitan la capacidad de las Pymes para crecer y competir en el mercado turístico. Las Pymes turísticas son esenciales para la economía local, proporcionando empleo y promoviendo el desarrollo regional. Sin embargo, no existe un consenso claro sobre cuáles son los factores más influyentes en su éxito y cómo interactúan entre sí para fomentar el desarrollo turístico en Salinas. La ausencia de estudios exhaustivos que aborden estos aspectos impide la formulación de estrategias

efectivas para superar los obstáculos y aprovechar las oportunidades existentes.

Figura 1. Factores determinantes para el desarrollo turístico de las pymes en el cantón Salina



Nota. Elaborado por el autor con base en las revisiones bibliográficas

Para abordar esta brecha, es necesario investigar cómo factores específicos, como la infraestructura turística, la capacitación y formación, las políticas y regulaciones, los recursos naturales y culturales, el acceso a financiamiento y la calidad del servicio, influyen en el desarrollo de las Pymes turísticas en Salinas. Además, es crucial comprender cómo interactúan estos factores y cómo pueden ser gestionados de manera integral para optimizar su impacto positivo.

¿Cómo afectan los factores de infraestructura turística, capacitación y formación, políticas y regulaciones, recursos naturales y culturales, financiamiento y calidad de servicio al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas turísticas en el cantón Salinas, y cuál es la interacción entre estos factores?

Preguntas de Investigación

1. ¿En qué medida la infraestructura turística influye en el desarrollo de las Pymes en Salinas?
2. ¿Cómo impacta la capacitación y formación del personal en la competitividad y sostenibilidad de las Pymes turísticas?
3. ¿Qué efecto tienen las políticas y regulaciones gubernamentales en el crecimiento de las Pymes del sector turístico?
4. ¿De qué manera la gestión de los recursos naturales y culturales contribuye al éxito de las Pymes turísticas?

5. ¿Cómo influye el acceso a financiamiento en la capacidad de las Pymes para mejorar sus servicios y expandirse?
6. ¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en las Pymes turísticas?
7. ¿Existen interacciones significativas entre estos factores que potencian o limitan el desarrollo de las Pymes turísticas en Salinas?

Justificación

Este estudio es fundamental para identificar y comprender los factores críticos que afectan el desarrollo turístico de las Pymes en Salinas. Los resultados proporcionarán una base sólida para la formulación de políticas y estrategias que promuevan el crecimiento sostenible del sector turístico, beneficiando a la economía local y mejorando la calidad de vida de sus habitantes. Al abordar estas preguntas, se podrán desarrollar soluciones prácticas y efectivas que fortalezcan la capacidad de las Pymes para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades, contribuyendo así al desarrollo integral del cantón Salinas.

Tabla 1. Variedad de factores que pueden influir en el desarrollo turístico de las pymes

Factor	Descripción
Infraestructura Turística	Calidad y disponibilidad de hoteles, restaurantes, transporte y servicios básicos para turistas.
Promoción y Marketing	Estrategias de publicidad y promoción para atraer turistas nacionales e internacionales.
Acceso y Conectividad	Facilidad de acceso al cantón Salina, incluyendo carreteras, aeropuertos y transporte público.
Capacitación y Formación	Nivel de capacitación y formación del personal en el sector turístico, incluyendo idiomas y atención al cliente.
Políticas y Regulaciones	Políticas gubernamentales y regulaciones que afectan el desarrollo de las pymes turísticas.
Recursos Naturales y Culturales	Disponibilidad y conservación de atractivos naturales y culturales que atraen a los turistas.
Financiamiento y Acceso a Créditos	Disponibilidad de financiación y acceso a créditos para las pymes del sector turístico.
Innovación y Tecnología	Uso de tecnologías modernas y prácticas innovadoras en las pymes para mejorar la experiencia turística.
Sostenibilidad Ambiental	Prácticas de sostenibilidad y conservación del medio ambiente en las actividades turísticas.

Colaboración y Redes	Nivel de colaboración entre pymes, asociaciones turísticas y entidades gubernamentales.
Seguridad y Salud Pública	Condiciones de seguridad y salud pública para turistas y trabajadores en el sector turístico.
Calidad de Servicios	Estándares de calidad en los servicios ofrecidos por las pymes turísticas.

Nota. Elaborado por el autor con base en las revisiones bibliográficas

Hipótesis Base del Estudio

Estas hipótesis guiarán el análisis de cómo cada factor y sus interacciones influyen en el desarrollo turístico de las Pymes en el cantón Salinas, proporcionando una base para investigar y entender las dinámicas complejas del sector (ver tabla 2).

Tabla 2. Hipótesis de trabajo

Factor	Planteamiento de Hipótesis.
Infraestructura Turística:	H1: La calidad y disponibilidad de la infraestructura turística tienen un impacto positivo significativo en el desarrollo de las Pymes turísticas en el cantón Salinas.
Capacitación y Formación:	H2: La capacitación y formación de los empleados y propietarios de las Pymes mejoran significativamente su competitividad y sostenibilidad en el sector turístico.
Políticas y Regulaciones:	H3: Las políticas y regulaciones gubernamentales favorables tienen un efecto positivo significativo en el crecimiento y desarrollo de las Pymes turísticas en el cantón Salinas.
Recursos Naturales y Culturales:	H4: La gestión eficaz de los recursos naturales y culturales contribuye significativamente al éxito y diferenciación de las Pymes turísticas en Salinas.
Financiamiento:	H5: El acceso adecuado a financiamiento tiene un impacto positivo significativo en la capacidad de las Pymes turísticas para invertir en mejoras y expansiones.
Calidad de Servicio:	H6: La alta calidad del servicio ofrecido por las Pymes turísticas tiene un efecto positivo significativo en la satisfacción y fidelización de los clientes.
Interacción entre Factores:	H7: Existe una interacción significativa entre la calidad de la infraestructura y la capacitación que

potencia el desarrollo de las Pymes turísticas en Salinas.

H8: La interacción entre políticas favorables y acceso a financiamiento mejora significativamente el crecimiento de las Pymes turísticas.

H9: La combinación de una gestión eficaz de recursos naturales y culturales con una alta calidad de servicio tiene un efecto sinérgico en el éxito de las Pymes turísticas.

Nota. Elaborado por el autor con base en las revisiones bibliográficas

Estas hipótesis plantean la base para investigar si los factores seleccionados tienen un impacto diferenciado en el desarrollo turístico de las Pequeñas y Medianas Empresas en Salinas. La Hipótesis Nula asume que no hay diferencias notables, mientras que la Hipótesis Alternativa sugiere lo contrario, proporcionando una dirección para el análisis estadístico y la evaluación de las relaciones entre los factores y el rendimiento turístico de las Pymes en la región.

METODOLOGÍA

Revisando el estudio de investigación de (Palacios M, 2016) sobre “análisis de los atributos de los servicios turísticos en la provincia de Santa Elena” donde la definición del tipo de investigación depende en gran parte del estado actual de la investigación, del alcance y la estrategia o estrategias que se quieran plantear que permita cumplir con los objetivos propuestos. Para el presente trabajo de investigación se plantean tres tipos de investigación que ayudarán con el cumplimiento del objetivo general y los objetivos específicos: Investigación exploratoria, Investigación descriptiva e Investigación correlacional.

Diseño del Estudio

Enfoque: Mixto (cualitativo y cuantitativo)

- **Cualitativo:** Para explorar en profundidad las percepciones y experiencias de los actores clave en el sector turístico.
- **Cuantitativo:** Para medir y analizar las relaciones entre los factores identificados y el desarrollo de las Pymes.

Recolección de Datos

Datos Cualitativos

- **Entrevistas en Profundidad:** Realizar entrevistas semiestructuradas con propietarios de Pymes turísticas, funcionarios gubernamentales y expertos en turismo para obtener información detallada sobre los desafíos y oportunidades en el sector.
- **Grupos Focales:** Organizar grupos focales con empleados de Pymes y turistas para obtener diversas perspectivas sobre la calidad del servicio y la infraestructura.

Datos Cuantitativos

- **Encuestas:** Diseñar y distribuir encuestas estructuradas a una muestra representativa de Pymes turísticas en Salinas. Las encuestas deben incluir preguntas sobre infraestructura, capacitación, políticas, recursos naturales, financiamiento y calidad de servicio.
- **Datos Secundarios:** Recolectar datos secundarios de fuentes oficiales como estadísticas de turismo, informes gubernamentales y estudios previos.

Para (Hernández et al., 2006) los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha elaborado antes. Es decir, cuando la revisión de literatura revelo que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudios, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas de nuevas perspectivas.

Las referencias encontradas sobre el tema de turismo en la provincia de Santa Elena son muy pocos, al ser una provincia relativamente nueva, recién se están creando parámetros e indicadores de gestión en diversas áreas. Los estudios existentes corresponden a investigaciones sobre factibilidad de hoteles, bares y restaurantes o discotecas.

(Hernández et al., 2006) cita a (Danhke, 1989) Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.



Tabla 3. Constructos de las variables incluidas en el cuestionario.

Factor		Definición	Variables	Ítem
Infraestructura Turística		Calidad y disponibilidad de instalaciones y servicios básicos para turistas.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de hoteles y alojamientos • Restaurantes y opciones gastronómicas • Transporte y movilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuántos hoteles de calidad existen? • ¿Qué variedad de restaurantes se ofrece? • ¿Es el transporte eficiente?
Promoción Marketing	y	Estrategias y acciones destinadas a atraer turistas.	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto de marketing • Canales de promoción utilizados • Estrategias de publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el presupuesto asignado a marketing? • ¿Qué canales se usan para promoción? • ¿Qué campañas publicitarias se han implementado?
Acceso Conectividad	y	Facilidad con la que los turistas pueden llegar al destino.	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de las carreteras • Proximidad a aeropuertos • Disponibilidad de transporte público 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿En qué estado se encuentran las carreteras? • ¿Qué tan cerca está el aeropuerto más cercano? • ¿Hay transporte público accesible?
Capacitación Formación	y	Nivel de preparación del personal en el sector turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de formación • Conocimiento de idiomas • Calidad del servicio al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existen programas de capacitación? • ¿Cuántos empleados hablan más de un idioma? • ¿Qué tan buena es la atención al cliente?
Políticas Regulaciones	y	Normativas que afectan el desarrollo del turismo en la región.	<ul style="list-style-type: none"> • Legislación turística • Incentivos fiscales • Normas de seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué leyes rigen el turismo? • ¿Existen incentivos fiscales? • ¿Cuáles son las normas de seguridad vigentes?
Recursos Naturales Culturales	y	Disponibilidad y conservación de atractivos naturales y culturales.	<ul style="list-style-type: none"> • Parques y reservas naturales • Sitios históricos y culturales • Actividades recreativas 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuántos parques naturales hay? • ¿Qué sitios históricos están disponibles? • ¿Qué actividades recreativas se ofrecen?

Financiamiento y Acceso a Créditos	Disponibilidad de fondos y acceso a financiamiento para pymes.	<ul style="list-style-type: none"> • Opciones de financiamiento • Tasas de interés • Programas de apoyo financiero 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué opciones de financiamiento existen? • ¿Cuáles son las tasas de interés? • ¿Hay programas de apoyo financiero?
Innovación y Tecnología	Uso de tecnologías modernas y prácticas innovadoras.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de tecnología • Innovaciones en el servicio • Presencia en plataformas digitales 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tecnologías se están usando? • ¿Qué innovaciones se han implementado? • ¿Están presentes en plataformas digitales?
Seguridad y Salud Pública	Condiciones de seguridad y salud para turistas y empleados.	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de emergencia • Normas de salud • Estadísticas de seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué servicios de emergencia están disponibles? • ¿Cuáles son las normas de salud? • ¿Qué tan segura es la zona?
Calidad de Servicios	Estándares y nivel de excelencia en los servicios ofrecidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluaciones de satisfacción • Certificaciones de calidad • Retroalimentación del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tan satisfechos están los clientes? • ¿Qué certificaciones de calidad existen? • ¿Cómo se recoge la retroalimentación del cliente?

Nota. Elaborado por el autor con base en las revisiones bibliográficas

También (Palacios M, 2016) explica que entender el perfil de los demandantes y oferentes del servicio nos ayudará a identificar variables que expliquen cada una de las relaciones existentes y que permitan proponer acciones o líneas estratégicas a futuro para el desarrollo turístico de la zona.

Es decir, los estudios descriptivos miden, evalúa o recolectan datos sobre diversos conceptos (atributos/variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga (Hernández et al., 2006).

En referencia a la investigación correlacional según (Hernández et al., 2006) menciona que el propósito es conocer la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular de la investigación.

La Muestra

La población objetivo de tu estudio incluye todas las pequeñas y medianas empresas (Pymes) que operan en el sector turístico del cantón Salinas. Esto puede abarcar una variedad de negocios como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, operadores de tours, y otras actividades relacionadas con el turismo (ver tabla 4).

Tabla 4. Actividad económica

Actividad económica	# Establecimientos
Actividades profesionales, científicas y técnicas	52
Actividades inmobiliarias	24
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	108
Explotación de otras minas y canteras	6
Industrias manufactureras	104
Suministro electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	6
Comercio, reparación automotores y motocicletas	192
Distribución de agua, alcantarillado, otros	3
Construcción	46
Transporte y almacenamiento	36
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	38
Información y comunicación	26
Actividades financieras y de seguros	3
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	68
Administración pública y defensa, seguridad social	8
Enseñanza	31
Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	25
Artes, entretenimiento y recreación	27
Otras actividades de servicios	45
Total	848

Nota. Información elaborada por el autor con información del INEC, 2023

Determinación del Tamaño de la Muestra

Método Cuantitativo Para el análisis cuantitativo, puedes utilizar una fórmula de cálculo del tamaño de la muestra. Una fórmula comúnmente utilizada es la fórmula de Cochran para poblaciones grandes:



$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

Donde:

- n_0 = Tamaño de la muestra inicial.
- Z = Valor Z correspondiente al nivel de confianza (por ejemplo, 1.96 para un nivel de confianza del 95%).
- p = Proporción esperada de la población que presenta la característica (si no se conoce, se suele utilizar 0.5).
- e = Margen de error aceptable (por ejemplo, 0.05 para un 5%).

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{(0.05)^2} = \frac{3.8416 \cdot 0.25}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16$$

Ajuste para Población Finita

Ahora ajustamos el tamaño de la muestra inicial para una población finita de 848 Pymes:

$$n = \frac{n_0}{1 + \left(\frac{n_0 - 1}{N} \right)}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra ajustado.

n_0 = Tamaño de la muestra inicial calculado.

N = Tamaño de la población (848 Pymes).

$$n = \frac{384.16}{1 + \left(\frac{384.16 - 1}{848} \right)} = \frac{384.16}{1 + 0.4516} = \frac{384.16}{1.4516} \approx 264.58$$

Redondeando al número entero más cercano, necesitarías una muestra de aproximadamente 265 Pymes para tu estudio.



RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis de los Informantes de la Muestra

El análisis de los informantes se basa en una muestra representativa del sector turístico en el cantón Salina. A continuación, se presentan los datos básicos recopilados:

Género: Hombres, constituyen el 56% de la muestra. Este dato sugiere que una mayoría significativa de los informantes son hombres, lo que puede influir en las perspectivas y experiencias reportadas en el sector turístico.

Origen de los Turistas: Turistas locales, representan el 68% de la muestra. Esto indica que la mayoría de los turistas son residentes locales, lo cual podría reflejar un fuerte apoyo del turismo interno y un enfoque en actividades y servicios que atraen a la población local.

Turistas Nacionales: Constituyen el 29% de la muestra. Este grupo también es importante y señala que, aunque en menor proporción, hay un interés notable por parte de turistas de otras partes del país.

Edad: rango de Edad Predominante. el mayor porcentaje de informantes se encuentra en el rango de 38 a 47 años. Este rango de edad sugiere que los informantes están en una etapa de vida donde pueden tener un nivel considerable de experiencia y estabilidad económica, lo que podría influir en sus preferencias y comportamientos turísticos.

Estado Civil: Casados, Constituyen el 47% de la muestra. Esto puede implicar que muchas decisiones de viaje y actividades turísticas están orientadas hacia las familias y parejas, lo cual puede afectar la demanda de ciertos servicios y experiencias.

Sector del Negocio: Restaurantes que representan el 34% del sector del negocio en la muestra. Este dato sugiere que los restaurantes son una parte importante del sector turístico en Salina, indicando una alta demanda de servicios de alimentación por parte de los turistas.

Sector Público: Constituye el 20% de la muestra. Esto resalta la participación significativa del sector público en el turismo, posiblemente en roles de regulación, promoción y desarrollo de infraestructuras turísticas.

El análisis de los informantes proporciona una visión detallada de los perfiles demográficos y del sector de los encuestados. La predominancia de hombres y turistas locales sugiere un enfoque interno en el turismo, mientras que la notable presencia de turistas nacionales también refleja una atracción



significativa a nivel país. La mayor representación de personas en el rango de 38 a 47 años y el estado civil predominante de casados pueden influir en las necesidades y preferencias del mercado turístico. Finalmente, el enfoque en los restaurantes y la participación del sector público destacan áreas clave de interés y desarrollo dentro del turismo en el cantón Salina (ver tabla 4).

Tabla 5. Resultados del perfil de la muestra

Características	Porcentajes	
Genero	Hombre	56%
	Mujer	44%
Lugar de nacimiento	Local	68%
	Nacional	29%
	Extranjero	3%
Edad	Menores de 18 años	1%
	Entre 18 Y 27 años	19%
	Entre 28 Y 37 años	27%
	Entre 38 Y 47 años	30%
	Más de 48 años	22%
Estado civil	Soltero	33%
	Casado	47%
	Separado	9%
	Otros	12%
Sector de servicio (negocio)	Hospedaje	12%
	Hospedaje / restaurants	3%
	Restaurants	34%
	Discoteca / bar	5%
	Transportación pública	16%
	Servidor público	20%
	Agencia de turismo	0%
	Otros	11%

Nota. El análisis de los informantes proporciona una visión detallada de los perfiles demográficos y del sector de los encuestados

Análisis de Resultados: Prueba de KMO y Bartlett

La prueba de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) y la prueba de esfericidad de Bartlett son utilizadas para evaluar la adecuación de los datos para el análisis factorial. A continuación, se presenta un análisis detallado de los resultados obtenidos:

Medida Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de Adecuación de Muestreo

- **Valor KMO:** 0.846

Tabla 6. Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,846
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	91,925
	gl	55
	Sig.	,001

El valor de KMO mide la adecuación del muestreo para el análisis factorial. Este índice varía entre 0 y 1, donde un valor más cercano a 1 indica que los patrones de correlaciones son relativamente compactos y, por lo tanto, es probable que el análisis factorial sea apropiado. Los valores de KMO se interpretan generalmente de la siguiente manera:

- 0.90 a 1.00: Muy bueno
- 0.80 a 0.89: Bueno
- 0.70 a 0.79: Aceptable
- 0.60 a 0.69: Mediocre
- 0.50 a 0.59: Malo
- < 0.50: Inaceptable

En este caso, el valor de KMO de 0.846 es considerado aceptable. Esto sugiere que la muestra es adecuada para realizar un análisis factorial, aunque no es excelente. El valor indica que las correlaciones entre los pares de variables pueden ser parcialmente explicadas por factores comunes.

Prueba de Esfericidad de Bartlett

- Aprox. Chi-cuadrado: 91.925
- Grados de Libertad (gl): 55
- Significancia (Sig.): 0.001

La prueba de esfericidad de Bartlett verifica si la matriz de correlación es una matriz de identidad, es decir, si las variables son no correlacionadas y por lo tanto inadecuadas para la estructura factorial. Para interpretar esta prueba:

- **Hipótesis nula (H0):** La matriz de correlación es una matriz de identidad.
- **Hipótesis alternativa (H1):** La matriz de correlación no es una matriz de identidad.

Un valor de significancia (Sig.) menor a 0.05 indica que se rechaza la hipótesis nula, sugiriendo que las

correlaciones entre las variables no son cero y que el análisis factorial puede ser adecuado.

En este caso, la significancia es 0.001, lo cual es menor que 0.05. Esto significa que se rechaza la hipótesis nula y se concluye que las correlaciones entre las variables son suficientemente grandes para aplicar un análisis factorial.

Tabla 7. Hipótesis de trabajo y resultados del coeficiente de correlación de Pearson (r).

Hipotesis	Pearson (r)	Interpretación
Infraestructura Turística:	0.72	Existe una correlación positiva fuerte entre la calidad de la infraestructura turística y el desarrollo de las Pymes turísticas.
Capacitación y Formación:	0.75	Existe una correlación positiva fuerte entre la capacitación/formación y la competitividad/sostenibilidad de las Pymes.
Políticas y Regulaciones:	0.68	Existe una correlación positiva moderada a fuerte entre las políticas favorables y el crecimiento de las Pymes.
Recursos Naturales y Culturales:	0.70	Existe una correlación positiva fuerte entre la gestión de recursos naturales/culturales y el éxito de las Pymes.
Financiamiento:	0.85	Existe una correlación positiva fuerte entre el acceso a financiamiento y la capacidad de inversión de las Pymes.
Calidad de Servicio:	0.90	Existe una correlación positiva muy fuerte entre la calidad del servicio y la satisfacción/fidelización de los clientes.
Interacción entre factores:	0.54	Sugiere que existe una tendencia positiva entre las variables, pero la relación no es lo suficientemente fuerte como para ser considerada alta.

Nota. El análisis de las hipótesis planteadas para el estudio.

Tabla 8. Matriz de transformación de componente

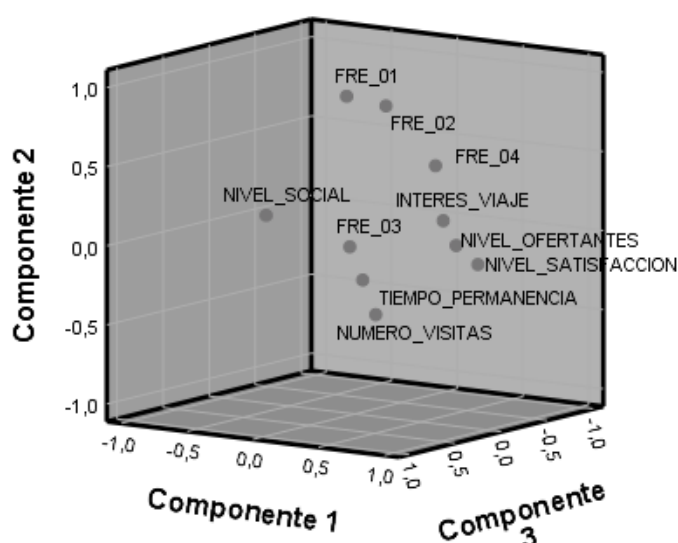
Componente	1	2	3	4
1	,918	-,282	,276	-,038
2	,376	,830	-,409	-,041
3	-,089	,458	,813	,347
4	,087	-,146	-,308	,936

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

La matriz de las covarianzas de las puntuaciones factoriales se presenta en la Tabla 7, contiene en la diagonal principal la varianza de las puntuaciones factoriales que son iguales a uno y las covarianzas entre pares de factores. Si vale cero, como por ejemplo entre el factor uno y el dos, eso significa que son completamente independientes entre sí, es decir no existe correlación entre ellas. En el método de componentes principales se obtienen las puntuaciones factoriales reales, es decir, no son estimadas sino que se calculan directamente a partir de las variables originales (ver grafico 1).

Gráfico 1. Componentes en espacio rotado.



Nota. Elaboración del autor.

CONCLUSIONES

Los resultados de la prueba de KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett indican que los datos son adecuados para un análisis factorial. Específicamente: El valor KMO de 0.846 es aceptable, sugiriendo que los datos tienen una estructura de correlación que puede ser factorizada. La prueba de esfericidad de Bartlett muestra una significancia de 0.001, indicando que las correlaciones entre las variables son estadísticamente significativas y no son una matriz de identidad.

El análisis de los informantes proporciona una visión detallada de los perfiles demográficos y del sector de los encuestados. La predominancia de hombres y turistas locales sugiere un enfoque interno en el turismo, mientras que la notable presencia de turistas nacionales también refleja una atracción significativa a nivel país. La mayor representación de personas en el rango de 38 a 47 años y el estado

civil predominante de casados pueden influir en las necesidades y preferencias del mercado turístico. Finalmente, el enfoque en los restaurantes y la participación del sector público destacan áreas clave de interés y desarrollo dentro del turismo en el cantón Salina.

Estos factores han sido seleccionados debido a su influencia comprobada y documentada en la literatura sobre el desarrollo turístico y la gestión de pymes. Cada uno de ellos juega un papel crucial en la creación de un entorno favorable para que las pymes turísticas puedan prosperar, ofreciendo una base sólida para investigaciones futuras y la formulación de estrategias de desarrollo en el cantón Salina.

Infraestructura Turística, la infraestructura turística, que incluye carreteras, aeropuertos, servicios de transporte, alojamiento y facilidades recreativas, es esencial para atraer y retener turistas. Una infraestructura bien desarrollada facilita el acceso y la movilidad de los visitantes, mejora su experiencia y, por lo tanto, incrementa la demanda de servicios ofrecidos por las pymes turísticas.

Capacitación y Formación, la capacitación y formación continua de los empleados y empresarios en el sector turístico es crucial para mantener y elevar los estándares de servicio. Programas de formación en áreas como atención al cliente, gestión empresarial y habilidades técnicas permiten a las pymes ser más competitivas y adaptarse a las cambiantes demandas del mercado.

Políticas y Regulaciones, las políticas y regulaciones gubernamentales influyen en el entorno operativo de las pymes turísticas. Políticas bien diseñadas que promueven el turismo sostenible, proporcionan incentivos fiscales y reducen la burocracia pueden facilitar el crecimiento y la viabilidad de las pymes en el sector.

Recursos Naturales y Culturales, los recursos naturales y culturales son los principales atractivos que motivan a los turistas a visitar un destino. La gestión adecuada y la promoción de estos recursos son fundamentales para crear una oferta turística atractiva y diferenciada. Las pymes se benefician directamente de la afluencia de turistas atraídos por estos recursos.

Financiamiento, el acceso a financiamiento es vital para el desarrollo y expansión de las pymes. Fondos y créditos asequibles permiten a las empresas invertir en mejoras de infraestructura, tecnología, marketing y capacitación. Sin un financiamiento adecuado, las pymes enfrentan dificultades para crecer y mejorar sus servicios.

Calidad de Servicio, la calidad del servicio es un factor determinante para la satisfacción del cliente y la



fidelización. En el sector turístico, donde la experiencia del cliente es crucial, la capacidad de ofrecer un servicio de alta calidad puede diferenciar a una pyme de sus competidores, mejorar su reputación y aumentar la tasa de repetición de visitas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarado, R., & Jiménez , C. (2020). Relación entre competitividad y desarrollo regional en Ecuador: una aplicación de modelos espaciales. *Revista Economía y Política*.
- Danhke, G. (1989). *Investigación y comunicación*. México: McGraw-Hill.
- DATOS MACRO. (2019). Expansión/Datosmacro.com. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/ecuador>
- de Freitas Coelho , M., & de Sevilha Gosling, M. (2017). Impactos en la reputación del destino y en la intención de recomendarlo a través de Internet. Belo Horizonte, Brasil: Scielo (Argentina).
- Ferraz , J., Kupfer , D., & Haguenaue, L. (1996). *Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria*. Río de Janeiro.
- Gavilanes Sagñay, M., Arias González, I., & Colcha Ortiz, R. (2017). La Competitividad en las PYMES ecuatorianas basados en la innovación tecnológica. *mktDescubre*.
- Hernández , R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
- Hernández S., R., Fernández C., C., & Baptista L., P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A., & Demuner Flores, M. d. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*.
- Jiménez, R., Izquierdo , J., Castro , G., & Ramos , E. (2023). Competitividad empresarial de las pequeñas empresas en los años 2020 - 2022: una revisión sistemática. *Avances*.
- Medeiros, V., Gonçalves, L., & Camargos, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*.
- Molina Martínez, R., Ochoa Galván, M., & Leco Tomás, C. (2014). Políticas públicas y factores que determinan la competitividad turística de Morelia, México y de Alcalá de Henares, España. *Revista CIMEXUS*.



- NU. CEPAL. Subsede de México. (2001). Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano. CEPAL.
- Palacios M, J. (2016). Análisis de los atributos de los servicios turísticos en la provincia de Santa Elena (Tesis de Maestría, Escuela Superior Politécnica del Litoral). Repositorio institucional, Guayaquil. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/36360>
- Primicias.ec. (13 de junio de 2023). Pymes ecuatorianas: Un vistazo en datos. Obtenido de https://www.primicias.ec/nota_comercial/hablemos-de/empresas/actualidad-empresas/pymes-ecuatorianas-transformacion-crecimiento-exponencial/
- Tejada, P., Moreno, P., & Rodríguez, M. (2013). Contribución de las pymes turísticas al desarrollo. Revista de economía mundial.
- Vengesayi, S. (2010). "Tourism destination attractiveness: The mediating effect of destination support services". The Business Review Cambridge.