

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “Análisis de las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del Sector turístico de la Provincia del Carchi”.

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Ingeniera en Administración de Empresas y Marketing

AUTORA: Evelin Cristina Fuertes Quiroz

TUTOR: MSc. Ramiro Urresta

TULCÁN - ECUADOR

2019

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Evelin Cristina Fuertes Quiroz con el número de cédula 0401872833 ha elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del Sector turístico de la Provincia del Carchi.”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



MSc. Ramiro Urresta

Tulcán, 03 de Junio de 2019



MSc. Jorge Miranda

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Evelin Cristina Fuertes Quiroz con cédula de identidad número 0401872833 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Evelin Cristina Fuertes Quiroz', with a horizontal line drawn through it.

Evelin Cristina Fuertes Quiroz

Tulcán, 03 de Junio de 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Evelin Cristina Fuertes Quiroz declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Análisis de las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del Sector turístico de la Provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Evelin Cristina Fuertes Quiroz

Tulcán, 03 de Junio de 2019

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por brindarme salud, fuerza y sobre todo perseverancia para poder continuar con mis estudios a pesar de los obstáculos del día a día hasta poder alcanzar mi sueño.

A mis padres Ángel Fuertes y María Quiroz que fueron un pilar fundamental y un ejemplo de lucha, y sobre todo quienes me brindaron su apoyo incondicional, para que pueda cumplir esta meta.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por ser la institución que abrió sus puertas para prepararme profesionalmente.

A mi tutor MSc. Ramiro Urresta y Lector MSc. Jorge Miranda quienes me brindaron sus conocimientos y supieron guiarme para la culminación de este proyecto de investigación
¡Gracias!

Finalmente doy gracias a todas las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán quienes colaboraron para que este proyecto de investigación tenga mayor relevancia.

Evelin Cristina Fuertes Quiroz

DEDICATORIA

Esta investigación la dedicó principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerzas para continuar con este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados, ser una profesional al servicio de la sociedad.

A mis padres que siempre inspiraron confianza, amor, en todos estos años de estudio, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy ahora. Una persona responsable y capaz de cumplir mis objetivos propuestos.

A mi hermana por estar siempre presente, acompañándome y brindándome apoyo moral, a lo largo de esta etapa de mi vida.

A mis Amigos, compañeros, quienes fueron las personas que día a día motivaron y acompañaron en los buenos y malos momentos.

A todas las personas que me apoyaron y han hecho que este trabajo se realice con éxito, en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Finalmente dedicó este trabajo a la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial, a la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, y todos los docentes por ayudarme en mi formación académica.

Evelin Cristina Fuertes Quiroz

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
RESUMEN	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN	15
I. PROBLEMA	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
1.3. JUSTIFICACIÓN	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	19
1.4.1. Objetivo General.....	19
1.4.2. Objetivos Específicos	19
1.4.3. Preguntas de Investigación	20
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	21
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	21
2.2. MARCO TEÓRICO	23
2.2.1. Infraestructura	23
2.2.2. Inversión en Infraestructura	24
2.2.3. Tipos de Infraestructura	24
2.2.4. Beneficios de una Infraestructura Vial	25
2.2.5. Beneficios de una Infraestructura de Educación.....	25
2.2.6. Beneficios de una Infraestructura de Telecomunicación	25
2.2.7. Financiamiento de Infraestructuras Ecuador	25
2.2.8. Infraestructura vial Ecuador.....	26
2.2.9. Infraestructura vial Carchi	26
2.2.10. Clasificación de vías	26
2.2.11. Infraestructura de Educación en Ecuador	28
2.2.12. Infraestructura de Telecomunicaciones en Ecuador	28
2.2.13. Historia del Carchi	28
2.2.14. Ministerios del Estado	29

2.2.15. ¿Qué es una Mipymes?	29
2.2.16. Importancia de las Mipymes	30
2.2.17. Importancia de las Mipymes en el Sector Turístico.....	30
2.2.18. En el sector turístico las Pymes se pueden dividir en cinco subsectores	30
2.2.19. Plan Nacional de desarrollo enfocado en el Sector Turístico	31
2.2.20. Turismo	31
2.2.21. Tipos de Turismo	32
2.2.22. Sistemas Turísticos	32
2.2.23. Sistematizar Características del Sector Turístico.....	33
2.2.24. Condiciones de Transportes Turísticos	34
2.2.25. Productos Turísticos.....	34
2.2.26. Servicios Turísticos.....	34
2.2.27. Ofertas Turísticas	35
2.2.28. Infraestructura Turística.....	35
2.2.29. Conformación de Infraestructura Turística.	36
2.2.30. Los beneficios económicos y sociales del turismo.	36
2.2.31. Ventajas competitivas	37
2.2.32. Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva.....	38
2.2.33. Aspectos de una ventaja competitiva	40
2.2.34. Principales tipos de ventajas competitivas.....	40
III. METODOLOGÍA	41
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	41
3.1.1. Enfoque	41
3.1.2. Tipo de Investigación.....	41
3.2. IDEA A DEFENDER	43
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	44
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	45
3.4.1 Método deductivo	45
3.4.2 Método Inductivo.....	45
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	46
3.5.1. Población y muestra.....	46
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	49
4.1. RESULTADOS.....	49
4.2. DISCUSIÓN	68

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
5.1. CONCLUSIONES	89
5.2. RECOMENDACIONES.....	90
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
VII. ANEXOS.....	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Inversión en infraestructura educativa 2007-2011.....	28
Tabla 2. Operacionalización de variables	44
Tabla 3. Mipymes Sector Turístico Alojamiento.....	47
Tabla 4. Mipymes Sector Turístico Agencias de viajes.....	48
Tabla 5. Mipymes Sector Turísticos Complejos.....	48
Tabla 6. Tipo de superficie Infraestructura vial.....	63
Tabla 7. Complejos Turísticos Estado vial	73
Tabla 8. Características Viales.....	73
Tabla 9. Valoración Vial.....	73
Tabla 10. Calificación vial de la Provincia del Carchi	74
Tabla 11. Calificación Nortvisión.....	75
Tabla 12. Calificación de Claro	75
Tabla 13. Calificación de Movistar.....	76
Tabla 14. Calificación Educación	77
Tabla 15. Categorización de Universidades.....	77
Tabla 16. Identificación de hoteles – Tipo de vía & Condición vial	79
Tabla 17. Calificación Vial interna de los Cantones (Hoteles).....	79
Tabla 18. Valoración de ventajas competitivas en Centros Turísticos	81
Tabla 19. Valoración de ventajas competitivas	81
Tabla 20. Valoración de ventajas competitivas en Hoteles	82
Tabla 21. Valoración de ventajas competitivas de agencias de viajes.....	83
Tabla 22. Ponderación de Aprovechamiento de infraestructura en Hoteles	83
Tabla 23. Valoración de Aprovechamiento	84
Tabla 24. Ponderación de Aprovechamiento de Infraestructura complejos turísticos.....	85
Tabla 25. Ponderación de Aprovechamiento de infraestructura de Agencias de viaje.....	86
Tabla 26. Promedio de Aprovechamiento Infraestructura en los tres sectores turísticos	87

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Tipos de infraestructura	24
<i>Figura 2.</i> Características de vías por Diseño	26
<i>Figura 3.</i> Características de vías por Funcionalidad	27
<i>Figura 4.</i> Características de vías por Dominio	27
<i>Figura 5.</i> Características de vías por Uso	27
<i>Figura 6.</i> Características de vías por Jurisdicción y competencia.....	27
<i>Figura 7.</i> Clasificación de Mipymes según su actividad.....	29
<i>Figura 8.</i> En el sector turístico las Pymes se pueden dividir en cinco subsectores.....	30
<i>Figura 9.</i> Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva	38
<i>Figura 10.</i> Ubicación & Actividad Económica	49
<i>Figura 11.</i> Actividad Económica & Tamaño de la empresa	50
<i>Figura 12.</i> Actividad Económica & Instrucción de propietarios.....	51
<i>Figura 13.</i> Actividad Económica & Años de funcionamiento	52
<i>Figura 14.</i> Actividad Económica & Ingresos anuales 2016 & 2017	53
<i>Figura 15.</i> Actividad Económica & Gastos anuales 2016 & 2017	54
<i>Figura 16.</i> Actividad Económica & Ventas de negocio.....	55
<i>Figura 17.</i> Actividad Económica & Tipo de clientes	56
<i>Figura 18.</i> Actividad Económica & Plazo de financiamiento.....	57
<i>Figura 19.</i> Actividad Económica & Tipo de Financiamiento	58
<i>Figura 20.</i> Actividad Económica & Destino de Inversión	59
<i>Figura 21.</i> Actividad Económica & Devaluación del peso Colombiano	60
<i>Figura 22.</i> Actividad Económica & Pago de impuestos – Calidad de los servicios Publ...	61
<i>Figura 23.</i> Actividad Económica & Nueva Innovación	61
<i>Figura 24.</i> Estado de Infraestructura vial provincia del Carchi	62
<i>Figura 25.</i> Mapa Infraestructura vial provincia del Carchi	63
<i>Figura 26.</i> Tipo de superficie vial Carchi.....	64
<i>Figura 27.</i> Cobertura de Nortvisión, Provincia del Carchi.....	64
<i>Figura 28.</i> Cobertura de Infraestructura de telecomunicaciones Claro - Carchi.....	65
<i>Figura 29.</i> Cobertura de Infraestructura de telecomunicaciones Movistar - Carchi	66
<i>Figura 30.</i> Mapa del Carchi identificación de Centros Educativos.....	67
<i>Figura 31.</i> Escala de la calidad de carreteras	69
<i>Figura 32.</i> Vías primer orden Carchi.....	71
<i>Figura 33.</i> Vías segundo orden Carchi	71

<i>Figura 34.</i> Vías tercer orden Carchi	71
<i>Figura 35.</i> Mapa de ubicación de Hoteles – Complejos y Agencias de viajes - Carchi.....	78
<i>Figura 36.</i> Comparación de hoteles con prom de aprovechamiento (3 infraestructuras)....	85
<i>Figura 37.</i> Comparación de complejos con prom de aprovechamiento (3infraestructura) .	86
<i>Figura 38.</i> Comparación de servicios con prom de aprovechamiento (3infraestructuras)..	87

RESUMEN

El propósito de esta investigación, fue analizar las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del Sector turístico de la provincia del Carchi. Se seleccionó información facilitada por la Cámara de Turismo de la Ciudad de Tulcán, referente a 27 hoteles, 4 complejos turísticos y 2 agencias de viajes, para el levantamiento de esta información se realizó un censo a estos tres sectores, los cuales representan el campo de investigación. En la parte metodológica se empleó tanto el enfoque cuantitativo como cualitativo; el tipo de investigación al respecto fue: exploratoria, descriptiva, de campo y documental que fueron utilizadas para la recolección de datos a través de una encuesta estructurada, dirigida a los representantes legales. En los resultados se identificó que el 63% de la superficie vial de la provincia, aún se encuentra en estado empedrado y en malas condiciones siendo un limitante para la accesibilidad a vías secundarias, a diferencia de la panamericana (Rumichaca-Piquiucho), con una extensión 138.8Km valorada en muy buenas condiciones. En el aspecto de telecomunicaciones la provincia tiene cobertura tanto en Claro como Movistar (Internet) y canales televisivos públicos (Nortvisión), lo que garantizan mayor captación de clientes y generación de ingresos económicos. Finalmente, en el aspecto de educación se busca aprovechar las instalaciones físicas de Instituciones educativas, para garantizar las mejores áreas para el desarrollo de capacitaciones en el aspecto de turismo. Asimismo, tener vías terrestres de primer, segundo y tercer orden en excelentes condiciones beneficia al sector turístico en productividad y competitividad. Para concluir, el estudio de las tres infraestructuras ayudó a identificar cual tiene mayor influencia, considerando a telecomunicaciones aquella que más beneficia al sector. Pero los propietarios de los centros turísticos no la aprovechan, debido a que no realizan promociones digitales para poder posicionarse en la mente del consumidor y llegar a más mercados.

Palabras clave: Infraestructura, Ventajas competitivas, Turismo.

ABSTRACT

The purpose of this investigation was to analyze the conditions of national infrastructure that allow the generation and exploitation of competitive advantages in the Mipymes of the tourist sector of the Province of Carchi. Information provided by the Chamber of Tourism of the City of Tulcan was selected, concerning 27 hotels, 4 tourist complexes and 2 travel agencies, to collect this information a census was taken of these three sectors, which represent the field of investigation. In the methodological part, both the quantitative and qualitative approach were used; the type of research: exploratory, descriptive, field and documentary, were used for data collection through a structured survey, directed to legal representatives. In the results it was identified that 63% of the road surface of the province, it is still in a paved state and in bad conditions being a limitation for the accessibility to secondary roads, unlike the Pan American (Rumichaca-Piquiucho), with an extension 138.8Km valued in very good conditions. In the telecommunications aspect, the province has coverage in both Claro and Movistar (Internet) and public television channels (Nortvisión), which guarantee greater customer acquisition and generation of economic income. Finally, in the education aspect we seek to take advantage of the physical facilities of educational Institutions, to guarantee the best areas for the development of trainings in the aspect of tourism. Likewise having first terrestrial roads, second and third order in excellent conditions benefits the tourism sector in productivity and competitiveness. In conclusion, the study of the three infrastructures helped identify which has the greatest influence, considering telecommunications that most benefits the sector. But the owners of the resorts do not take advantage of it, because they do not carry out digital promotions in order to position themselves in the consumer's mind and reach more markets.

Keywords: Infrastructure, Competitive advantages, Tourism.

INTRODUCCIÓN

Partiendo de que la provincia del Carchi cuenta con un gran potencial turístico, el gobierno Ecuatoriano a través de la implementación de leyes en diferentes sectores, busca incrementar la productividad económica del país, con el objetivo de brindar mejores servicios a través del impulso de una economía que sustente el aprovechamiento adecuado de los recursos naturales, incentivando y potencializando estrategias que lleven a abrir puertas para la creación de ventajas competitivas a largo plazo.

Sobre lo expuesto anteriormente, la presente investigación tiene como objetivo analizar sobre las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas de las Mipymes del Sector turístico de la Provincia del Carchi. Para ello, es importante detallar y analizar las dos variables de esta investigación con el fin de tener mayor confiabilidad en los resultados.

La información de esta investigación fue facilitada por la Cámara de Turismo de la ciudad de Tulcán, especificando el número exacto de hoteles, complejos turísticos y agencias de viaje, a fin de realizar un censo y la aplicación de encuestas estructuradas.

La investigación se encuentra comprendida por cuatro capítulos: El primer capítulo se basa en la descripción del planteamiento del problema, el cual hace una breve representación del estado actual de la provincia en el sector turístico, y dando a conocer los objetivos que servirán de guía para la ejecución de la investigación.

El segundo capítulo hace referencia a investigaciones similares anteriores, las mismas que permitieron conocer su aporte y su contraste con la investigación actual. También se realizó el marco teórico de los temas más relevantes para una mejor y amplia visión del tema.

El tercer capítulo, en cambio, hace una descripción sobre la metodología utilizada, en este caso la aplicación del censo, con el fin de conocer la perspectiva de los representantes de hoteles, complejos turísticos y agencias de viajes. Para ello se utilizó una encuesta estructurada.

Los resultados y la discusión de todos los datos arrojados por las personas que fueron parte de la investigación se detallan en el cuarto capítulo, el cual describe la información de las encuestas realizadas. También se incluyeron los respectivos análisis.

Finalmente, el capítulo V contiene la generación de conclusiones en base a los resultados obtenidos; también explica cuáles son las condiciones de infraestructura nacional y si éstas son aprovechadas por el sector turístico. Y, por último, este capítulo presenta las recomendaciones realizadas a los propietarios de los centros turísticos para que tengan mayor apertura a futuras investigaciones y, a las instituciones educativas, para que sigan brindando sus capacitaciones en las mejores instalaciones físicas, en beneficio de la provincia.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, el Turismo en nuestro hermoso país, se ha convertido en una pieza clave para el desarrollo, prospectiva y bienestar de muchas provincias, ciudades e incluso pueblos que explotan dicho recurso. Hasta el momento en nuestra provincia no se ha realizado ningún análisis de las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del Sector turístico de la Provincia del Carchi, es por ello la investigación de esta problemática existente.

Carchi trascendentalmente se ha caracterizado por la poca promoción, casi o nada se ha hecho para potencializar las actividades en el Sector Turístico que negativamente no genera ni se aprovecha ventajas competitivas de la zona. Sin duda alguna, la infraestructura nacional en los últimos años ha tomado un porcentaje de impulso positivo, pero contrariamente, la ciudadanía carchense no tiene claro cómo aprovechar dichos recursos.

Es así que esta problemática se deriva del desconocimiento sobre las condiciones de infraestructura, y la falta de capacitación sobre ventajas competitivas en el sector turístico, lo que imposibilita captar nuevos turistas de una forma más efectiva.

Por otro lado, la escasa intervención de la Cámara de Turismo y gobiernos autónomos descentralizados en la provincia del Carchi en años anteriores, ha hecho que los propietarios de negocios Mipymes turísticos, primero, no crean en cambios modernos, y segundo, tengan una disminución de sus ingresos económicos.

En consecuencia, los aspectos mencionados anteriormente han provocado la disminución de porcentajes de entrada de turistas, insatisfacción de los mismos y el abandono de la Provincia. Esto acarrea pérdidas al momento de comercializar bienes o expandir servicios, si no existen registros de nuevos turistas, la economía disminuirá notoriamente.

INEC (2011) indica que: “En la provincia del Carchi existen escasas personas profesionales en el área de turismo siendo así un limitante para la creación de empresas, dentro de la provincia que cuenten con los conocimientos apropiados y una buena administración” (p. 7).

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Escaso análisis de las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del sector Turístico de la provincia del Carchi.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La finalidad de realizar un análisis de las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del Sector turístico de la provincia del Carchi, fue brindar alternativas de mejora, enfocados en los servicios turísticos.

Esta investigación fue desarrollada en la provincia del Carchi, al contar con gran potencial de aprovechamiento y difusión de lugares turísticos de la zona. El gobierno ecuatoriano se ha enfocado en brindar los mejores servicios, implementando nuevas leyes en todos los sectores con el fin de desarrollar la productividad económica en pueblos, comunidades, ciudades y provincias.

Por ello el Plan Nacional de Desarrollo (2017) menciona que: “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria, es oportuno citar el objetivo cinco que proponen incentivos de producción, generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico” (p.80). Es así que se busca nuevas alternativas de mejora conjuntamente con los afectados de los Centros Turísticos, innovar y ser más competitivos en el sector anteriormente mencionado, para ellos se requiere el apoyo de instituciones educativas para brindar ayuda técnica y estrategias de innovación que puedan ser implementadas para brindar servicios de calidad.

Con ello se propone impulsar una nueva económica en la provincia del Carchi, aprovechando adecuadamente los recursos naturales que posee, abriendo nuevos caminos para la creación y explotación de ventajas competitivas que pueden ser utilizadas a largo plazo. Además, es importante mencionar que, con infraestructuras adecuadas de Educación, Telecomunicación y Vialidad, los beneficios son más favorecedores para el área económica, social de las comunidades, generando nuevas ventajas competitivas que

ayudarán a la creación de empleos y mejorarán la capacidad humana, social y económica de la Provincia.

Por lo tanto, si la provincia del Carchi posee una infraestructura adecuada y esta es aprovechada, contribuirá como una fuerte ventaja competitiva dentro del Ecuador, ampliándose cada día frente a otras provincias, demostrando un valor agregado adicional. Por lo tanto, las empresas del sector deben brindar servicios de calidad los cuales cumplan las expectativas de los clientes.

En base al análisis realizado, los principales beneficiarios serán los propietarios de hoteles, complejos turísticos y agencias de viaje, quienes identifican los factores positivos como negativos. Podrán acudir en busca de apoyo técnico a instituciones educativas, las cuales son pilares fundamentales de investigación, gestión o administración entre otros, y de esta manera recuperar niveles económicos perdidos en años anteriores por diferentes causantes.

Por esta razón, el impacto de este proyecto es la localización de ineficiencias en el sector turístico, en base al aprovechamiento de la infraestructura para la generación de ventajas competitivas, además, la identificación de aspectos relevantes del sector. Finalmente, compartir los análisis recabados con todos los beneficiarios, brindándoles una guía de nuevos mecanismos que podrán ser implementados y el número de turistas aumente progresivamente.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del Sector turístico de la Provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Analizar teóricamente sobre las condiciones de infraestructura Nacional y ventajas competitivas.
- ✓ Recolectar información sobre infraestructura vial, telecomunicación y educación y las ventajas competitivas en el sector turístico en la provincia del Carchi.

- ✓ Discutir la influencia de los factores de infraestructura nacional, en la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en el sector turístico de la provincia Carchi.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ✓ ¿Existe información que hable sobre la infraestructura nacional y ventajas competitivas?
- ✓ ¿Cuáles son las condiciones de infraestructura nacional que favorecen el desarrollo en el sector turístico de la provincia del Carchi?
- ✓ ¿Cuáles son las ventajas competitivas con las que cuenta el sector turístico de la provincia del Carchi?
- ✓ ¿El Sector Turístico aprovecha la infraestructura para generar ventajas competitivas?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para esta investigación se ha considerado antecedentes investigativos relacionados con las dos variables, los mismos que ayudan a enriquecer este estudio. Para ello se realizó la investigación en repositorios digitales y en artículos científicos de diferentes universidades del Ecuador, tomando como referencia condiciones de infraestructura nacional y ventajas competitivas en las Mipymes.

En el repositorio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, se identificó un trabajo realizado por Lizeth Catherine Mejía Ayala, en el año 2016, con el tema “La infraestructura vial y las operaciones de comercio exterior de Tulcán e Ipiales” donde menciona que “La infraestructura es una alternativa en la región y en si incrementa aspectos que permiten la competitividad en las diferentes zonas” (p.120).

En base al antecedente que se identificó se pudo determinar que, tanto en el Ecuador como en la provincia del Carchi, la vialidad ha mejorado. El porcentaje de visitas para cualquier sector de la provincia, sea turístico, pecuario, agrícola está en las mejores condiciones. Entre más visitas tenga la provincia, más aportan al desarrollo económico y conducen a la creación de más Mipymes, las cuales, a su vez, generaran recursos

En el repositorio digital de la Universidad de Medellín, se identificó un trabajo realizado por los estudiantes. Ana Carolina Callejas Díaz, Carlos Mario Flores Aguirre, Hugo Alberto Espinal Ramírez, Luis Aníbal Espinal Ramírez, en el año 2012, con el tema “Ventajas competitivas para las pymes con base en la planeación estratégica”

Las PYMES en los diferentes sectores donde tienen cabida y ejercen su actividad, se interrelacionan para conformar un amplísimo universo de acciones y realizaciones orientadas todas ellas en beneficio propio, pero igualmente en beneficio de la sociedad con un compromiso innovador y de creciente fortalecimiento por parte de este tipo de empresas. La competitividad es clave del éxito para cualquier empresa, independientemente de su actividad y tamaño. De ahí la importancia de involucrarse en programas orientados a su conquista y optimización de la misma mediante la utilización y asignación de los recursos disponibles con el fin de modificar el

equilibrio competitivo y estabilizarlo en beneficio propio. (Callejas, Flores & Espinal, 2012, p.14)

La identificación de este antecedente permitió demostrar que se está trabajando en estrategias para Mipymes orientadas a favorecer su crecimiento, competitividad y posicionamiento en el mercado. El objetivo es generar ventajas competitivas para las empresas ya asentadas en la zona o con nuevas propuestas de negocio, las cuales ayuden a fortalecer la matriz productiva, brindando diferentes alternativas. La investigación citada no está lejos de la realidad local, no se efectuó en Ecuador sino en Colombia, pero, sin duda alguna, muestra que se puede aplicar en la provincia del Carchi.

En un artículo científico se identificó una investigación realizada por los autores Hortensia Eliseo Dan y Elsi del Carmen Montejo Castro, en el año 2010, con el tema “Análisis Comparativo de la competitividad en el sector de las Pymes, para una propuesta de desarrollo”.

El entorno actual de globalización se caracteriza principalmente por un aumento en la intensidad de la competencia en los mercados de productos y servicios, también en los mercados de capital, y por otro lado en un gran desarrollo tecnológico que no tiene precedentes. Todo esto lleva a crear un entorno incierto y extremadamente competitivo, para lo cual las PYMES tendrán que hacer cambios radicales internos y externos enfocados principalmente al aspecto cultural, político, económico, social, ambiental y tecnológico, pues es dentro de estas variables donde se encuentran los factores que inciden en la competitividad en los cuales las empresas pueden alcanzar una gran ventaja competitiva, “las empresas en otros países tienen redes de colaboración, entre pequeñas y otras más pequeñas, o con grandes empresas inclusive”, pero también cuentan con la infraestructura que va desde apoyos financieros, o apoyos en Universidades, quienes brindan asistencia técnica y asesoría especializada, desde este punto de vista, a veces hay que adoptar nuevas estrategias y saber adaptarse al medio a los cambios que se presentan. (Dan & Montejo, 2010, p.72)

Un antecedente que permitió brindar una visión de propuesta de desarrollo, aprovechando todos los recursos tangibles con los que cuenta cada zona de estudio, especialmente en el sector de las Mipymes, generando un análisis Comparativo de la competitividad, además de la realización de un estudio diversificando de zonas, e información actualizada, ya que

hasta el momento no se ha realizado investigación alguna que trate de dar un diagnóstico sobre el estado de la Mipymes en la provincia del Carchi.

En el repositorio digital de la Escuela Politécnica Nacional se identificó un trabajo realizado por la Estudiante Maricela Carolina Moreno Zumba, en el año 2016, con el tema “Análisis de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas dentro del cambio de la matriz productiva, en el distrito metropolitano de Quito.”

Las Pymes juegan un papel importante en el cambio de la matriz productiva por su aporte en la generación de riqueza para el país, que apoyadas con claras políticas gubernamentales pueden alcanzar el desarrollo esperado, pero no todo es potestad del estado, ya que serán estas quienes determinen si aceptan o no el desafío de majear su productividad y competitividad a fin de alinearse a esta transformación. Y alcanzar niveles de competitividad. (Moreno, 2016, p.3)

En la actualidad, los proyectos de grado están enfocados en analizar qué nivel de competitividad tienen las pequeñas y medianas empresas a diferencia de las empresas conformadas por una gran organización de accionistas. Esos estudios se realizan con un fin especial, conocer cuál sería el cambio en la matriz productiva al momento de emprender en estos negocios. De igual manera en la provincia del Carchi se desea realizar este estudio enfocado en el sector turístico, para verificar cuál es el cambio que brindan y los beneficios para la provincia tanto socialmente como económicamente.

2.2. MARCO TEÓRICO

En base al tema a tratar y con el propósito de ampliar el conocimiento acerca de las variables de investigación, se conceptualizaron algunos términos que permiten mejorar la comprensión de los mismos partiendo desde términos más sencillos o básicos, entre los términos se destacan los siguientes:

2.2.1. Infraestructura

Guasch (2005) afirma:

Las reformas para mejorar y extender los servicios de infraestructura también han sido fomentadas por el hecho de que los países en desarrollo se dieron cuenta de que los niveles y la calidad de la infraestructura tienen un enorme efecto sobre el crecimiento económico y la disminución de la pobreza, y que los niveles de calidad

actuales son inadecuados. Los servicios de infraestructura son fundamentales para la producción y prestación de bienes y servicios, e inciden de manera significativa en la productividad, los costos y la competitividad de la economía. (p. 20)

2.2.2. Inversión en Infraestructura

Rozas & Sánchez (2004) afirman:

El importante papel de las inversiones en infraestructura en el crecimiento económico ha sido ampliamente analizado en la literatura económica, aunque persisten controversias y no existe todavía un consenso generalizado tanto en relación con el impacto sobre la productividad de los factores como sobre la competitividad de las firmas. Las economías requieren redes de infraestructura de comunicaciones, energía o transporte bien desarrolladas para expandir su mercado interno y competir internacionalmente. (p.10)

Por lo tanto, las infraestructuras son el núcleo para una buena economía, ayudando a la productividad de una determinada zona. En los últimos años, tanto el Ecuador como la provincia del Carchi han avanzado mucho en el mejoramiento de la infraestructura, es decir, se dieron cuenta que este aspecto ayuda en la matriz productiva del país. En el caso particular del Carchi el desarrollo de la infraestructura le brinda capacidades para generar competitividad económica interna como externa, debido a que la provincia está en una zona fronteriza.

2.2.3. Tipos de Infraestructura

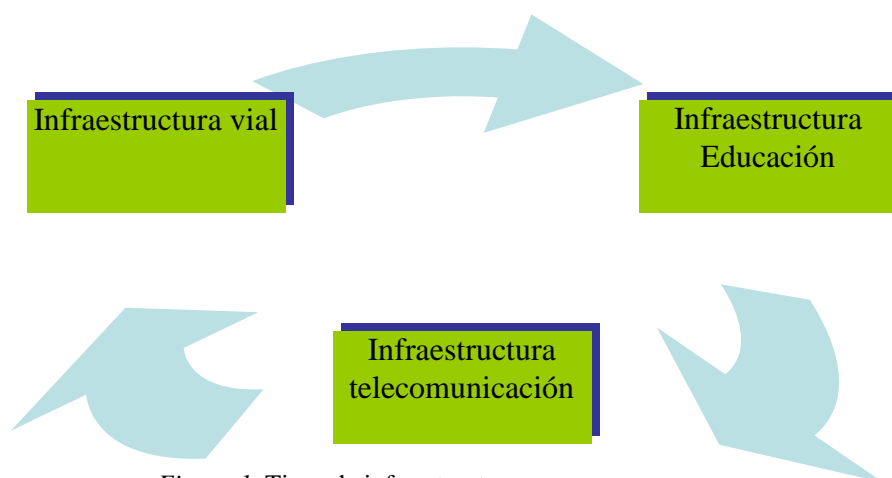


Figura 1. Tipos de infraestructura
Fuente: (Obras publicas Ecuador, 2017)

2.2.4. Beneficios de una Infraestructura Vial

La república (2013) se refiere a la infraestructura vial, como uno de los elementos más importantes para el crecimiento económico de ciudades y países, aumentado niveles de competitividad. Así mismo, al contar con infraestructura de calidad, se genera empleo, disminuye costos en los medios de transporte tanto públicos como privados y de igual manera reduce el tiempo al momento de desplazarse, lo que provoca aumento de usuarios en estas vías públicas de primer, segundo y tercer orden.

2.2.5. Beneficios de una Infraestructura de Educación

La tercera (2017) menciona que una buena Infraestructura Educativa es un pilar fundamental para lograr los objetivos trazados a largo plazo. Al contar con los mejores equipos, laboratorios y tecnología de punta, los centros educativos favorecen al crecimiento personal de los estudiantes como también aseguran su integridad. El único objetivo es brindar los mejores espacios físicos a los estudiantes para el desarrollo de capacidades, que se reflejen en la práctica y que estén directamente vinculadas con la sociedad.

2.2.6. Beneficios de una Infraestructura de Telecomunicación

CanalComstor (2017) asegura que contar con una excelente infraestructura de telecomunicaciones es una parte fundamental de empresas grandes, medianas y pequeñas, dicho que en el siglo XXI las conectividades avanzan progresivamente, es decir; al estar conectados en todo momento y con todo el mundo en un segundo, generando facilidad al trabajar y aumento en la productividad y de igual manera ofrecer mejores beneficios como la integración de ciudades alejadas.

2.2.7. Financiamiento de Infraestructuras Ecuador

Construcción Pan-americana (2018) menciona que cada año se destina aproximadamente \$650 millones de dólares para infraestructura, con el fin de implementar nuevas obras públicas como vías, ampliación de redes viales, lo que permite mejorar la infraestructura vial y de esta manera promover desarrollo y accesibilidad a diferentes localidades.

2.2.8. Infraestructura vial Ecuador

Ministerio de transporte y obras públicas Ecuador (2017) manifiesta que para el Gobierno Ecuatoriano el principal objetivo es brindar los mejores servicios a la ciudadanía. Al contar con una infraestructura deficiente genera pérdidas tanto en transporte, turismo, comercio y servicios, es por ello que, si existen grandes inversiones de infraestructura, el desarrollo y la calidad de vida mejoraran notoriamente.

Cabe destacar que Ecuador contaba con una infraestructura vial que en años anteriores estaba totalmente olvidada por falta de acciones o iniciativas de potencializar nuevas fuentes de ingresos, pero considerando que el turismo es una fuerte ventaja competitiva, en los últimos 10 años el Gobierno Ecuatoriano implementó nuevos planes de modernización, como un objetivo de garantizar la estabilidad vial.

2.2.9. Infraestructura vial Carchi

Ministerio de transporte y obras públicas Ecuador (2017) manifestó que en la provincia del Carchi los trabajos viales han continuado, tal como se ha establecido en los cronogramas de la ampliación a cuatro carriles de la vía Piquiucho-Bolívar. Sin lugar a dudas esta obra aporta con grandes beneficios, aunque desde el cantón Bolívar hacia Tulcán no se ha concretado la ampliación de la vía hasta la actualidad.

2.2.10. Clasificación de vías

Según Reglamento ley sistema infraestructura vial del transporte terrestre (2018) las vías se clasifican de la siguiente manera:

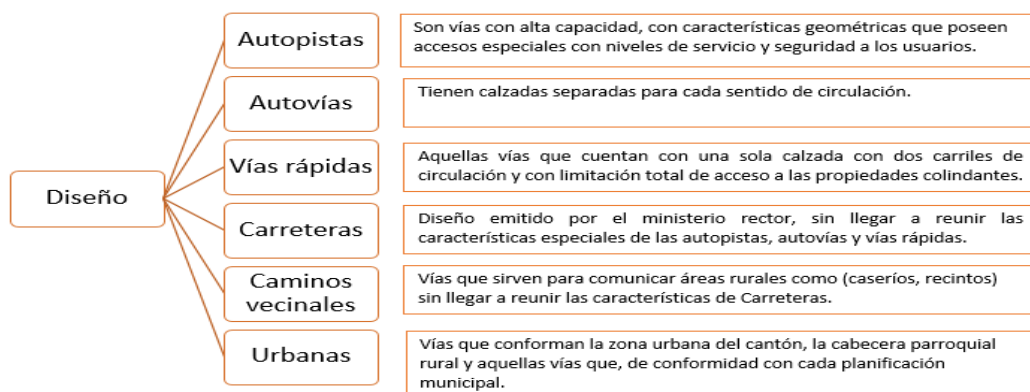


Figura 2. Características de vías por Diseño

Fuente: (Reglamento ley sistema infraestructura vial del transporte terrestre, 2018, p.2)

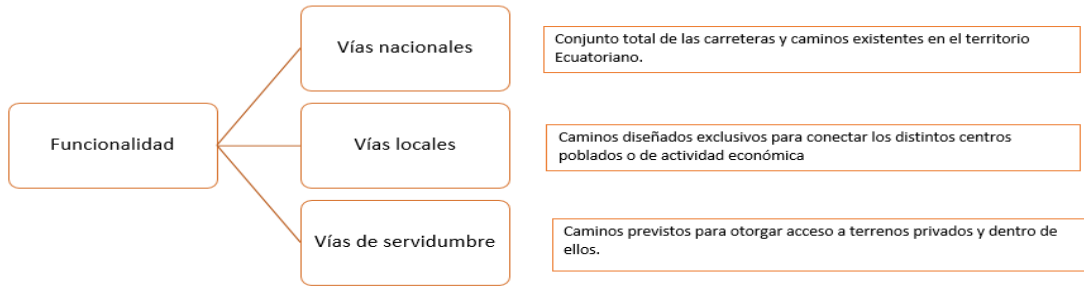


Figura 3. Características de vías por Funcionalidad

Fuente: (Reglamento ley sistema infraestructura vial del transporte terrestre, 2018, p.2)

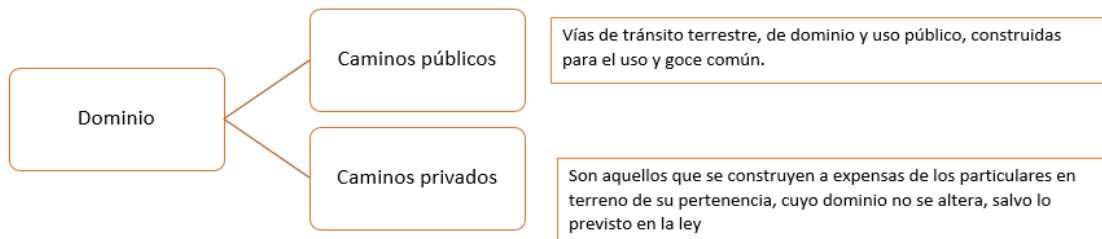


Figura 4. Características de vías por Dominio

Fuente: (Reglamento ley sistema infraestructura vial del transporte terrestre, 2018, p.3)

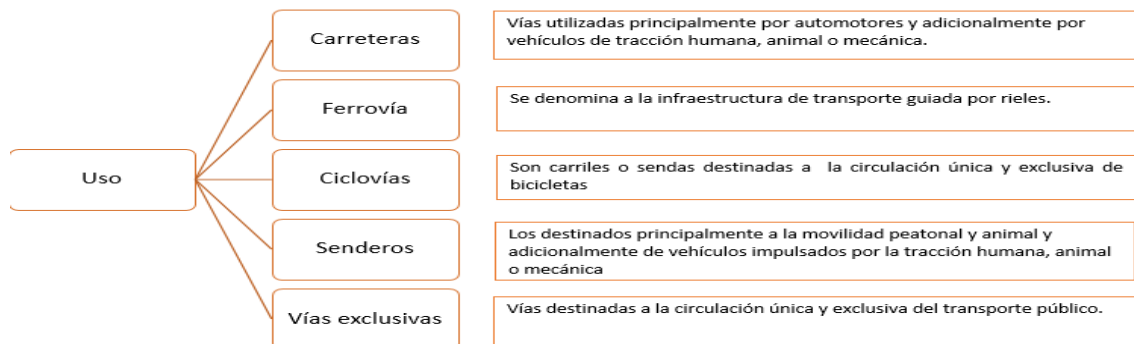


Figura 5. Características de vías por Uso

Fuente: (Reglamento ley sistema infraestructura vial del transporte terrestre, 2018, p.3)



Figura 6. Características de vías por Jurisdicción y competencia

Fuente: (Reglamento ley sistema infraestructura vial del transporte terrestre, 2018, p.3)

2.2.11. Infraestructura de Educación en Ecuador

Diario la Hora (2016) indica que la infraestructura educativa en Ecuador es un espejismo, debido a que aún existen y existirán instituciones educativas con infraestructura deteriorada, esto se puede evidenciar en las zonas rurales del país. Sin embargo, enfatizan que se ha trabajado en muchas instituciones renombradas para que estas dispongan de espacios acordes al nivel de educación. Por otra parte, las autoridades deben destinar ingresos económicos para la conservación de esta infraestructura, pues, si se cuenta con un excelente mantenimiento, los estudiantes desarrollarán mejores capacidades.

Tabla 1. Inversión en infraestructura educativa 2007-2011

Año	Establecimientos beneficiados
2007	1725
2008	2079
2009	134
2010	195
2011	259
Total	4392

Fuente: Dirección Nacional de Servicios Educativos y MINEDUC (2012)

Elaborado por: Fuertes, E. 2018

2.2.12. Infraestructura de Telecomunicaciones en Ecuador

Ministerio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la Información (2016-2021) Indica que en los últimos años el territorio ecuatoriano ha desarrollado mayor intensidad en el área de telecomunicación, debido a que es un factor primordial en la actualidad, es por ellos que, la cobertura poblacional de los servicios móviles en los últimos años ha venido en aumentado, porque a mayor oportunidad de telecomunicación existe más desarrollo de redes y esto genera mayores ventajas competitivas y mayor despliegue de información.

2.2.13. Historia del Carchi

Diario la hora (2015) manifiesta:

El 9 de abril de 1851 se crea Tulcán (Carchi actualmente) como cantón de la provincia de Imbabura, con las parroquias de: Tulcán, Huaca, Tusa, Puntal y El Ángel. El 6 de noviembre de 1880 el Congreso reunido en Quito elevó el cantón Tulcán a provincia, denominándola Veintimilla, agregándole la parroquia de Mira, que antes perteneció al cantón Ibarra. Mediante decreto legislativo, el 17 de abril de 1884, en la administración del Dr. José María Placido Caamaño, se cambia de

nombre de Veintimilla por el de Carchi, como habría sido propuesto en su inicio, tomando este nombre del río que limita con Colombia. Comprendía las parroquias de Tulcán, San Francisco, Huaca, Tusa (San Gabriel), Puntal (Bolívar), El Ángel, San Isidro, Mira, San Pedro de Piquer (nombre anterior de la parroquia San Vicente de Pusir) y La Concepción. (p.1)

Actualmente, la provincia del Carchi cuenta con 6 cantones conformados de la siguiente manera: Tulcán, Huaca, Montúfar, Bolívar, Espejo y finalmente cantón Mira. Todos ellos cuentan con una soberanía autónoma.

2.2.14. Ministerios del Estado

El Comercio (2017) afirma que el presidente del Ecuador tiene a su disposición ministerios que le ayudan de una manera eficaz a cumplir sus deberes y obligaciones. Los ministerios colaboran también en la toma de decisiones del gobernante. El Ecuador está conformado por 23 ministerios y 12 secretarios del estado.

2.2.15. ¿Qué es una Mipymes?

Ecuador Legal en Línea (2015) Manifiesta que una Pymes es considerada al conjunto de pequeñas y medianas empresas en base al capital social, volumen de ventas, número de trabajadores y su nivel de producción. En Ecuador las pequeñas y medianas empresas se han formado económicamente en diferentes actividades económicas como:

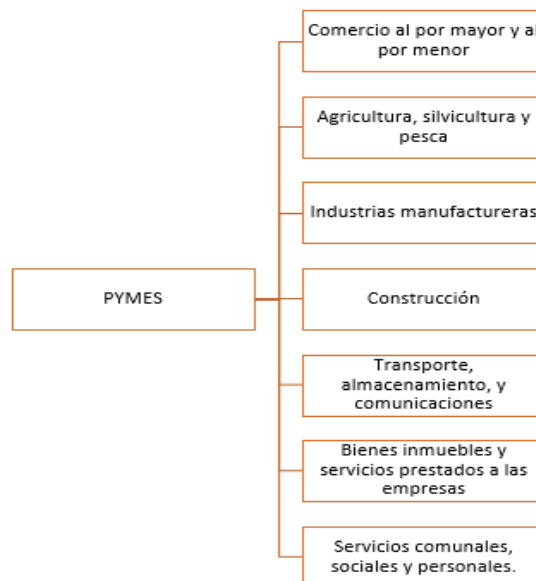


Figura 7. Clasificación de Mipymes según su actividad
Fuente: Ecuador Legal en Línea, 2015

2.2.16. Importancia de las Mipymes

Ecuador Legal en Línea (2015) afirma que en Ecuador una pymes es la base fundamental para el desarrollo social tanto en producción, demanda u oferta de productos añadiendo valor agregado, por lo que se constituye en un factor fundamental en la generación de empleo.

2.2.17. Importancia de las Mipymes en el Sector Turístico

Molina & Waldemar (2017) indican que la importancia de las Mipymes en el sector turístico es de suma importancia para muchos países, ciudades, pueblos, debido a que se obtiene ingresos para este sector. Las pequeñas y medianas empresas que se dedican al turismo dependen su subsistencia en gran parte de la población económicamente activa.

2.2.18. En el sector turístico las Pymes se pueden dividir en cinco subsectores

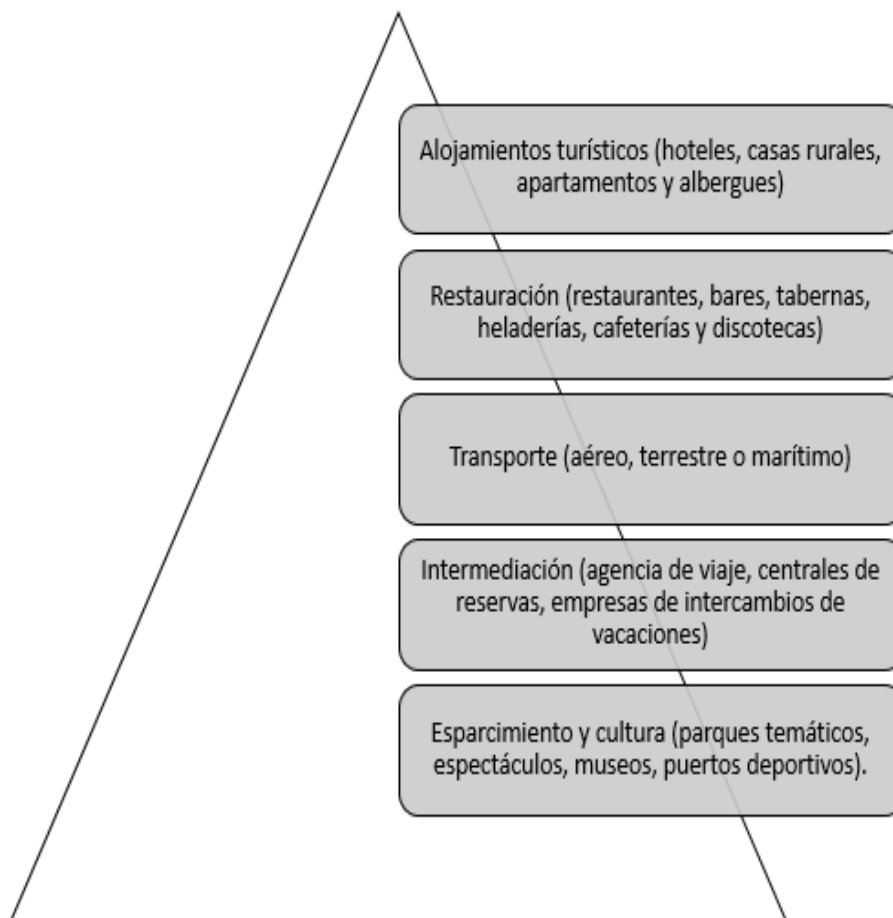


Figura 8. En el sector turístico las Pymes se pueden dividir en cinco subsectores
Fuente: Molina & Waldemar, 2017

2.2.19. Plan Nacional de desarrollo enfocado en el Sector Turístico

Plan Nacional de Desarrollo (2017- 2021) manifiesta que impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico es un factor primordial, proponiendo incentivos para la producción que van desde créditos para la generación de nuevos emprendimientos, uno de ellos el turístico, identificándose como un actor social comunitario.

Así mismo se impulsa la importancia de fortalecer la asociatividad, al igual que se requiere investigación e innovación para la producción de bienes o servicios. Por otro lado, se ha considerado que Ecuador cuenta con una importante base de recursos naturales, que deben ser aprovechados y en el transcurso del tiempo determinaran un crecimiento económico. De igual manera considerando la inversión pública que ha realizado el Estado. Que permite contar con niveles de conectividad adecuados, infraestructura productiva, seguridad y talento humano y los cuales se convierten en una plataforma de brechas de competitividad.

Por otra parte, el cambio de matriz productiva es clave para favorecer ventajas comparativas a corto plazo y abrir las puertas para la creación de ventajas competitivas a largo plazo. Para ello se requiere fortalecer y potenciar la integración de las cadenas productivas locales. También es la consolidación de una economía basada en la generación de conocimientos, lo que implica invertir en el talento.

2.2.20. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el traslado de personas a diferentes lugares, estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Por esta razón, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural, zonas edificadas, población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos, es por ello necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, gestión y supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacional y local, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2016)

2.2.21. Tipos de Turismo

Hay diferentes formas de clasificar el turismo, debido a que a medida que pasa el tiempo se va identificando nuevas necesidades de las personas para efectuar desplazamientos, considerado los siguientes tipos de turismo: de descanso o de sol y playa, a este tipo de turismo se lo conoce comúnmente como el turismo convencional o como también de "sol y playa", es un producto legítimo de la sociedad urbana e industrial, y su particularidad esencial es un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y la perspectiva de la demanda.

Además, el Turismo científico, es efectuado específicamente por los viajeros que pretenden abrir sus fronteras para la investigación con el fin de ampliar y complementar sus conocimientos. Adicionalmente tenemos el Ecoturismo, se fundamenta en la conservación del entorno sin alterar el equilibrio del medio ambiente, junto a esto, el ecoturismo se apega a un sentido de ética, pensando en el bienestar de la comunidad local más allá del disfrute del viajero, esta clase de turismo es realizado en zonas rurales y en paisajes naturales. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2016)

2.2.22. Sistemas Turísticos

Para estructurar facilidades turísticas y productos de turismo de naturaleza.

Según Sergio Molina (1990) “el sistema turístico está compuesto por seis elementos que agrupan a todos los actores sociales del turismo” (p.12). La función de cada subsistema es la siguiente:

- ✓ **Gobernanza:** Se encarga de dirigir la actividad turística, organizaciones públicas como privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo turístico.
- ✓ **Demanda:** Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino.
- ✓ **Comunidad receptora:** Puede ser caracterizada por su nivel de participación o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.
- ✓ **Atractivos:** Se los considera como el origen del sistema turístico, pueden ser naturales o culturales, jerarquizados de acuerdo a su demanda o potencialidad.

- ✓ Oferta de servicios: Incluye a los servicios de A&B, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante.
- ✓ Infraestructura: Incluyen en los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras; servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos.

2.2.23. Sistematizar Características del Sector Turístico

Organización Mundial del Turismo OMT (2016) Indica que en el caso de los atractivos turísticos, conviene sistematizar el registro de características relevantes de la planta turística, según el siguiente listado:

- ✓ En hoteles N° y tipo de habitaciones, N° de camas, N° y tipo de baños comunes y privados, comedor, piscina, sala de conferencia, recepciones, canchas deportivas, aire acondicionado, variación de precio, fuera de temporada, descuentos, otras.
- ✓ En albergues o camas en casa de familias, de detalla N° y tipo de habitaciones, N° de camas, N° y tipo de baños, Capacidad de comedores (N° de mesas), espacios comunes, otros servicios, precio y N° de camas registradas, N° de cuartos de 1 cama, N° de cuartos de 2 camas.
- ✓ Para realizar camping en un atractivo turístico hay que identificar la distancia a la ciudad más cercana, distancia al atractivo turístico, superficie del terreno, zonas arbolados (tipo y superficie), capacidad para carpas, capacidad para casas rodantes.
- ✓ Como sitios de alimentación se debe identificar el restaurante N° de mesas, dimensiones del o los comedores, N° de meseros, tipo de comidas, Bar, precios y descripción de menús fijos, aire acondicionado, calefacción.
- ✓ Bares cafeterías N° de mesas, butacas de mostrador, tipo de servicio (con meseros o autoservicio), aire acondicionado, calefacción, otros.
- ✓ En tanto al Transporte turístico se debe conocer el N° y tipo de organización que los agrupan, N° tipo y capacidad de los vehículos, N° Precios, excursiones regulares y especiales.
- ✓ Es importante que existan oficinas de información que suministren datos turísticos, horarios de atención al público, y demás.

2.2.24. Condiciones de Transportes Turísticos

Organización Mundial del Turismo OMT (2016) manifiesta que identificar el tipo de transporte es primordial para el turismo:

- ✓ Vial, red de carreteras de uso turístico, complementos de la carretera, servicios para el automotor, señalización de la ruta, servicios de transporte público, terminales de ómnibus, ferroviario de uso turístico, servicios ferroviarios, terminales ferroviarias.
- ✓ También hay que describir en términos generales la red de comunicaciones internas y los contactos externos, la eficiencia de los servicios que puede emplear el turista.
- ✓ Si es posible y necesario consignar la eficiencia de las redes existentes, la calidad y suficiencia del equipamiento de apoyo y la solvencia de los servicios de transporte público que utiliza el turista, lo mismo que la eficacia de los sistemas de comunicación, se deberá registrar en las fichas.

2.2.25. Productos Turísticos

Organización Mundial del Turismo OMT (2016) Indica que Primero hay que definir que es un producto turístico, el mismo está compuesto de:

- ✓ Atractivos: (tanto naturales como culturales)
- ✓ Actividades: (de diverso tipo y para diversa gente)
- ✓ Servicios: (alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento y servicios básicos) que utilizan los turistas nacionales o internacionales, para disfrutar de su estadía.
- ✓ Experiencia: Este último elemento constituye la clave de la actividad turística por cuanto indica que el turista cada vez viaja menos con la sola idea de llegar a hoteles, posadas u otros tipos de alojamiento o por comer en restaurantes, sino busca de experiencias.

2.2.26. Servicios Turísticos

Molina (2016) manifiesta que los servicios turísticos contienen, distribución, comercialización, ventas y prestación, basado en los bienes y servicios ofertados por las organizaciones de mercado turístico, en tanto, es importante recalcar que los servicios turísticos se refiere a actividades recreativas ofrecidas para la comercialización y las venta,

las cuales satisfacen necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de los diferentes servicios prestados por la empresa que brinda el servicio turístico para recreación del usuario.

En este sentido, se puede mencionar que los servicios turísticos son actividades netamente económicas donde el principal atractivo es darle al cliente una diversidad de actividades que le permitan disfrutar del lugar, es así que los servicios turísticos se basan en la calidad del servicio para que clientes regrese y a la vez lo recomienden como también en la parte económica pueda aumentar si el servicio es satisfactorio.

2.2.27. Ofertas Turísticas

Romero (2014) considera que la oferta turística comprende elementos de carácter exclusivamente turístico como los intermediarios turísticos, el transporte, el alojamiento, entre otros. La oferta complementaria abarca productos y servicios que demandan los turistas mientras disfrutan de su estancia en el lugar de destino.

2.2.28. Infraestructura Turística

Blanco (2008) define la infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico.

- ✓ Servicios básicos: Agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, entre otros.
- ✓ Transportes: Puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- ✓ Caminos: Rutas existentes, estado.
- ✓ Servicios: Comercio, salud, educación, comunicaciones, etc.

La infraestructura es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera.

2.2.29. Conformación de Infraestructura Turística.

Organización Mundial de Turismo (2017) La infraestructura turística de un país está conformada por los elementos interconectados que permitan a los turistas llegar, permanecer y disfrutar del atractivo turístico de su destino, haciendo que su viaje sea placentero, entre los cuales están:

- ✓ Servicios básicos: suministro de agua, electricidad, telecomunicaciones, recolección de desechos, salud e higiene, seguridad y protección.
- ✓ Sistema vial: autopistas, carreteras, caminos y senderos.
- ✓ Transporte: aeropuertos, puertos marítimos, embarcaciones fluviales, redes ferroviarias, autobuses, taxis.
- ✓ Alojamiento: hoteles, posadas, apartamentos, campamentos.
- ✓ Gastronomía: restaurantes, establecimientos de comida rápida, tabernas, cafés.
- ✓ Servicios para actividades culturales: arte y entretenimiento, museos, reservas naturales, parques zoológicos.
- ✓ Servicios para actividades deportivas y recreativas: alquiler de artículos deportivos y recreativos, salas de juego y apuestas, parques de atracciones, campos de golf, canchas deportivas, buceo, esquí.
- ✓ Otros servicios: información al turista, alquiler de equipos y vehículos, servicios bancarios. Red de tiendas y comercios en general.

2.2.30. Los beneficios económicos y sociales del turismo.

Organización Mundial de Turismo (2017) El turismo presenta algunas características y beneficios importantes dentro del área económica y social que le han hecho merecedor de la atención de las autoridades nacionales y locales. Se citan a continuación las principales:

- ✓ Favorece la creación de empleos por la alta capacidad de mano de obra que esta actividad demanda, aportando así a la reducción del desempleo y de la pobreza de la población.
- ✓ Mediante la oferta de nuevos productos turísticos, promueve la equidad a través de la incorporación a esta actividad económica de comunidades y poblaciones tradicionalmente rezagadas como son las pertenecientes a muchas zonas rurales.

- ✓ Esto último, lo hace especialmente a través del turismo comunitario y ecológico que en los actuales momentos son sectores de gran despegue en la demanda especialmente del turismo internacional.
- ✓ Cuando es realizado de una manera adecuada, el turismo constituye una de las actividades económicas más limpias. Se torna ecológicamente sostenible, pues la explotación de sus actividades genera un grado ínfimo de externalidades al medio ambiente.
- ✓ Esta actividad económica previene el deterioro de los recursos turísticos locales, debido a que estos se tornan estratégicamente importantes para el desarrollo de la actividad turística.
- ✓ Los beneficios del turismo se riegan en mayor o en menor proporción en todas las actividades económicas existentes en un territorio. Las actividades agrícolas, ganaderas, comerciales, de servicios, etc. son beneficiarios de su desarrollo.
- ✓ Constituye una actividad muy lucrativa para el sector privado, así como también una fuente importante de ingresos para el sector público. Los gobiernos nacionales y los seccionales reciben ingresos provenientes de los impuestos y los permisos de funcionamiento respectivamente.

2.2.31. Ventajas competitivas

Veciana (2003) afirma:

Las estrategias y ventajas competitivas de las Pymes permiten atender las demandas diferenciales de una parte del mercado. Para esto la Pyme está especialmente bien dotada; ya que su sensibilidad y capacidad de adaptación le permite detectar demandas insatisfechas. Esta tendencia no solo se ha detectado en los mercados nacionales, sino también entre las pymes que se han internacionalizado. (p.727)

Lo anterior permite destacar que las ventajas competitivas de las Mipymes son importantes en la medida que son los entes que vienen a satisfacer las necesidades de los mercados que aún no han sido atendidas, así también que estas se enfocan en la generación económica y obtener solvencia de una manera que permita atender las demandas, que en la actualidad existen en el mercado nacional.

Porter (1985-2008) afirma:

La ventaja competitiva es fundamental para las compañías y, a la vez, es un factor decisivo para conducir políticas de desarrollo económico. La segunda serie de ideas que se planea a partir de la competencia transnacional es el modo en que las empresas pueden ganar ventajas competitivas extendiendo y coordinando actividades en la cadena de producción de valor más allá de las fronteras en redes regionales o globales. (p.15)

Ecuador trata de generar este tipo de cadenas en las Mipymes, para mejores oportunidades de posicionamiento dentro de la provincia del Carchi, de igual forma en el exterior brindando los mejores beneficios y otorgando posicionamiento internacional. Por ejemplo, en la provincia destaca el sector lácteo la industria Alpina.

2.2.32. Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva

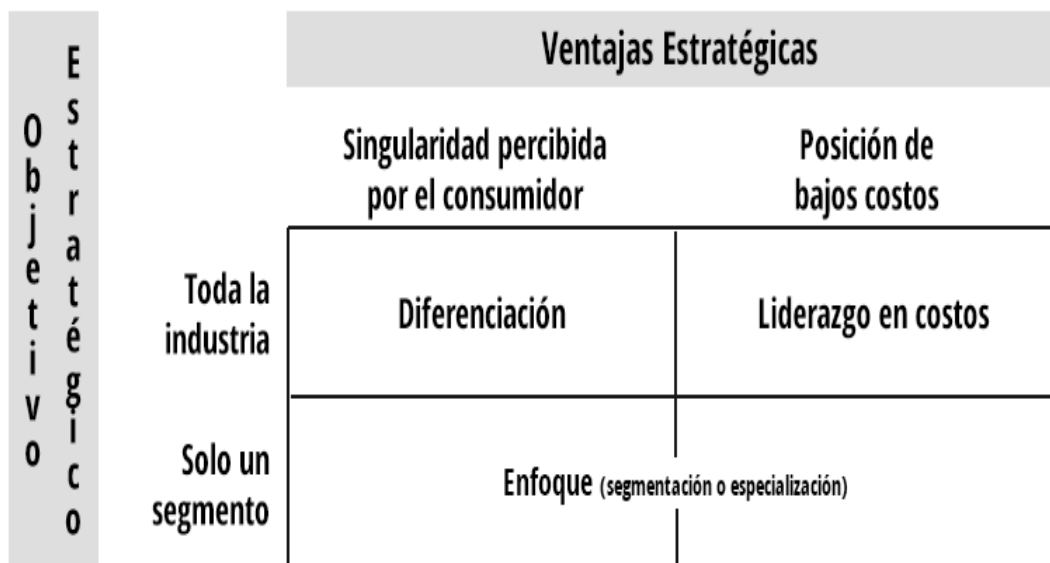


Figura 9. Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva

Fuente: (Porter, 1985-2008)

Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva, se han aplicado en las Mipymes del Sector Turístico de la provincia del Carchi, como una forma de conocer cuál es el valor diferencial que posee cada una de estas empresas, respecto a otras empresas competidoras. Conocer que le hace única, identificar como han logrado mantenerse netamente superiores a la competencia, como ha conseguido mayor rentabilidad, y sobre todo qué les han permitido destacar o sobresalir ante ellas, y de esta manera tener una posición competitiva en el sector o mercado.

2.2.32.1. Liderazgos en costes

Porter (1985-2008) indica que las características en liderazgo en costes son:

- ✓ Vender los productos o servicios a un precio inferior al de la competencia.
- ✓ El producto o servicio no necesitan ser los mejores, solo tener calidad aceptable.
- ✓ Se dirige a los consumidores orientados al precio.
- ✓ Solo una empresa puede alcanzar este nivel.
- ✓ Los riesgos de esta estrategia son la imitación por parte de los competidores.

2.2.32.2. Diferenciación

Porter (1985-2008) señala que las características en Diferenciación son:

- ✓ Dotar al producto o servicio de una calidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores y que permite cobrar precios superiores.
- ✓ Poseer diferentes características: diseño, atributos técnicos, desempeño, atención al cliente, rapidez de entrega, oferta de servicios complementarios, entre otros.
- ✓ A diferencia del liderazgo en costes, la diferenciación no es exclusiva de una sola empresa de cada sector, sino que varias empresas pueden tenerla.
- ✓ Es muy recomendable en mercados que sean poco sensibles al precio.
- ✓ Sus riesgos son que la característica diferencial sea imitada por la competencia y que los consumidores no la valoren.

2.2.32.3. Enfoque

Porter (1985-2008) menciona que las características del Enfoque son:

- ✓ Centrarse en un segmento específico del mercado, creando productos y servicios especialmente diseñados para responder a sus necesidades y preferencias.
- ✓ Dirigirse a un mercado más pequeño, que permita desde ahí incrementar su eficiencia.
- ✓ Los riesgos principales son que la competencia decida dirigirse al mismo mercado.

2.2.33. Aspectos de una ventaja competitiva

Espinosa (2017) cita que diferentes aspectos que deben ser tomados en cuenta para la elaboración de ventajas competitivas.

- ✓ La ventaja competitiva es única. La empresa tiene su exclusividad.
- ✓ Supone un beneficio tangible para los consumidores.
- ✓ Debe ser sostenible a largo plazo. Si es temporal, no es una ventaja.
- ✓ No es imitación; busca lo contrario: la innovación.
- ✓ Busca beneficios superiores. Está ligada a la productividad

2.2.34. Principales tipos de ventajas competitivas

Espinosa (2017) señala que una empresa puede diferenciarse de sus competidores en varios aspectos como:

- ✓ Ser el más barato: Esta estrategia supone la disminución de los costes de producción sin que esto afecte a la calidad de los productos.
- ✓ Ofrecer el mejor servicio (o producto): En cierto sentido, es todo lo contrario a la estrategia de precios. Se trata de crear valor a partir de productos que gocen de la mejor calidad del mercado. Generando ideas innovadoras y creativas. En este caso, los clientes están dispuestos a pagar un precio más alto a condición de acceder a ese atributo diferenciador que encuentran en el producto.
- ✓ Adaptarse al cliente: Esta estrategia consiste en adaptar lo mejor posible la oferta a las necesidades de los clientes. Para ello, las empresas llevan a cabo un análisis minucioso de cada mercado y se centran en segmentos específicos del mismo.

III.METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1 Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase, enfocado en recolección de datos para probar hipótesis con base a la medición numérica y análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Sampieri, 2014, p.4)

El presente enfoque permitió analizar la recolección de datos, que se hicieron mediante la formulación de una encuesta estructurada a los diferentes propietarios de Centros Turísticos de la Provincia del Carchi.

3.1.1.2 Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis proceda a la recolección y el análisis de los datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación (Sampieri, 2014, p.7)

Se aplicó este enfoque cuando se desarrolló el levantamiento de información en base a la infraestructura nacional, por ejemplo, en vías de primer, segundo y tercer orden de la provincia, al igual que, las condiciones viales de ingreso a Hoteles, Complejos turísticos y Agencias de viajes.

Por otra parte, se analizó la información por medio de la observación simple no regulada, tomando como base la información del macro teórico, para una mayor profundidad e interpretación.

3.1.2. Tipo de Investigación

Para llevar a cabo este proyecto se utilizó los siguientes tipos de investigación: exploratoria, descriptiva, de campo y documental.

3.1.2.1. Investigación exploratoria

Arias (2012) afirma que la investigación Exploratoria: “Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento” (p.23). La investigación exploratoria se aplicó en este estudio, enfocándose al problema de investigación el cual no ha sido estudiado específicamente en la provincia del Carchi, con el fin de conocer las condiciones de infraestructura en relación con las ventajas competitivas, y brindar una visión aproximada de información creíble y confiable.

3.1.2.2. Investigación descriptiva

Grajales (2000) afirma: “Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación de un fenómeno estudiado a partir de sus características. Mide variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis” (p.362). La investigación descriptiva se realizó con el fin de recabar datos de una manera más realista, en base a todas las características posibles de la variable dependiente e independiente, y obtener el mejor resultado, capaz de contribuir a esta investigación identificado la causante de los problemas.

3.1.2.3. Investigación de campo

Parella & Martins (2010) afirman que la Investigación de campo “Es la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables, debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta” (p.88). La investigación de campo se la realizó en la aplicación de encuestas estructuradas en las diferentes Mipymes de Servicios Turísticos de la provincia del Carchi, con el fin de obtener información sobre cuáles son las ventajas competitivas de las mismas y como han sido aplicadas para la captación de más clientes.

3.1.2.4. Investigación de Documental

Martínez (2002) Define a la investigación Documental “Una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas usando para ellos diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta presenta datos e información sobre un tema determinado” (p.25).

Se trabajó con este tipo de investigación para la recolección de información en libros, artículos científicos, bibliotecas virtuales, entre otros, con el fin de ampliar conocimientos para el desarrollo de este proyecto. La variable independiente “condiciones de infraestructura” fue en la que más utilizó esta investigación.

3.2. IDEA A DEFENDER

Como influyen las condiciones de infraestructura nacional, en la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del Sector turístico de la provincia del Carchi.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2. Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Informante
Variable Independiente: Condiciones de infraestructura nacional	Infraestructura vial	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de vías ✓ Número de vías alternas ✓ Estado actual de las vías 	Información Documental	Páginas oficiales del Ministerio de Obras Públicas.
	Infraestructura de educación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Centros de capacitación en temática de Turismo y Ecoturismo. ✓ Número o frecuencia en capacitaciones. ✓ Número de instituciones públicas o privadas que ofertan la carrera de turismo. 	Información Documental	Página oficial de Ministerio de Educación. Ministerio de Educación Distrito Huaca-Tulcán.
	Infraestructura en telecomunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de medios televisivos Públicos. ✓ Número de compañías que ofertan servicio de internet y telefonía celular. 	Información Documental	Oficinas de la Gobernación del Carchi.
Variable dependiente: Ventajas competitivas de las Mipymes	Costos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Costos de servicio en Hoteles de la competencia. ✓ Costos de servicio en complejos turísticos. ✓ Costos de servicio en agencias turísticas. ✓ Nivel de fijación de precios. 	Encuesta	Propietarios Hoteles. Propietarios de complejos turísticos. Propietarios de agencias de viajes Propietarios de agencias de viajes. Cámara de turismo Tulcán.
	Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Grado de innovación en los servicios. ✓ Aspectos de medición en la calidad de servicios. 	Encuesta	Propietarios de Centros turísticos.
	Enfoque	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel de ventas. ✓ Grado de identificación de la marca. ✓ Estrategias de difusión de la marca. 	Encuesta	Propietarios de Centros turísticos.

Fuente: Propia

Elaborado por: Fuertes E, (2018)

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó los siguientes métodos.

3.4.1 Método deductivo

El método deductivo es aquél va de lo general a lo particular, que parte de datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. (Vásquez, 2008)

Este método fue utilizado debido a que la información fue recopilada de una forma global hasta llegar a lo particular; además, se utilizó fuentes teóricas para lograr realizar el marco teórico, de igual manera, se aplicó para determinar el grado de aprovechamiento de la infraestructura al momento de expandir servicios turísticos.

3.4.2 Método Inductivo

“Explorar, describir y luego generar perspectivas teóricas. Van de lo particular a lo general (...), el entrevistador entre- vista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca alguna conclusión” (Hernández Sampieri, Fernández Collago, & Baptista, 2010, p.9) Este método fue utilizado para analizar los datos obtenidos en el diagnóstico y poder construir propias conclusiones sobre el tema a investigar.

Finalmente, para el levantamiento de información se construyó una batería de preguntas dirigidas a los representantes de los centros turísticos de la provincia del Carchi (Vea anexo 1: Formato de encuesta).

En si estos métodos fueron utilizados al analizar la información disponible en libros, revistas, diarios, deduciendo conclusiones basadas en los hechos, con el fin de llegar a corroborar la idea a defender de la investigación, además, se recopiló datos estadísticos mediante los instrumentos de encuesta, adecuados para llegar a conocer el problema en su forma global.

3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

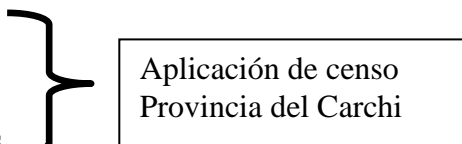
Después haber realizado las respectivas encuestas esto fue trasladado al programa (con licencia) SPSS donde la información fue diversificada y ordenada, en base a esto se realizó la respectiva tabulación y representación gráfica de los resultados, además de esta manera se facilitó la comprensión e interpretación dando respuesta a las preguntas de investigación.

El fin de esta investigación es analizar las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del Sector turístico, de la provincia del Carchi, determinando aspectos positivos como negativos.

Por otra parte, en la realización del análisis estadístico se tomó en cuenta diversas técnicas de recolección de información como:

- ✓ Encuesta elaborada con una serie de preguntas con el fin de recolectar información para la variable ventajas competitivas.
- ✓ Información bibliográfica (documental) dirigida a representantes de instituciones públicas con el fin de conocer condiciones actuales de infraestructura.

3.5.1. Población y muestra

- ✓ Hoteles
 - ✓ Agencias de viajes
 - ✓ Complejos turísticos
 - ✓ Restaurantes
 - ✓ Bares
 - ✓ Museos
- 
- A diagram consisting of a list of six items on the left, each preceded by a checkmark. A large right-facing curly bracket groups the first three items: 'Hoteles', 'Agencias de viajes', and 'Complejos turísticos'. A horizontal line extends from the end of this bracket to the left side of a rectangular box. Inside the box, the text reads 'Aplicación de censo Provincia del Carchi'.

Posteriormente, se seleccionó información facilitada por la Cámara de Turismo de la Ciudad de Tulcán sobre hoteles, complejos turístico y agencias de viajes de la provincia. Para el levantamiento de la información se realizó un censo, es decir, esta institución pública proporcionó el número exacto de Mipymes de cada sectores, además, se aplicó la encuesta en un 100% para conocer diferentes aspectos turísticos, por otra parte, se considera que la aplicación del censo es la única pieza del sistema estadístico que entrega

información con detalle geográfico, asimismo, estadísticas confiables, sin embargo, se recalca que restaurantes y otros negocios no fueron tomados en cuenta al estar inmersos en el otro tema de investigación que habla de Mipymes en el Carchi.

A continuación, se presenta la tabla 3 facilitada por la Cámara de Turismo de la provincia del Carchi.

Tabla 3.Mipymes Sector Turístico Alojamiento

No.	Propietarios	Nombre de la Empresa
1	Héctor Garrido	Hotel Mira
2	Orlando Portilla	Hotel Naderik
3	Carmita Tirira	Hotel San Martín
4	Wendy Chamorro	Hotel Acapulco
5	Ana Bastidas	Hotel Geranios
6	Daniela Cuichain	Hotel Flor De Los Andes
7	Miguel Natiu	Hotel Pasajes Andinos
8	Osorio Jiménez Richard Fabi	Hotel Mi Madrigal
9	Erika Delgado	Hotel Palacio Imperial
10	Carmen Cerón	Hotel Los Alpes
11	Alex Rosero	Hotel Park Krocky
12	Marjoine Rodríguez	Hotel Torre De Oro
13	Gabriela Quishpe	Hotel Diamante Azul
14	Orlando	Hotel Florida
15	Sandra Sosa	Hotel Bella Venecia
16	Erika Arias	Hotel Ecos
17	Marcela Angulo	Hotel Mayta
18	Eliana Bravo	Hotel Quito
19	Santillán Lizeth	Hotel Casanova
20	Ariza Inés	Hotel Sáenz
21	Benavides Sonia	Hotel Machado
22	Luis Martin	Hotel Lumar
23	Andres Espíndola	Hotel Zara Espíndola
24	Cerón Carmen	Hotel Alejandra
25	Cano Zoila	Hotel Karina
26	Cecilia Puetate	Hotel Confort
27	Montenegro Marianita	Hotel San Andres

Fuente: Cámara de Turismo Tulcán

Elaborado por: Fuertes E. 2018

La base de datos que proporcionó la cámara de turismo de la ciudad de Tulcán, se encuentran los propietarios con el nombre de la empresa debidamente registrada, lo que facilitó la aplicación de las encuestas.

Tabla 4. Mipymes Sector Turístico Agencias de viajes

No.	Propietarios	Nombre de la empresa
1	Alexandra Cuasapaz Ponce	Agencia de Viaje Wawa Tours
2	Mario Lima	Agencia de Viaje Sumak Ecuador

Fuente: Cámara de Turismo Tulcán

Elaborado por: Fuertes E. 2018

La base de datos sobre las Agencias de viajes facilitada por la cámara de turismo de la ciudad de Tulcán, aporato con un total de dos agencias en toda la provincia del Carchi, que se encontraban legalmente registradas.

Tabla 5. Mipymes Sector Turísticos Complejos

No.	Propietarios	Nombre de la empresa
1	Salazar Silvia	Complejo Turístico el Carrizal
2	Paola Puetate	Complejo Turístico Tufiño
3	Ruth Tapia	Complejo Turístico Maldonado
4	Digna Estrada	Complejo Turístico El chical

Fuente: Cámara de Turismo Tulcán

Elaborado por: Fuertes E. 2018

Los complejos Turísticos de la provincia del Carchi están en mantenimiento, por tal motivo se tomó cuatro complejos de la ciudad de Tulcán que están activos en la actualidad.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de la información, se procedió al análisis y diagnóstico de los mismos.

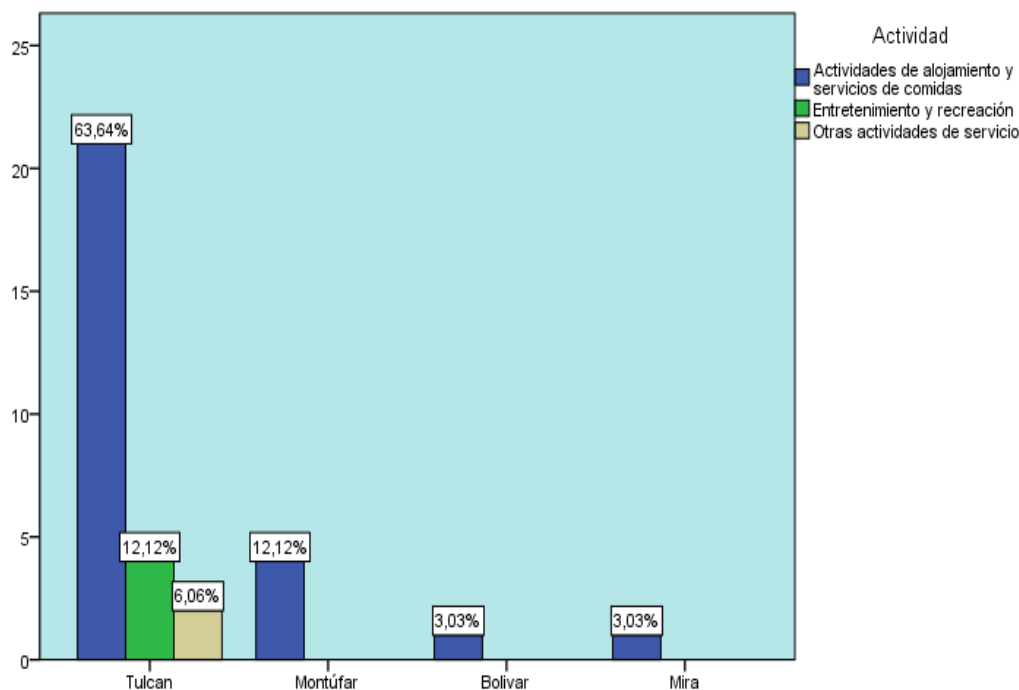


Figura 10. Ubicación & Actividad Económica

Fuente: Investigación de campo

Según la figura 10, se determina que el cantón Tulcán tiene mayor influencia de Mipymes en el sector turístico con un total de (81,82%) tanto en alojamiento, entretenimiento y servicios, seguido por Montúfar (12,12%), Bolívar (3,03%) y Mira (3,03%). Apreciando que la mayor actividad económica es alojamiento (Color azul); debido a que los hoteles han optado por incorporar nuevas estrategias para captar el mayor número de clientes. Al ser una zona fronteriza de compra- venta, existe mayor influencia de turistas que demandan los servicios de alojamiento.

Según Diego García (2018) funcionario del Cámara de Turismo Tulcán: los hoteles reconocidos han optado por la promoción de nuevos servicios tales como: almuerzos ejecutivos, suite presidencial, entre otros, considerando como una ventaja competitiva para captar mayor público posible. Las actividades de entretenimiento y recreación se han situado específicamente en el cantón Tulcán, constando de cuarto complejos turísticos en

funcionamiento (12,12%), además se identifica que en el resto de cantones de la provincia no existen registros oficiales de centros que se dedique a la misma actividad económica.

Finalmente, en lo que respecta a servicios turísticos, se puede evidenciar que solo en el cantón Tulcán existen agencias de viajes (6,06%), el resto de cantones carecen de este servicio. Entonces, se afirma que como parte de la cultura de los habitantes no está entre sus prioridades realizar viajes de grandes magnitudes, y aquellas agencias turísticas que operan en la ciudad de Tulcán tienen más ingresos económicos al ofertar paquetes turísticos a instituciones educativas de nivel primario, secundario y universitario.

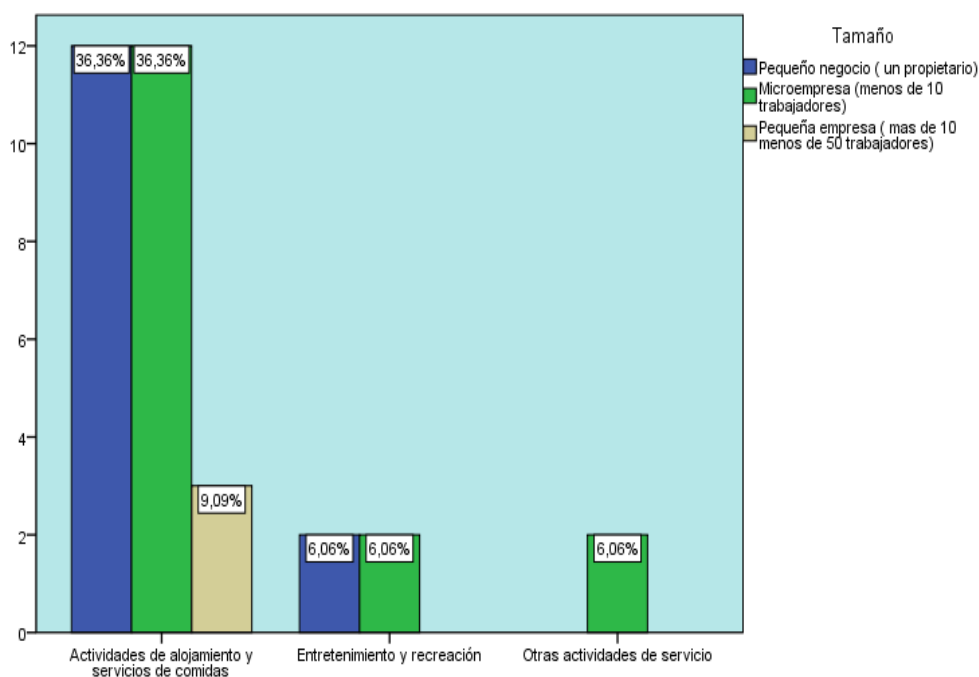


Figura 11. Actividad Económica & Tamaño de la empresa

Fuente: Investigación de campo

Según la figura 11, en la actividad de alojamiento y entretenimiento el tamaño de la empresa que más predomina en la Provincia es el pequeño negocio (un propietario) con un (42,42%), y la microempresa (menos de 10 trabajadores) con el mismo porcentaje, de igual manera en la actividad de servicios las personas se han inclinado por la creación de microempresas (menos de 10 trabajadores) en un (6,06%), anteriormente mencionado, también se puede observar que la pequeña empresa (más de 10 menos de 50 trabajadores) en alojamiento cuenta con un pequeño porcentaje del (9,09%), a diferencia del pequeño negocio y la microempresa, es decir; la pequeña empresa no se ha fortalecido debido al efecto péndulo considerando como una económica cambiante.

Por ello se ha considerado que la mayor parte de personas ha optado por la creación de microempresas, siendo un sistema que tiene como objetivo inmediato la generación de autoempleo, y como meta final la satisfacción de ciertas necesidades existentes en el mercado, y a precios más bajos.

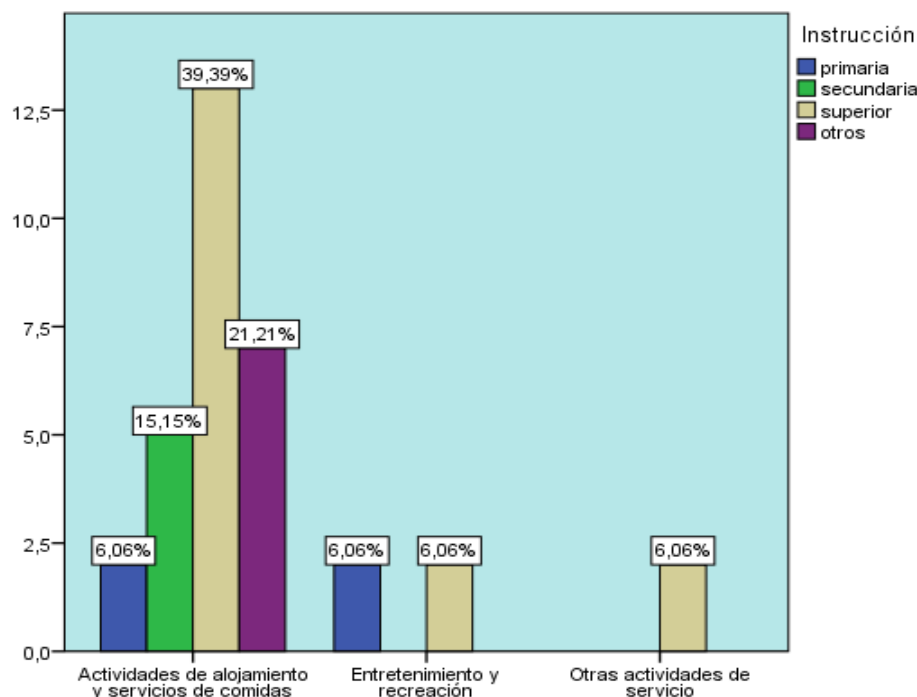


Figura 12. Actividad Económica & Instrucción de propietarios

Fuente: Investigación de campo

En la figura 12, se identifica la instrucción formal de los propietarios de cada sector turístico de la provincia del Carchi. En la actividad económica de alojamiento, los propietarios cuentan con estudios de tercer nivel en un (39,39%). El nivel superior da una gran ventaja competitiva, abre grandes puertas y garantiza el desenvolvimiento en la sociedad. La secundaria (15,15%), en cambio, aporta con los conocimientos básicos pero que técnicamente faltaría mayor capacitación. Y finalmente la primara que contribuye académicamente, pero en la actividad de alojamiento se encuentra en un porcentaje reducidos (6,06%).

En entretenimiento y recreación se ven de igual porcentaje (6,06%) en dos niveles de educación, es decir, los propietarios cuentan con nivel primario y superior; en actividades de servicios, los propietarios tienen un nivel educativo superior en el (6,06%). Estos últimos afirmaron que, en base al nivel socioeconómico de las personas de la Provincia,

dos o tres agencias de viajes serían suficientes para satisfacer la demanda turística carchense, de acuerdo a estudios realizados.

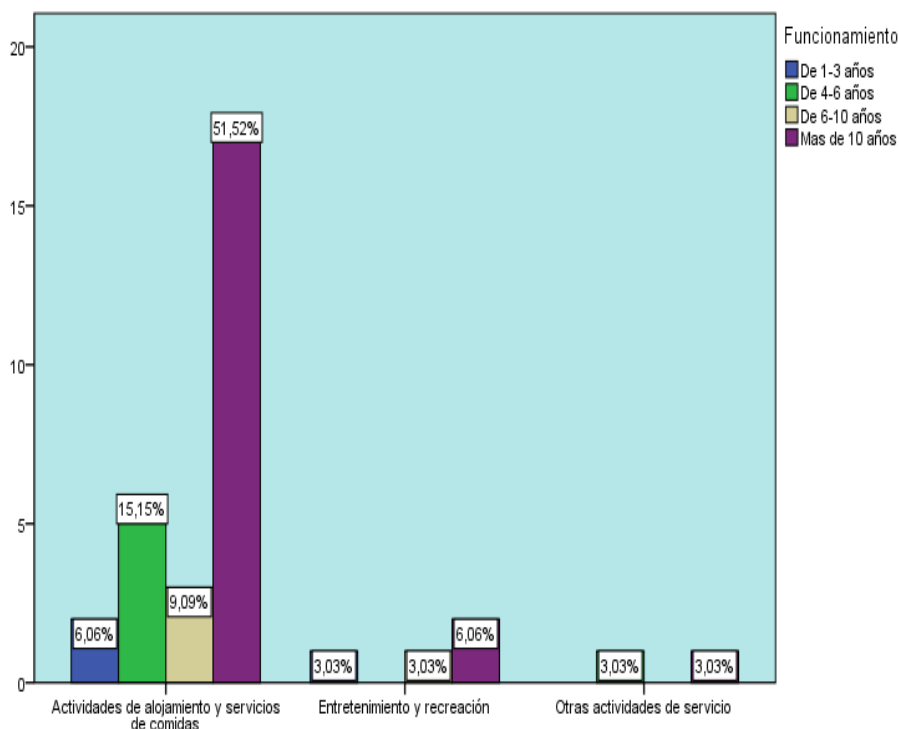


Figura 13. Actividad Económica & Años de funcionamiento
Fuente: Investigación de campo

La figura 13, determina que la actividad de alojamiento con un (51,52%) cuenta con mayor tiempo de funcionamiento, es decir, mayor a 10 años. En base al tiempo de creación se considera que tienen posicionamiento en la mente del demandante en los diferentes cantones de la Provincia. Luego se observa establecimientos con antigüedad entre cuatro y 10 años. Pero también, a pesar de la situación económica de la provincia, se han creado nuevos negocios de alojamiento en un (6,06%), no mayores a tres años de funcionamiento, los cuales están ingresando al mercado con nuevas estrategias publicitarias.

En lo que respecta al entretenimiento con un (6,06%), la Provincia ha identificado establecimientos mayores a 10 años de funcionamiento, manteniéndose en el mercado sin dejar a un lado la creación de nuevas estrategias para satisfacer las necesidades de los clientes locales, regionales, nacionales e incluso internacionales.

En la actividad de servicios con el transcurso del tiempo se están logrando posicionar localmente debido a que cuentan con más de 10 años de funcionamiento, además de

nuevos negocios que están ya consolidados afirman que desean continuar con su posicionamiento a nivel provincial.

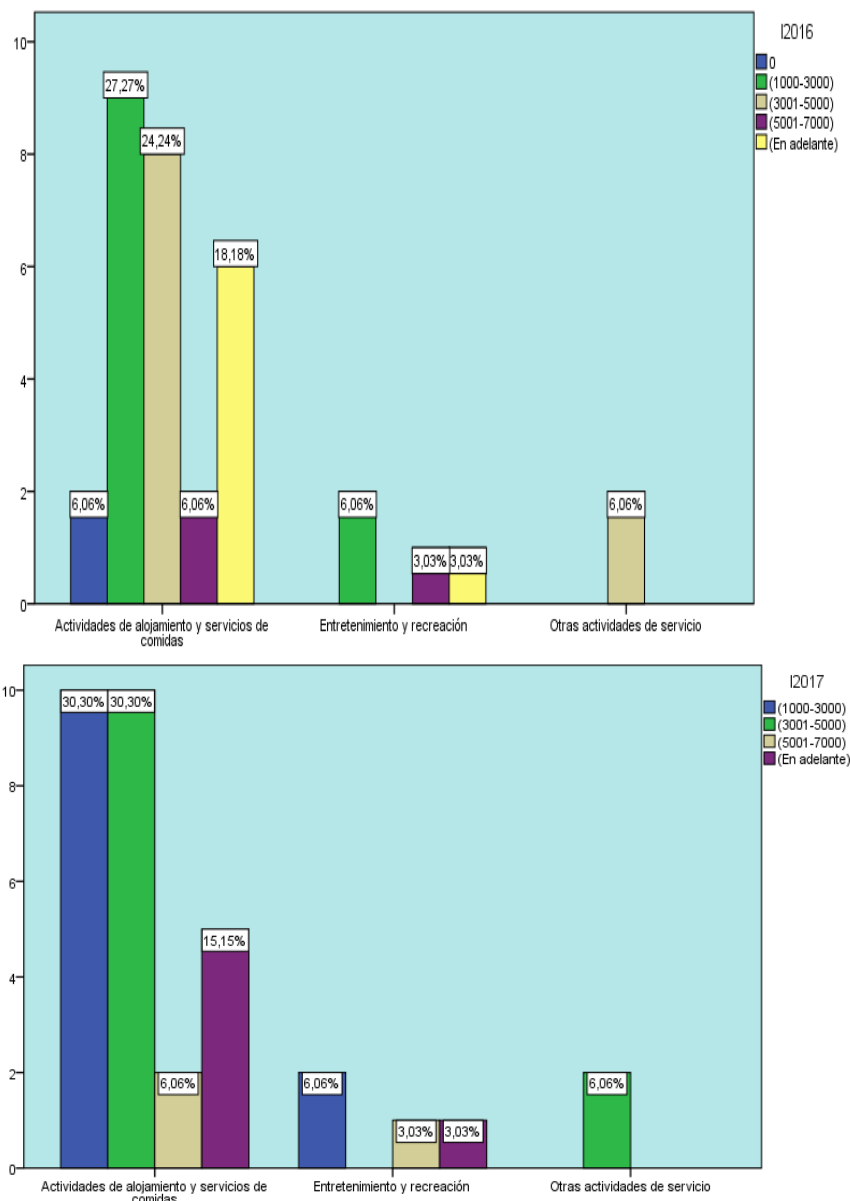


Figura 14. Actividad Económica & Ingresos anuales 2016 & 2017
Fuente: Investigación de campo

Los ingresos anuales del 2016, en la actividad de alojamiento están en el rango de (1000-3000) dólares es decir un (27,27%). Varios propietarios afirmaron que estas cifras no han sido favorables con respecto a años anteriores debido a la situación económica de la Provincia. También hay que considerar que en la actividad de entretenimiento con un (6,06%) refleja el mismo rango de ingresos, anteriormente mencionados. La actividad de servicios turísticos posee ingresos situados en un rango de (3001-5000) dólares con un (6,06%), al contar con convenios institucionales, garantizan sus ingresos anuales. Además,

se aclara que el monto cero que se evidencia de color azul (6,06%) en el año 2016, es por establecimientos conformados recientemente y no contaban con ingresos en ese año.

Los ingresos anuales del 2017, en la actividad de alojamiento con un (30,30%) se asemeja con el rango del año 2016 que constaba de (1000-3000) dólares, de igual manera se observa que hubo un crecimiento acorde a (3001-5000) dólares. En la actividad de entretenimiento se puede apreciar que se han mantenido sus ingresos anuales en un (6,06%) es decir, (1000-3000). Finalmente la actividad de servicios se ha mantenido en el mismo rango de ingresos (6,06%) con ingresos de (3001-5000) dólares, reiterando que al tener convenios reducen el riesgo de pérdidas.

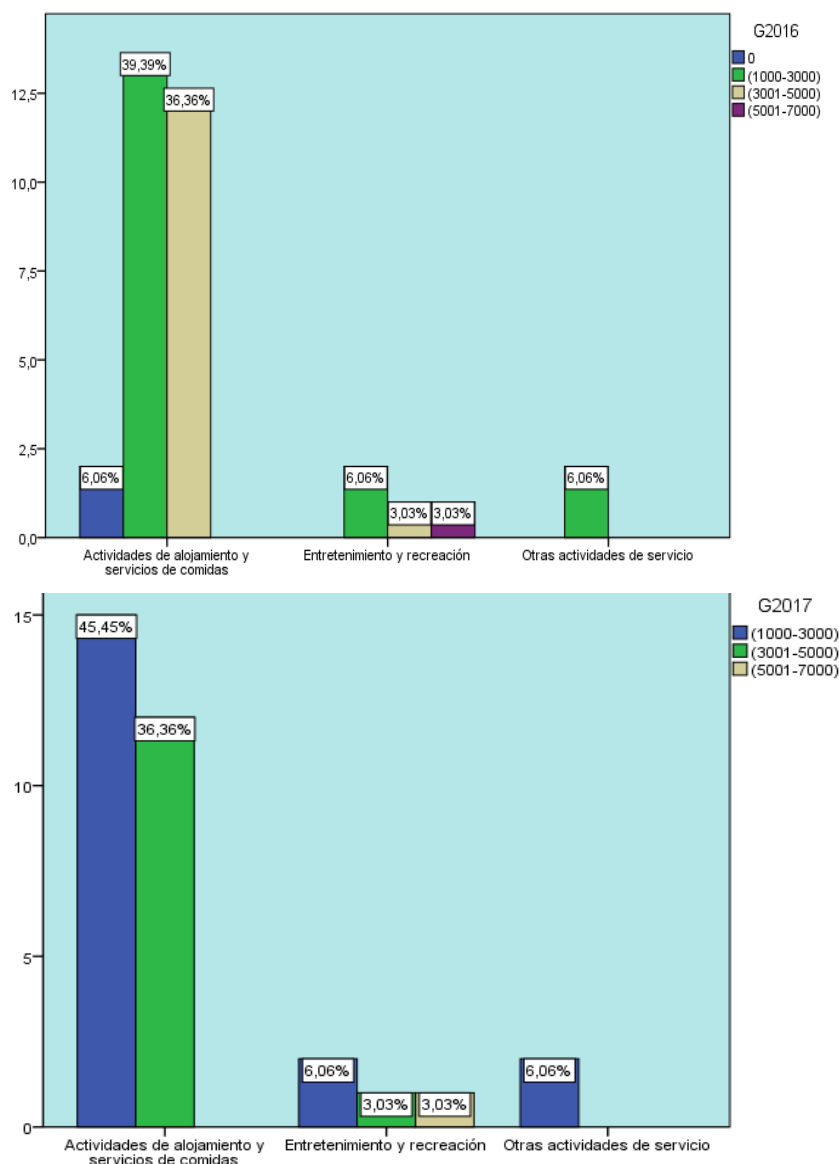


Figura 15. Actividad Económica & gastos anuales 2016 & 2017
Fuente: Investigación de campo

En los gastos anuales del 2016, se puede observar que la actividad de alojamiento está en un rango de (1000-3000) dólares es decir (39,39%), además, se observa que los gastos en un porcentaje reducido de (36,36%) aumentaron a (3001- 5000) dólares; en entretenimiento y servicios los gastos están situados en el mismo rango de (1000-3000) dólares con un (6,06%), sin diferencia en la actividad económica que cada uno conforma. Además, se aclara que el monto cero que se evidencia de color azul en los gastos en el 2016, es por establecimientos conformados recientemente y no tenían gasto alguno en ese año.

Además, se puede observar que los gastos anuales del 2017 en alojamiento redondean los (1000-3000) dólares con un (45,45%); las actividades de entretenimiento y de servicios, están situadas en un porcentaje de (6,06%) equivalente a la cantidad en dólares de la actividad de alojamiento del año 1017. Es decir, todos los negocios en base a su actividad que realizan han optado por disminuir sus gastos debido a la situación económica que atraviesa la provincia del Carchi.

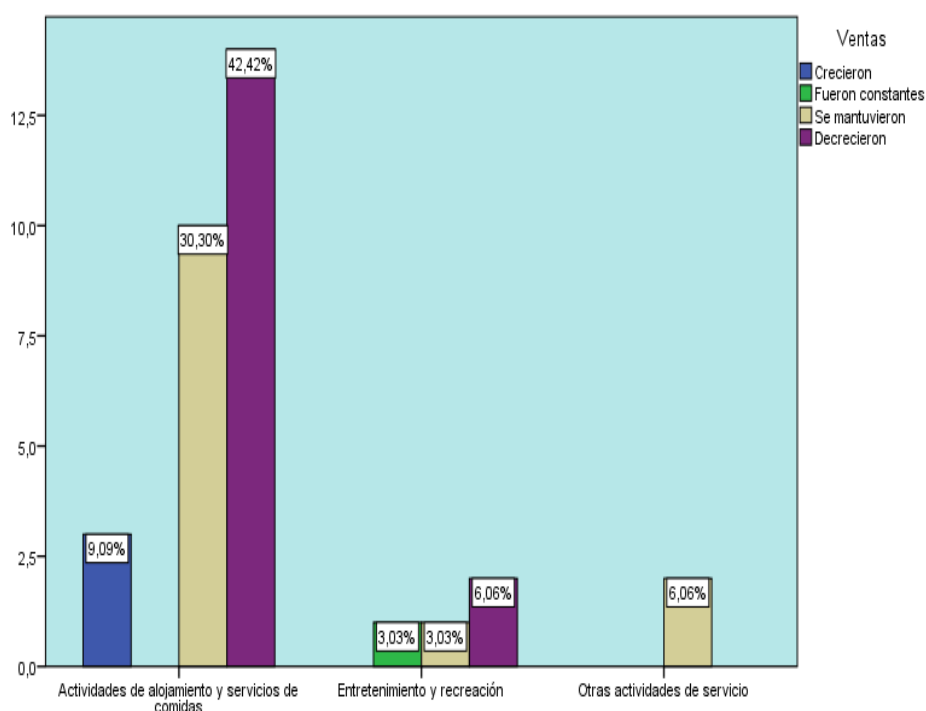


Figura 16. Actividad Económica & ventas de negocio
Fuente: Investigación de campo

En la figura 16, la actividad de alojamiento en un (42,42%), como entretenimiento con el (6,06%) se observa que las ventas decrecieron. Debido a la reevaluación constante del peso colombiano, razón por la cual los compradores de bienes o adquisición de servicios

ecuatorianos, priorizan el alojamiento y entretenimiento en el vecino país de Colombia. En la actividad de servicios turísticos las ventas se mantuvieron en un (6,06%), no en grandes estándares, pero similares a los anteriores años debido a convenios institucionales anteriormente mencionados.

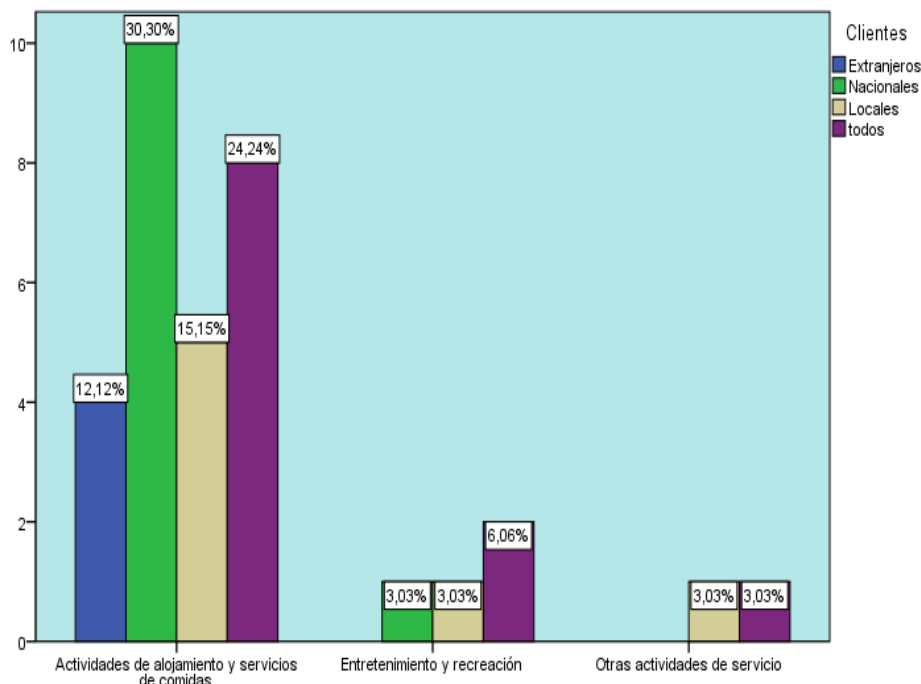


Figura 17. Actividad Económica & Tipo de clientes
Fuente: Investigación de campo

En la figura 17, la actividad económica de alojamiento destaca que sus clientes más frecuentes son los locales en un (15,15%) y nacionales en el (30,30%), debido a la crisis comercial de la Provincia, la ciudadanía carchense ha optado por consumir sus mismos servicios a fin de ayudar a que los ingresos económicos perduren en la misma ciudad.

En entretenimiento predomina los tres tipos de clientes: locales, nacionales y extranjeros con un (6,06%) esto se debe a la promoción digital realizada, pero consideran los propietarios que este recurso aún está debilitado ya que no cumple con las expectativas de turistas proyectados a estos centros turísticos.

En la actividad de servicios los clientes más frecuentes son los locales en un (3,03%), debido a que se aclaró anteriormente que cuentan con convenios institucionales, para la realización de diferentes tour turísticos, con el fin de garantizar sus ingresos anuales.

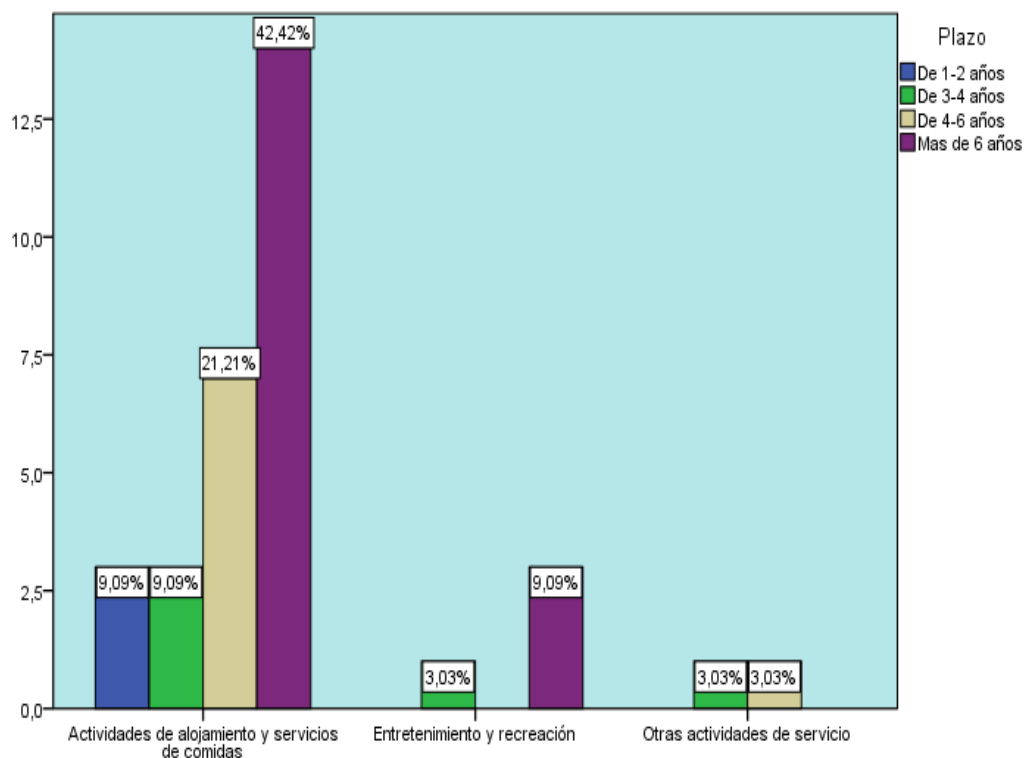


Figura 18. Actividad Económica & Plazo de financiamiento
Fuente: Investigación de campo

En la figura 18, la actividad de alojamiento en un (42,42%) considera que el plazo para financiamiento de préstamos esta sobre los seis años, tomando en cuenta que las Mipymes se capitalizan con grandes cantidades de dinero para poder funcionar. Según Ban Ecuador (2019) la tasa de interés para negocios es del 8% y según el monto, largos plazos para solventar la totalidad de la deuda con dos años de garantía.

También hay que considerar que negocios ya consolidados no necesitan grandes cantidades de dinero, ni mucho tiempo para solventar la deuda; de igual manera, la actividad de entretenimiento con un (9,09%) consta con plazos mayores a seis años respecto al monto solicitado.

Finalmente, en las actividades de servicios, el plazo está en un rango de uno a cuatro años con un (3,03%), señalando que no se necesita mayor infraestructura para funcionar este tipo de negocio a diferencia de alojamiento y entretenimiento, debido a que su prioridad es brindar los mejores servicios.

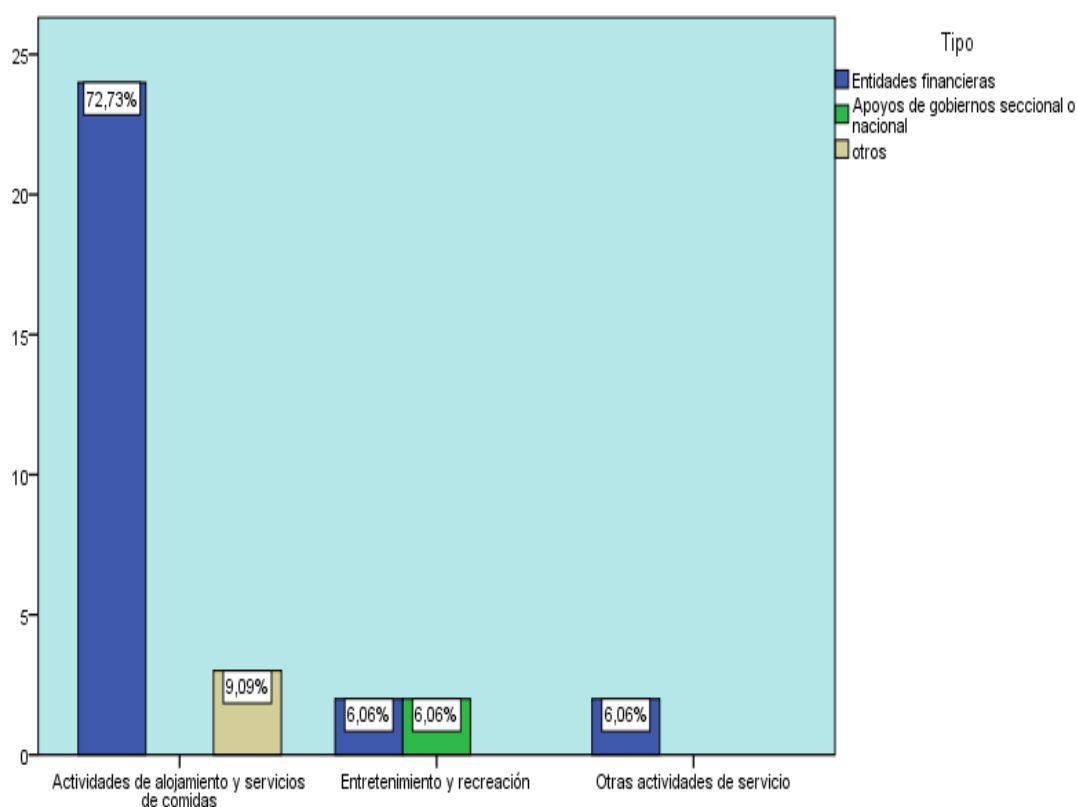


Figura 19. Actividad Económica & Tipo de Financiamiento
Fuente: Investigación de campo

Se define que un considerable porcentaje de pequeños negocios y microempresas pertenecientes a la actividad tanto de alojamiento con un (72,73%), entretenimiento con el (6,06%) y servicios con (6,06%) necesitan aporte de capital, al momento de adquirir un crédito eligen como primera opción las entidades financieras que cuentan con los mejores porcentajes de interés. Debido a que consideran que los créditos son herramientas que ayudan a cumplir metas o a crear un propio patrimonio.

Es así que estos tres sectores turísticos consideran que el microcrédito en las entidades financieras es la mejor opción puesto que tiene intereses bajos y son de rápida agilidad. También resulta útil si se va a emprender en modificaciones que van a influir en la demanda de servicios o bienes de una empresa. Además, es preciso considerar que, para una Mipymes en crecimiento, es adecuado mantener un control de las deudas y reducir el riesgo de incumplimiento con proveedores y clientes, asegurando que la empresa opere de manera eficaz.

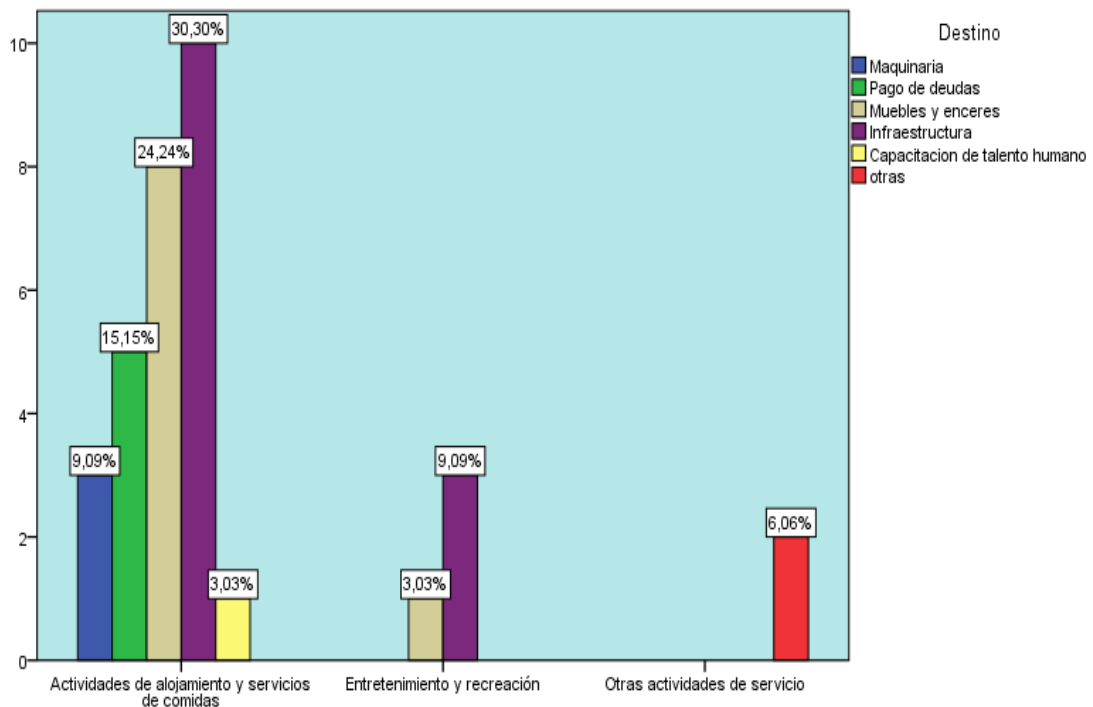


Figura 20. Actividad Económica & Destino de Inversión

Fuente: Investigación de campo

En la actividad de alojamiento con el (30,30%) y entretenimiento (9,09%) se evidencia que la inversión está destinada en gran porcentaje a infraestructura, siendo un factor fundamental de diferenciación. En las actividades de servicios en un (6,06%) se ve que trabajan más por mantener cosas indistintamente relacionadas a infraestructuras o capacitación de talento humano, que puede ser un factor primordial a la hora de elegir.

La infraestructura y el talento humano son dos pilares principales en el sector turístico y aún menos si es servicios, ambos van de la mano. El primero es aquel que tiene que ver con lo físico, lo palpable y la capacidad de convivencia; el segundo, la atención al cliente factor decisivo para la toma de decisiones por parte de los turistas en cuestión de servicios.

Siendo así, el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, además representa una de las mayores fuentes de inversión para muchos países en desarrollo. Generando ingresos económicos que van de la mano con la diversificación de servicios y el mejoramiento de estrategias frente a la competencia.

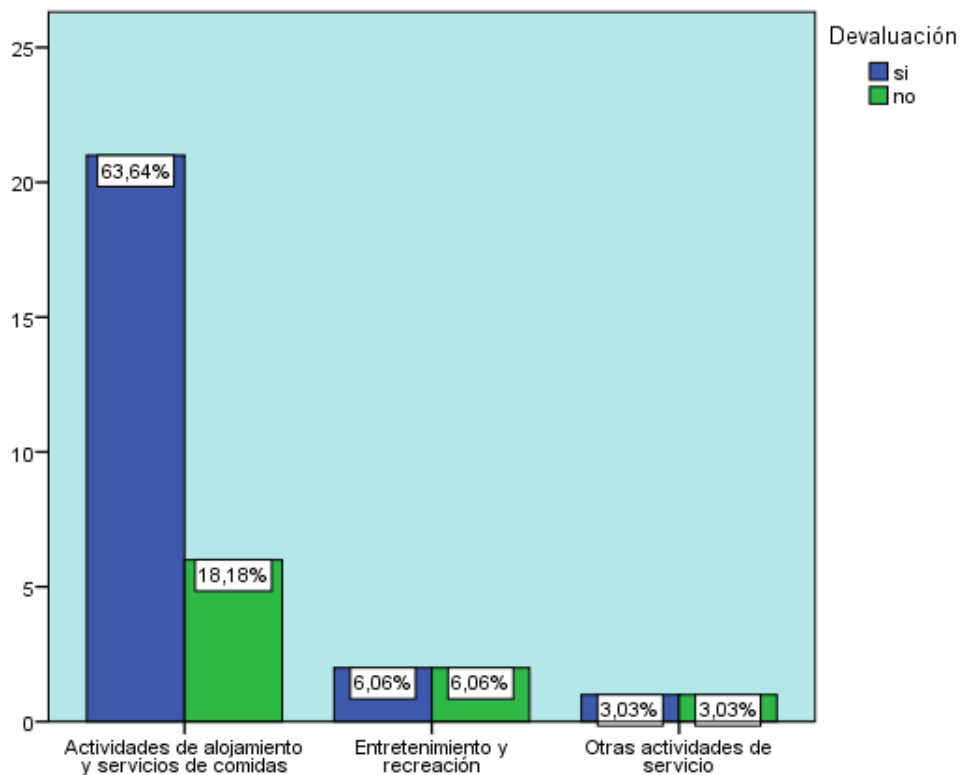


Figura 21. Actividad Económica & Devaluación del peso colombiano

Fuente: Investigación de campo

Se puede evidenciar que la devaluación del peso colombiano influye drásticamente en las actividades de alojamiento en un (63,64%), entretenimiento con el (6,06%) y servicios (3,03%), debido a que muchos ecuatorianos cruzan la frontera colombo-ecuatoriana para la adquisición de bienes y servicios, perjudicando a los comerciantes y propietarios de centros turísticos de la provincia del Carchi.

Además, en las actividades de entretenimiento y servicios afirmaron que esto influyó en el decrecimiento de las ventas, debido a que la mayor parte de clientes que aportaban en el crecimiento económico eran locales y personas colombianas.

En los últimos años la devaluación del peso colombiano ha llegado al 50% frente al dólar, afectando directamente a la provincia del Carchi, razón por la cual el gobierno ecuatoriano declaró como zona deprimida.

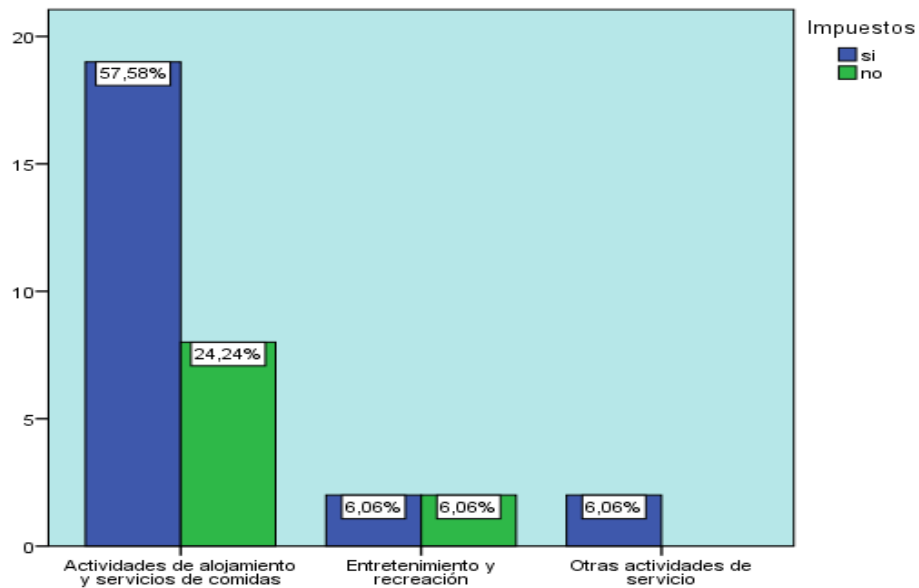


Figura 22. Actividad Económica & Pago de impuestos – Calidad de los servicios públicos
Fuente: Investigación de campo

La actividad de alojamiento en un (57,58%), entretenimiento con el (6,06%) y servicios (6,06%) han considerado que el pago de los impuestos está justificado con los niveles de infraestructura pública que poseen en la actualidad, ya que desempeña un papel esencial en el desarrollo económico y social de la Provincia. Los servicios públicos son aquellos suministros de calidad que son garantizados por el Estado, donde el objetivo es proteger a su población de una manera más eficaz, es por ello necesario tener una estabilidad política, social y económica, debido a que estas actividades deben tener los mejores servicios y accesos a los mismos, para el desarrollo integral de la ciudadanía y bienestar nacional. Además, se puede considerar como una ventaja competitiva a largo plazo.

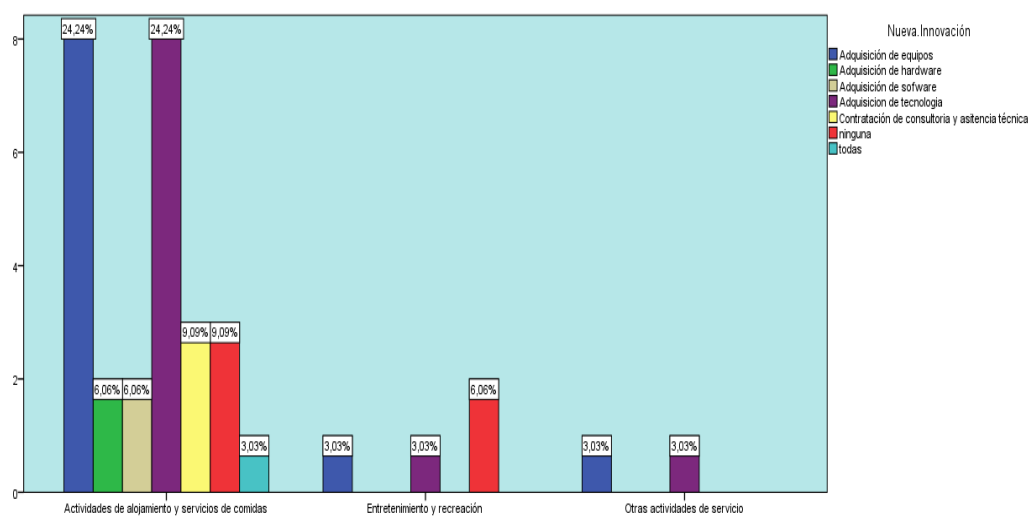


Figura 23. Actividad Económica & Nueva Innovación
Fuente: Investigación de campo



Figura 25. Mapa Infraestructura vial provincia del Carchi
Fuente: Prefectura del Carchi

La cobertura de infraestructura vial en la provincia del Carchi está mejorando con el transcurso del tiempo, de esta manera favorecen al desarrollo turístico, seis cantones constan de una panamericana en buen estado, para ello se ha considerado tener buena señalización, movilidad y seguridad.

El tramo Piquiucho – Bolívar posee cuatro carriles, los trabajos continúan para que se cumplan las condiciones óptimas de movilidad. El tramo Bolívar - Tulcán que cuenta únicamente con dos carriles influye en la accesibilidad a diferentes atractivos turísticos de la provincia del Carchi.

Tabla 6. Tipo de superficie Infraestructura vial

Tipo de superficie	Km	%
Adoquín	4,18	0,25
Empedrado	1054,53	62,75
Lastre	251,56	14,97
Mixto	69,39	4,13
pavimento flexible	151,1	8,99
Suelo natural	149,83	8,92
Total	1680,59	100

Fuente: Prefectura del Carchi
Elaborado por: Fuertes, E. 2018

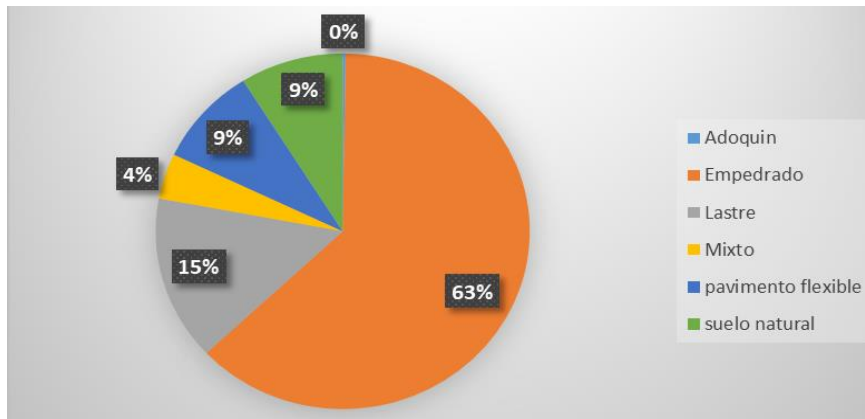


Figura 26. Tipo de superficie vial Carchi
Fuente: Prefectura del Carchi

Se puede apreciar que un 63% de la superficie vial Carchense, conjuntamente con vías secundarias se encuentran en estado empedrado, definiendo que aún existe mucho trabajo por hacer y mejorar en las comunidades.

En otro aspecto, el tipo de suelo lastre se identificó en un 15%, este tipo de camino es limitante para la accesibilidad, es por ello que el sector turístico debe continuar con trabajos de infraestructura vial, en locaciones específicas. Finalmente se demuestra que en la zona interna de la provincia del Carchi todavía existe un considerable porcentaje de suelo casi natural en contraste con la panamericana que es la única vía que se encuentra en excelentes condiciones.



Figura 27. Cobertura de Infraestructura de telecomunicaciones Nortvisión, Provincia del Carchi
Fuente: Nortvisión

Se puede apreciar en la figura 27, que la cobertura del canal público Nortvisión es muy amplia, cubriendo con su señal digital toda la provincia del Carchi. Este medio de

comunicación transmite programación y publicidad las 24 horas del día. Entre la variedad de cuñas televisivas se encuentran las del sector turístico en las que se mencionan principalmente promociones, alternativas de recreación y emprendimientos enfocados en el turismo. De la misma manera, si la comunicación tiene gran accesibilidad en toda la Provincia, esto influye en las promociones expuestas, considerando tener mayor acogida y garantizar un nivel superior de captación de clientes locales, lo que genera mayores ingresos económicos.

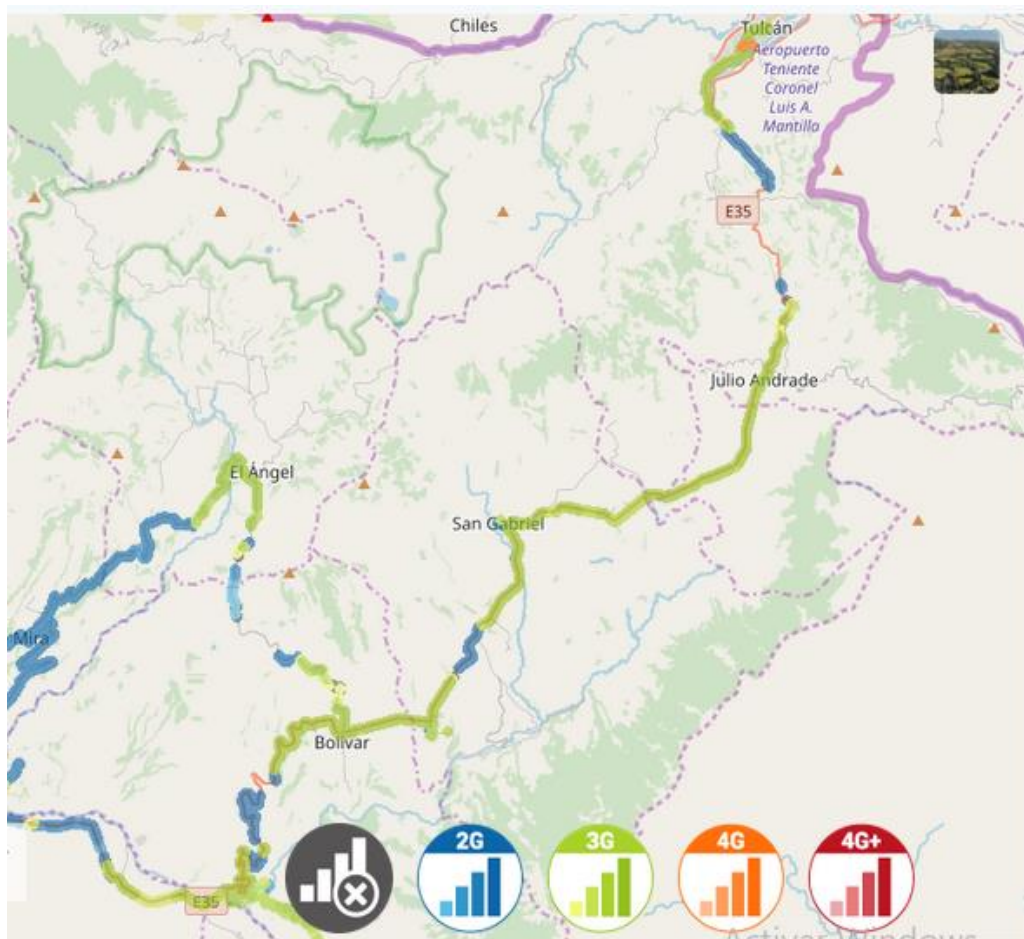


Figura 28. Cobertura de Infraestructura de telecomunicaciones Claro – Ecuador- Carchi
Fuente: Claro

La empresa Claro en la provincia del Carchi ofrece diferentes tipos de cobertura, acorde a la zona geográfica donde se encuentre, como se observa en la figura 28. La ciudad de Tulcán, Julio Andrade, Huaca, San Gabriel, Bolívar y El Ángel persiste la cobertura 3G, es decir, permite la transmisión de datos, voz y vídeo en alta velocidad y sin cables.

Por tanto, el usuario podrá hacer llamadas y video llamados, navegar por Internet, descargar programas y hacer uso de la mensajería instantánea. Poseer esta cobertura

favorece al sector turístico debido a que mantendrán comunicación entre cantones, provincias y países, generando accesibilidad y fortaleciendo esta ventaja competitiva.

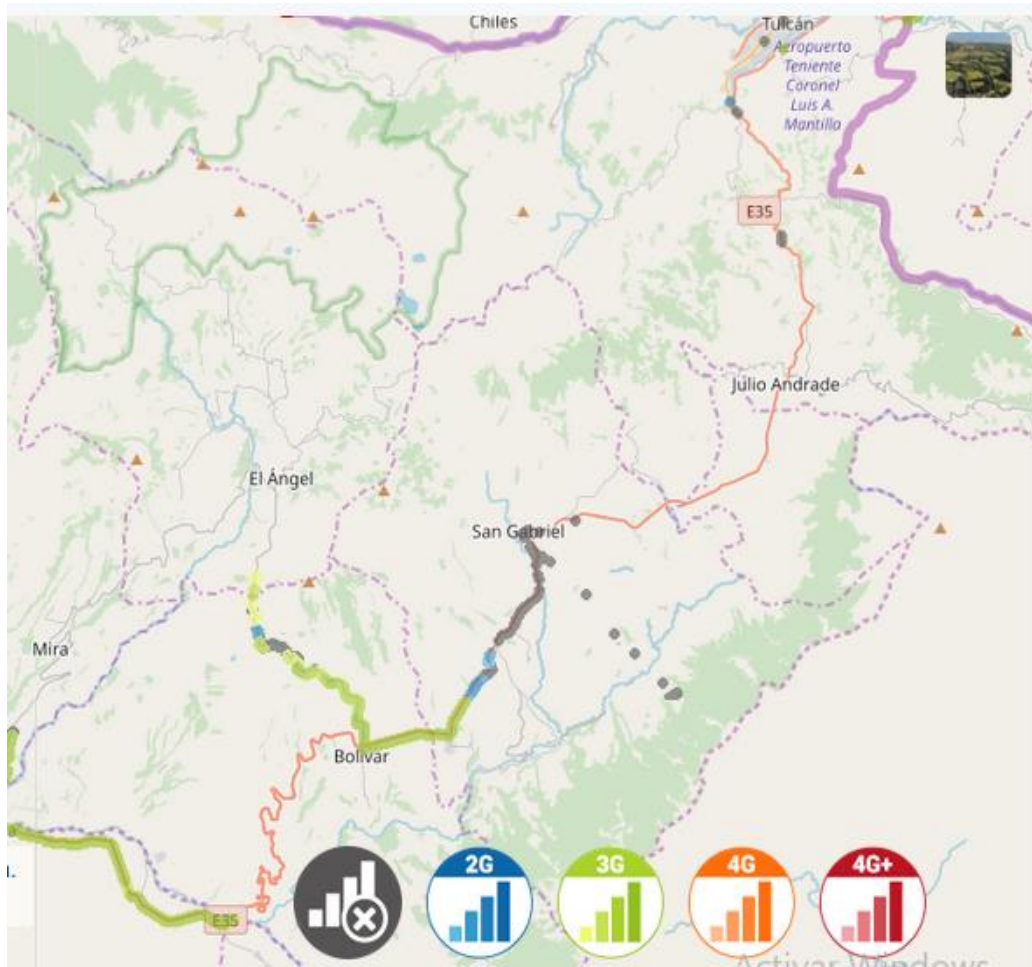


Figura 29. Cobertura de Infraestructura de telecomunicaciones Movistar – Ecuador- Carchi
Fuente: Movistar

Movistar es una empresa multinacional de comunicación que con el transcurso del tiempo implementa nuevas herramientas de cobertura. Como se puede apreciar en la figura 29, desde el cantón Tulcán hacia el cantón Montúfar su cobertura es de 4G+, que permite tener altas velocidades, también se observa que en algunas comunidades que se encuentran dentro del cantón Montúfar como: La gruta, Pizán entre otros, no existe cobertura de Movistar, debido a la zona geográfica.

Además, desde la comunidad del Capulí hasta la parroquia La Paz se puede identificar que predomina la cobertura 2G, que singularmente se relaciona a mensajes de texto o llamadas telefónicas únicamente. En el sector de Bolívar - El Ángel se observa una cobertura 3G como anteriormente se mencionó se puede navegar por internet, entre otras opciones, por

lo tanto, es una opción para interconectarse y al mismo tiempo descubrir alternativas de turismo con las que cuenta la provincia del Carchi, en base a la promoción digital.



Figura 30. Mapa del Carchi identificación de Centros Educativos
Fuente: Prefectura del Carchi

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Carchi al momento se cuenta con la siguiente infraestructura en educación

- ✓ Universidad Estatal – Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- ✓ Privada Presencial- Universidad Autónoma de los Andes UNIANDES.
- ✓ Universidad privada a distancia: Universidad Técnica Particular de Loja UTPL.

Es decir, las instituciones educativas son aquellas que juegan un papel fundamental en la formación de profesionales, además de la prestación de instalaciones físicas para el desarrollo de capacitaciones a propietarios de centros turísticos, donde el objetivo de estas instituciones educativas es brindar instalaciones de calidad, y al mismo tiempo impulsar nuevas alternativas para el fortalecimiento de capacidades productivas, comerciales y turísticas en la provincia del Carchi, de igual manera incrementa el acceso a mercados y

lograr encadenamientos productivos, debido a que se van a encontrar en instalaciones implementadas con los recursos necesarios para la práctica.

4.2. DISCUSIÓN

Para la discusión se tomaron en cuenta los logros como también las limitaciones de cada uno de los objetivos de la investigación; el primer objetivo es analizar teóricamente las variables siendo el primer indicio de la investigación. Es importante aclarar que en la provincia del Carchi la información sobre infraestructura nacional (variable independiente) no se encuentra disponible en una gran totalidad, ni tampoco existen investigaciones a profundidad sobre esta variable.

Sin embargo, se realizó una investigación en base a textos del escritor Guasch que explican las condiciones y calidad de la infraestructura en América Latina y de igual manera en páginas oficiales de los diferentes ministerios del Ecuador, donde se han considerado diferentes aspectos de la infraestructura que ayudaron a tener una visión más amplia del tema. De igual forma, la fundamentación teórica de las ventajas competitivas (variable dependiente), fue efectiva pues estuvo basada en el autor Michael Porter quien habla sobre este tema de una manera técnica, el cual favorece a la investigación conjuntamente con los antecedentes recolectados.

La recolección de la información sobre infraestructura vial, telecomunicación y educación, así como también de ventajas competitivas en el sector turístico en la provincia del Carchi, se realizó de una manera coordinada, tras un previo análisis para identificar qué factores serían tomados en cuenta y comprobar si existía confiabilidad en el instrumento que sería aplicado en toda la provincia, que constaba de 50 preguntas diversificadas en ingresos, gastos, factores externos, factores internos, marketing, diferenciación, entre otros aspectos. Para la comprobación se utilizó el alfa de cronbach en la cual nos dio una puntuación de 0.811 de confiabilidad (Vea anexo 2: Nivel de confiabilidad), el cual ayudó a comprobar si el instrumento evaluando recopila la información necesaria para llegar a las conclusiones esperadas, en este caso el instrumento consto de una confiabilidad buena, por lo tanto, fue aplicado.

Una limitación que surgió en la recolección de información fue la poca apertura que brindaron los propietarios de hoteles y complejos turísticos, manifestando que toda la

información era de uso confidencial de su empresa, lo que dificultó conocer a profundidad ciertos aspectos. De igual manera, las empresas de telecomunicación Claro y Movistar establecieron restricciones a la recolección de información citando cláusulas de confidencialidad. Finalmente, para discutir la influencia que tienen la infraestructura nacional con la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas, se tomó en cuenta los datos recolectados en base a la encuesta estructurada e información documental.

Para dar inicio a la contestación de las preguntas de investigación se hace hincapié en la Infraestructura Vial en América Latina. Es así que se cita ha Inversión en Infraestructura Pública y Reducción de la pobreza en América Latina (2018) afirma:

Muchos países de América Latina muestran un elevado déficit en infraestructura o en la calidad de ésta, sea en obras públicas (carreteras), servicios básicos (telecomunicaciones) o servicios de utilidad pública (escuelas). No basta con invertir en infraestructura para crecer estas inversiones deben ser socialmente deseables. (p.5)

Por otra parte, la infraestructura requiere de un sistema nacional de planificación y sobretodo de programas de evaluación social, así como de un mecanismo que forma sistemas que sean capaces de focalizar los subsidios cuándo estos son necesarios, no obstante, existe el riesgo de construir “elefantes blancos” que sólo generan despilfarro de recursos. A modo de ejemplo tenemos:

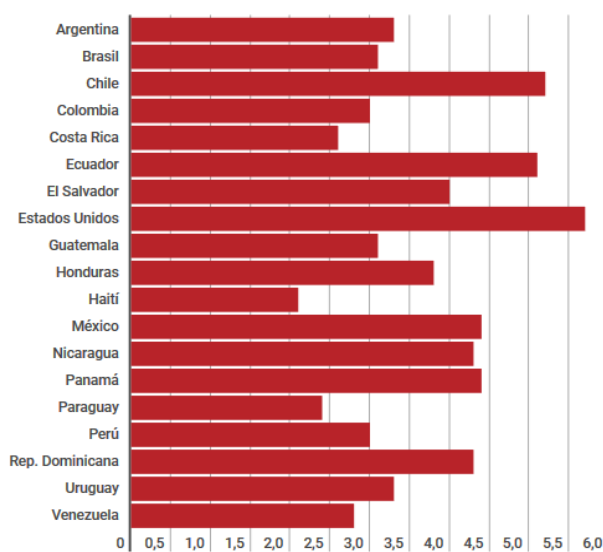


Figura 31. Calidad de carreteras

Fuente: Foro económico Mundial

Con respecto a la figura 31 se puede apreciar que Chile, Estados Unidos y Ecuador en estudios realizados de calidad vial, hasta septiembre del 2018, revelan altos niveles de competitividad. En lo que concierne a Latino América, Chile, Ecuador y Panamá, son los países con mejor calidad vial, mientras que Costa Rica, Haití y Paraguay cuentan con el peor estado de sus carreteras, según los estudios realizados.

Este estudio sobre la calidad de las vías fue destinado a 14000 líderes empresariales en 144 países, quienes consideraron que las vías son un indicador que determina el desarrollo de los países. El método de medición de calidad vial incluía un rango de 1 a 7, donde 1 era pobre, y 7, condiciones extremadamente satisfechas. Chile ocupó el primer lugar en países de Latino América obteniendo 5,2, Ecuador con 5,1 y Panamá 4,4.

Cabe añadir que la infraestructura vial reduce costos y mejora la conectividad entre mercados, lo que produce mayor crecimiento económico, así que la infraestructura en países en vías de desarrollo, es una importante fuente generadora de empleo, tanto directo como indirecto. Así mismo, las carreteras favorecen el crecimiento de países “hacia afuera”.

Continuamos con el análisis de la Infraestructura vial del Ecuador, en la cual el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (2017) indica que el objetivo de una buena infraestructura vial es ampliar y modernizar los servicios, en los principales corredores de la Red Vial Estatal lo que permitirá la conectividad.

Contar con una nueva generación de carreteras siempre despierta expectativas y esperanza para todos los que dependen de ellas. Es así que esta iniciativa del Ministerio busca ofrecer vías en buen estado y promover la inversión privada, en base a lo expuesto anteriormente, en la provincia del Carchi la infraestructura vial está caracterizada de la siguiente manera:

- ✓ Vías de primer orden
- ✓ Vías de segundo orden
- ✓ Vías de tercer orden

1er Orden



Figura 32. Vías primer orden Carchi

Fuente: (Ministerio de transporte y obras públicas, 2017)

2do Orden

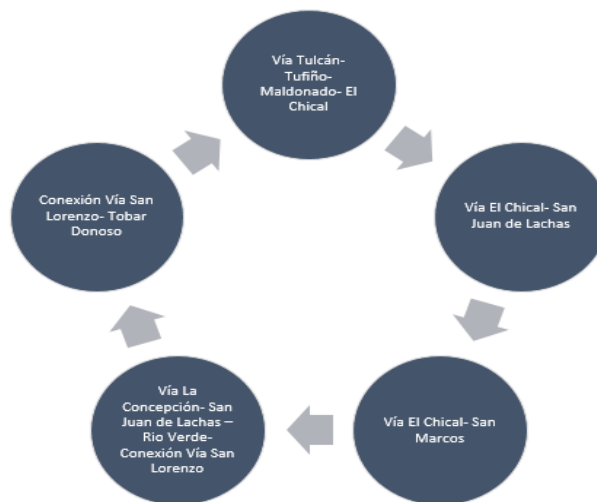


Figura 33. Vías segundo orden Carchi

Fuente: (Ministerio de transporte y obras públicas, 2017)

3er Orden:



Figura 34. Vías tercer orden Carchi

Fuente: Ministerio de transporte y obras públicas, 2017

Además, cabe considerar que Ecuador tiene una extensión de 42.670 Km de carretera en todo el país, donde un 36% aproximadamente de la red vial es pavimentada, según datos del Ministerio de Obras Públicas 2017.

Dando inicio a la contestación de las preguntas de investigación es importante conocer si existen referencias teóricas que hablen sobre la infraestructura vial, telecomunicación y educación además de las ventajas competitivas en el Sector Turístico de la provincia del Carchi, es así que se realizó el siguiente análisis.

La información en provincia del Carchi es limitada, a excepción de algunos antecedentes que hablan superficialmente de este tema. Al no contar con información sobre la infraestructura en estos tres aspectos y mucho menos en la provincia del Carchi, es una gran restricción para futuras investigaciones. Se ha optado por citar autores que hablan sobre infraestructura mundial o de Latino América, los conceptos y realidades que se analizan en aquellos textos fueron adaptados a nuestra realidad para hacer una breve comparación, enfocándose en el sector turístico que forma parte de esta investigación.

Hablar de turismo e infraestructura son dos términos muy amplios los cuales necesitan tener un soporte fuerte para que la investigación tenga éxito y genere resultados positivos o negativos.

Las ventajas competitivas en el sector turístico de la provincia es un factor que no ha evolucionado, puesto que este no cuenta con estudios técnicos que garantizan la utilización y puesta en práctica. Por otro lado, las ventajas competitivas sí ayudan a las Mipymes en productividad y competitividad.

Finalmente se puede decir que no existe información sobre estas dos variables (dependiente e independiente) en nuestro medio, lo cual limita realizar investigaciones de tal magnitud, pero se confía en que este proyecto sirva como punto de partida para futuras investigaciones.

Dicho lo anterior, es importante conocer las condiciones de infraestructura vial, telecomunicación y educación que favorecen al desarrollo del sector turístico en la provincia del Carchi. Puntualizando que hablar de infraestructura significa identificar factores que pueden favorecer como perjudicar un sistema económico.

Guasch, (2005) afirma. “Los servicios de infraestructura son fundamentales para la producción y prestación de bienes y servicios, e inciden de manera significativa en la productividad, los costos y la competitividad de la economía” (p. 20).

Desde el punto de vista de Guasch, la infraestructura favorece en la productividad, la reducción de costos y aumento de competitividad, en consecuencia, si no se tiene vías terrestres en excelentes condiciones, y tampoco se cuenta con amplia cobertura en telecomunicación en la provincia y peor aún, la infraestructura física de educación no está en las condiciones óptimas, se visualiza que las condiciones de infraestructura son nulas y necesitan mayor trabajo por parte de Gobiernos Autónomos Descentralizados e instituciones públicas o privadas.

Tabla 7. *Complejos Turísticos Estado vial*

N ^a	Complejos turístico	Km	Condiciones	Valoración vial
1	Complejos turístico carrizal	4.3 km	Asfaltado	Excelentes
2	Complejo turístico Tufiño	18,5 km	Asfaltado	Excelentes
3	Complejo turístico Maldonado	19,1km	Suelo natural	Deficiente
4	Complejo turístico El chical	11,3km	Suelo natural	Deficiente

Fuente: Prefectura del Carchi
Elaborado por: Fuertes, E. 2018

Tabla 8. *Características Viales*

Factores
Estado vial
Señalización
Visibilidad
Seguridad

Fuente: Observación
Elaborado por: Fuertes, E. 2018

Tabla 9. *Valoración Vial*

1	Deficiente
2	Regular
3	Muy Buena
4	Excelente

Fuente: Observación
Elaborado por: Fuertes, E. 2018

En la tabla 7, se puede identificar el estado vial en kilómetros desde la ciudad de Tulcán hacia cada uno de los complejos turísticos de la provincia del Carchi. Estos centros recreacionales han sido valorados cualitativamente como se observa en la tabla 9

(valoración vial), siendo cuatro excelente y uno deficiente. Para determinar este valor se presentaron características viales que serían tomadas como referencia para dicha valoración (Tabla 8), aclarando que aquella vía que conste de las cuatro características mencionadas en la tabla 8, su calificación será excelente, caso contrario disminuirá su estimación.

De eso se obtuvo el siguiente análisis: el complejo Carrizal y Tufiño aparecen con calificaciones excelentes, es decir, aprovechan la infraestructura vial para obtener mayor rentabilidad en sus negocios, a diferencia de los complejos Maldonado y Chical donde sus vías de acceso son de suelo natural y se encuentran en pésimas condiciones, debido a que los trabajos de asfaltado aun no empiezan. Estos dos últimos complejos difícilmente compiten con otros, en sí no les generan rentabilidad y se mantienen rezagados.

Tabla 10. Calificación vial de la Provincia del Carchi

	Ubicación	Km	Condición	Valoración vial
1	Piquiucho-Bolívar	24 km	Asfaltada	Buena
2	Mira-Espejo	19.6km	Asfaltada	Buena
3	Espejo- Bolívar	18.6km	Asfaltada	Deficiente
4	Bolívar- Montúfar	23.3km	Asfaltada	Excelente
5	Montúfar- Huaca	18.3 km	Asfaltada	Excelente
6	Huaca- Julio Andrade	3.6 km	Asfaltada	Excelente
7	Julio Andrade- Tulcán	23.9 km	Asfaltada	Excelente
8	Tulcán- Rumichaca	7.5 km	Asfaltada	Excelente
		138.8km		

Fuente: Prefectura del Carchi

Elaborado por: Fuertes, E. 2018

La calificación vial que se ha otorgado a nivel provincial es valorada en base a la observación, tomando en cuenta aspectos anteriormente señalados en la tabla 8 (características viales) y 9 (valoración vial), es así que se observa que la panamericana conecta a la mayor parte de cantones de la Provincia y se comprueba que está en excelentes condiciones, lo que disminuye costos de revisiones técnicas y mantenimiento de automóviles, y de igual manera, la accesibilidad a los pueblos es mucho más garantizada.

La construcción del tramo vial Piquiucho-Bolívar sigue avanzando y será una vía de primer orden, pero aún falta por concluir, la vía Mira-Espejo se encuentra con algunos baches, pero relativamente está bien. En contraste se ha identificado que el tramo Espejo-Bolívar es aquel que tiene las peores condiciones viales de la provincia, carece de mantenimiento y falta de señalización.

También podemos decir que la ampliación de la panamericana a cuatro carriles debería ser considerada para toda la provincia del Carchi, debido a que en la zona geográfica donde se encuentra en la actualidad, no existen hoteles ni complejos turísticos que gocen de esta infraestructura vial y en base a las buenas condiciones de esta no generan productividad ni competitividad en el sector turístico de la zona norte del país.

Tabla 11. *Calificación Nortvisión*

Nº	Ubicación	Condición
1	Mira	Mala
2	El ángel	Mala
3	Monte olivo	Mala
4	San Rafael	Mala
5	Maldonado	Mala
6	Chical	Mala
7	Bolívar	Regular
8	Chutan bajo- Montufar	Malo
9	La paz	Regular

Fuente: Nortvisión

Elaborado por: Fuertes, E. (2018)

La infraestructura de telecomunicaciones es un factor fundamental para la transmisión de publicidad, promociones entre otros, en la provincia del Carchi se cuenta con Nortvisión, canal público, como un medio televisivo que favorece al sector hotelero, complejos turísticos y agencias de viaje.

La telecomunicación en la provincia se ha considerado una herramienta visual para el desarrollo de actividades turísticas. Como se puede apreciar en la figura 27, Nortvisión rodea toda la provincia del Carchi, incluso la zona de Pasto, Colombia. Pero existe algo que destaca de este medio televisivo y es la publicidad que se difunde las 24 horas: también hay lugares en los cuales no llega la señal como se observa en la tabla 11. Entonces, sobre este breve análisis se puede identificar que en el sector turístico existe un déficit de audiencia, toda publicidad transmitida no llega de manera directa a toda la zona carchense, lo que provoca poco conocimiento de lugares turísticos como: hospedaje, balnearios, entre otros, además el desconocimiento de nuevos servicios que se pueden ofrecer en la provincia de Carchi y que generan ingresos económicos.

Tabla 12. *Calificación de Claro*

Nº	Ubicación	Condición
1	Huaquer – Mira	Malas
2	San miguel de Piquer- Juan Montalvo	Malas
3	Santiagoullo- la concepción	Malas
4	Gracia Moreno	Malas

Fuente: Claro

Elaborado por: Fuertes, E. 2018

La empresa Claro una empresa de telecomunicación reconocida a nivel nacional como internacional, ha considerado que brinda los mejores servicios de telecomunicación ayudando a diferentes sectores, en este caso al desarrollo turístico de la provincia. En la actualidad todas las personas están sumergidas en las redes sociales lo que puede facilitar de una u otra manera publicidad turística, es así que la cobertura de Claro en la provincia del Carchi posee una gran aceptación, los seis cantones poseen una cobertura 3G como indica la figura 28. El usuario puede hacer llamadas, navegar por Internet, entre otros servicios. Una de las más grandes facilidades que brinda el internet es publicitar en medios digitales, por lo cual la empresa Claro ha tratado de introducirse en grandes ciudades e incluso comunidades, considerándose como una ventaja competitiva para el turismo debido a que toda publicidad es distribuida por diferentes señales digitales.

Además, se puede observar en la tabla 12, aquellos lugares donde Claro no posee una buena cobertura en si son comunidades que se encuentra geográficamente alejadas, aun así, Claro ha tratado de llegar a los lugares más remotos, con la finalidad de brindar cobertura celular en puntos apartados de la Provincia. Todas estas acciones son un factor muy importante para el turismo, ya que las personas van a estar interconectadas observando publicidad digital.

Tabla 13. *Calificación de Movistar*

N ^o	Ubicación	Condición
1	Monte verde –Montúfar	Malas
2	Montúfar- IESS-Centro	Malas
3	Panamericana Cristóbal colón	Malas
4	San Luis –Montúfar	Malas
5	La estrellita- Julio Andrade	Malas

Fuente: Movistar

Elaborado por: Fuertes, E. 2018.

La empresa Movistar ha aportado mucho en el fortalecimiento del turismo de varias ciudades del Ecuador, es así que promociona diferentes centros turísticos emblemáticos, su publicidad trata de introducirse a ciudades con la mejor cobertura de internet para que todas las personas estén conectadas digitalmente. Este es un punto a favor del turismo Carchense. También Movistar al aumentar mayor cobertura, brinda la oportunidad de navegar con mayor rapidez, acceder a más y mejores páginas de interés, y estar comunicados desde muchas partes de la Provincia.

Pero de igual manera hay ubicaciones, como se indica en la tabla 13, donde la cobertura está en malas condiciones, lo que se considera como un limitante en la accesibilidad de publicidad expuesta por ciertos centros turísticos de la Provincia.

Tabla 14. *Calificación Educación*

N ^{ra}	Institución	Condición
1	Universidad Politécnica Estatal del Carchi	Muy buena
2	Universidad Autónoma de los Andes	Regular
3	Universidad Técnica Particular de Loja	Muy buena

Fuente: Secretaría de Educación, Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación

Elaborado por: Fuertes, E. 2018

Tabla 15. *Categorización de Universidades*

A (Rango Superior)

B (Rango medio)

C (Rango Deficiente)

Fuente: Observación

Elaborado por: Fuertes, E. (2018)

La infraestructura de educación es un elemento indispensable, el objetivo de estas instituciones educativas es brindar guía técnica y ofrecer la infraestructura física para nuevos mecanismos de aprendizaje, llevando la teoría (capacitaciones) a la práctica. Como se observa en la tabla 15, se ha categorizado a las instituciones educativas de nivel superior de la Provincia, en base a rangos establecidos por la Secretaría de Educación Superior.

Es así que se ha tomado como referencia a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, el cual es un centro educativo público categorizado con calificación B, siendo uno de centros educativos que más aporta al sector turístico; cuenta con la carrera de Licenciatura en Turismo. Este centro en el año 2017 – 2018 ha elaborado aproximadamente 17 trabajos de vinculación, los que incluían: primero, infraestructura física adecuada y, segundo, capacitaciones en innovación turística y otras áreas relacionadas.



Figura 35. Mapa de ubicación de Hoteles - Complejos turísticos- Agencias de Viajes de la Provincia del Carchi

Fuente: Prefectura del Carchi.

Como se observa en la figura 35, se ha identificado en que parte fue aplicado el censo geográficamente en la provincia del Carchi, tomando como simbología tres colores como: azul que pertenece a complejos turísticos, negro al sector hotelero y finalmente verde a las agencias de viajes, es así que se identifica los lugares de una manera más dinámica para el conocimiento público.

Tabla 16. *Identificación de hoteles – Tipo de vía & Condición vial*

Hoteles	Tipo de vía	Condición vial
Hotel Mira	Adoquinado	Muy Buena
Hotel Naderik	Adoquinado	Excelente
Hotel San Martín	Adoquinado	Muy Buena
Hotel Acapulco	Adoquinado	Muy Buena
Hotel Geranios	Adoquinado	Muy Buena
Hotel Flor De Los Andes	Asfaltado	Buena
Hotel Pasajes Andinos	Adoquinado	Muy Buena
Hotel Mi Madrigal	Adoquinado	Buena
Hotel Palacio Imperial	Asfaltado	Excelente
Hotel Los Alpes	Adoquinado	Buena
Hotel Park Krocky	Asfaltado	Muy Buena
Hotel Torre De Oro	Asfaltado	Buena
Hotel Diamante Azul	Adoquinado	Buena
Hotel Florida	Asfaltado	Muy Buena
Hotel Bella Venecia	Adoquinado	Buena
Hotel Ecos	Adoquinado	Muy Buena
Hotel Mayta	Adoquinada	Excelente
Hotel Quito	Adoquinado	Buena
Hotel Casanova	Adoquinado	Buena
Hotel Sáenz	Adoquinado	Buena
Hotel Machado	Asfaltado	Regular
Hotel Lumar	Asfaltado	Buena
Hotel Zara Espíndola	Asfaltado	Excelente
Hotel Alejandra	Asfaltado	Buena
Hotel Karina	Asfaltado	Buena
Hotel Confort	Adoquinado	Buena
Hotel San Andres	Asfaltado	Muy Buena

Fuente: Grupo de Estudio**Elaborado por:** Fuertes, E. 2018**Tabla 17.** *Calificación Vial interna de los Cantones (Hoteles)*

1	Regular
2	Buena
3	Muy Buena
4	Excelente

Fuente: Observación**Elaborado por:** Fuertes, E. (2018)

Como se observa en la tabla 16 se ha identificado los 27 hoteles, además del tipo de vía y las condiciones viales. En el tema vial tomamos como guía la Tabla 8, que proporciona las características para la calificación vial interna de la ubicación de los hoteles. De igual manera se trabaja con la tabla 17 (valoración cualitativa). En el primer aspecto tipo de vía se identifica que la mayor parte de hoteles posee una superficie vial adoquinada, además

podemos verificar con la figura 26, el porcentaje de adoquinado en la Provincia, de igual manera se ha brindado una calificación de infraestructura buena a algunos hoteles, porque no cumplen con las condiciones óptimas de circulación. Finalmente, aquellos hoteles que están situados en vías regulares, son lugares donde los gobiernos autónomos descentralizados no han brindado ayuda pública para el mejoramiento, manifestaron los propietarios de hoteles.

De igual manera se ha identificado el tipo de vía de acceso a las agencias de viaje en la ciudad de Tulcán; en los dos casos están ubicadas en el centro de la ciudad, sus vías de accesos son adoquinadas y están en buenas condiciones, factores decisivos para el consumo de este servicio.

En otro aspecto, es importante destacar las ventajas competitivas con las que cuenta el sector turístico de la provincia del Carchi, siendo adecuado mencionar de manera teórica que las ventajas competitivas son:

Porter, (1985-2008) afirma:

La ventaja competitiva es fundamental para las compañías y, a la vez, es un factor decisivo para conducir políticas de desarrollo económico. La segunda serie de ideas que se planea a partir de la competencia transnacional es el modo en que las empresas pueden ganar ventajas competitivas extendiendo y coordinando actividades en la cadena de producción de valor más allá de las fronteras en redes regionales o globales. (p.15)

Cada Mipymes trata de adaptarse a nuevos mecanismos, para poder introducirse con nuevas políticas para la generación de desarrollo económico con el fin de fortalecer las ventajas competitivas (diferenciación, costos y marketing) y tener una mejor situación financiera.

En base a lo anterior, el análisis realizado fue a 27 hoteles, cuatro complejos turísticos y dos agencias de viajes. En efecto se identificará que ventaja competitiva está siendo más aplicada en las Mipymes del sector turístico de la provincia del Carchi.

Tabla 18. Valoración de ventajas competitivas en Centros Turísticos

Complejos Turísticos	Costos	Diferenciación	Marketing
Complejo Turístico Tufiño	Muy buena	Muy buena	Buena
Complejo Turístico Maldonado	Muy buena	Regular	Deficiente
Complejo Turístico El chical	Muy buena	Regular	Deficiente
Complejo Turístico el Carrizal	Muy buena	Excelente	Excelente

Fuente: Grupo de Estaudio

Elaborado por: Fuertes, E. (2018)

Tabla 19. Valoración de ventajas competitivas

1	Deficiente
2	Regular
3	Buena
4	Muy Buena
5	Excelente

Fuente: Observación

Elaborado por: Fuertes, E. (2018)

Como se puede observar en la tabla 18, la valoración de las ventajas competitivas se la realizó a todos los complejos turísticos de la Provincia, identificando los tres factores como Costos, Diferenciación y Marketing (enfoque). En base a ello se realizó una valoración de ventajas competitivas de uno a cinco, como se observa en la tabla 19. Para dar esta apreciación se tomaron como base los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los propietarios de centros turísticos, donde constaban preguntas referentes a estos tres factores.

La encuesta contenía estos mismos aspectos. Es así que, en los complejos turísticos los costos están en un nivel medio, son accesibles y no se incrementan manteniéndose en un precio estándar. En temporada de vacaciones, las personas de la localidad o zonas cercanas son quienes visitan con más frecuencia estos lugares turísticos, siendo ellos los que generan mayor economía.

En la ventaja competitiva de marketing existe poca confiabilidad para publicitar, puesto que en ocasiones anteriores se han aplicado estrategias de marketing, pero hasta la actualidad, año 2018, no han generado mayores ingresos, por lo que los propietarios han perdido confianza en estos medios de transmisión. Finalmente, la diferenciación está siendo trabajada en este sector ya que la innovación atrae más y se la considera como una de las mejores ventajas competitivas más potente.

Tabla 20. Valoración de ventajas competitivas en Hoteles

Hoteles	Costos	Diferenciación	Marketing
Hotel Mira	Regular	Regular	Deficiente
Hotel Naderik	Bueno	Buena	Buena
Hotel San Martín	Muy Buenos	Excelente	Excelente
Hotel Acapulco	Bueno	Buena	Regular
Hotel Geranios	Muy Bueno	Muy Buena	Muy Buena
Hotel Flor De Los Andes	Muy Bueno	Excelente	Muy Buena
Hotel Pasajes Andinos	Muy Bueno	Excelente	Regular
Hotel Mi Madrigal	Bueno	Buena	Regular
Hotel Palacio Imperial	Excelente	Excelente	Excelente
Hotel Los Alpes	Bueno	Muy Buena	Regular
Hotel Park Krocky	Muy Bueno	Muy Buena	Excelente
Hotel Torre De Oro	Muy Bueno	Muy Buena	Muy Buena
Hotel Diamante Azul	Bueno	Bueno	Buena
Hotel Florida	Bueno	Bueno	Regular
Hotel Bella Venecia	Bueno	Bueno	Regular
Hotel Ecos	Bueno	Bueno	Regular
Hotel Mayta	Bueno	Bueno	Buena
Hotel Quito	Bueno	Bueno	Buena
Hotel Casanova	Bueno	Bueno	Regular
Hotel Sáenz	Bueno	Bueno	Regular
Hotel Machado	Bueno	Bueno	Buena
Hotel Lumar	Muy Bueno	Bueno	Buena
Hotel Zara Espíndola	Muy Bueno	Buena	Buena
Hotel Alejandra	Bueno	Bueno	Regular
Hotel Karina	Bueno	Bueno	Buena
Hotel Confort	Muy Bueno	Buena	Buena
Hotel San Andres	Bueno	Bueno	Regular

Fuente: Grupo de Estudio

Elaborado por: Fuertes, E. (2018)

Considerando la valoración de ventajas competitivas acorde a un método cualitativo según la tabla 19, se determina en la tabla 20 que los hoteles de la provincia del Carchi establecen como una ventaja competitiva al factor de diferenciación como se puede observar. Este factor lo han utilizado como un medio de posicionamiento a nivel local, provincial y en el caso de Tulcán a un nivel fronterizo.

La ventaja competitiva de costos está muy diversificada en el sector hotelero, debido al nivel socioeconómico al cual se enfocan, en algunos casos les favorece y en otros casos, por la competencia persistente, les obliga a disminuir costos, lo que genera menor ingreso.

Tabla 21. Valoración de ventajas competitivas de agencias de viajes

Agencia de viajes	Costos	Diferenciación	Marketing
Agencia de Viaje Wawa Tours	Bueno	Bueno	Regular
Agencia de Viaje Sumak Ecuador	Bueno	Muy bueno	Excelente

Fuente: Grupo de Estudio

Elaborado por: Fuertes, E. (2018)

Como se observa la tabla 19 anteriormente mencionada sirvió como guía para la valoración de las ventajas competitivas de forma cualitativa en las agencias de viaje de la Provincia, por lo tanto, en la tabla 21; se identifica que las agencias de viajes de la ciudad de Tulcán consideran que la ventaja competitiva en marketing no está fortalecida, debido a que las personas desconocen sobre los servicios turísticos que se ofertan en la Provincia.

En el aspecto de diferenciación, cabe recalcar que se están desarrollando estrategias de competitividad para garantizar servicios turísticos de calidad e igualmente se están abriendo nuevas rutas de viajes para toda preferencia. Y de acuerdo a los costos se llega a la conclusión que están en un precio estándar las dos agencias.

Finalmente es importante conocer si el sector turístico aprovecha la infraestructura vial, telecomunicación y educación, para la generación de ventajas competitivas en costos, diferenciación o marketing.

Tabla 22. Ponderación de Aprovechamiento de infraestructura en Hoteles

Nº	Hostal	Infraestructura Vial	Infraestructura Telecomunicación			Infraestructura Educación
			internet	Televisión	Telefonía	
1	Hotel Mira	4	1	2	4	1
2	Hotel Naderik	5	3	2	4	2
3	Hotel San Martín	4	5	4	4	3
4	Hotel Acapulco	4	2	2	4	2
5	Hotel Geranios	4	4	2	4	2
6	Hotel Flor De Los Andes	3	4	3	4	3
7	Hotel Pasajes Andinos	4	2	2	4	3
8	Hotel Mi Madrigal	3	2	3	4	2
9	Hotel Palacio Imperial	5	5	5	4	4
10	Hotel Los Alpes	3	2	3	4	4
11	Hotel Park Kroký	4	5	3	4	3
12	Hotel Torre De Oro	3	4	4	4	3
13	Hotel Diamante Azul	3	3	3	4	3
14	Hotel Florida	4	2	2	4	2
15	Hotel Bella Venecia	3	2	2	4	2
16	Hotel Ecos	4	2	1	4	1
17	Hotel Mayta	5	3	1	4	1

18	Hotel Quito	3	3	2	4	1
19	Hotel Casanova	3	2	2	4	1
20	Hotel Sáenz	3	2	3	4	3
21	Hotel Machado	2	3	3	4	3
22	Hotel Lumar	3	3	4	4	4
23	Hotel Zara Espíndola	5	3	4	4	4
24	Hotel Alejandra	3	2	2	4	2
25	Hotel Karina	3	3	2	4	2
26	Hotel Confort	3	3	3	4	3
27	Hotel San Andres	4	2	3	4	3
Promedio		3.59	2.85	2.67	4	2.48

Fuente: Grupo de Estaudio

Elaborado por: Fuertes, E. 2018

Tabla 23. Valoración de Aprovechamiento

1	Indiferente
2	Totalmente en desacuerdo
3	En desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Fuente: Observación

Elaborado por: Fuertes, E. (2018)

En la tabla 22, se puede evidenciar el promedio verticalmente de los hoteles de la provincia del Carchi y de igual manera las tres infraestructuras claves para el desarrollo económico del sector turístico, es así que se ha brindado una valoración cuantitativa de 1 a 5, como se observa detalladamente en la tabla 23 (valoración de aprovechamiento), basados en la estimación cualitativa de la tabla 19 (valoración ventajas competitivas) anteriormente mencionada.

Es así que, se ha identificado el promedio de las tres infraestructuras, estando totalmente de acuerdo que la telecomunicación (telefónica) es la infraestructura que los hoteles más aprovechan para generar ventajas competitivas y captar más clientes.

Por otro lado, se evidencia que el promedio de hoteles de la Provincia está totalmente en desacuerdo con el aprovechamiento de la infraestructura educativa, aclarando dos puntos; uno, que no conocen las instalaciones físicas como: aulas, laboratorios entre otros; y dos, se niegan a asistir a capacitaciones y talleres programados conjuntamente con estas instituciones educativas.

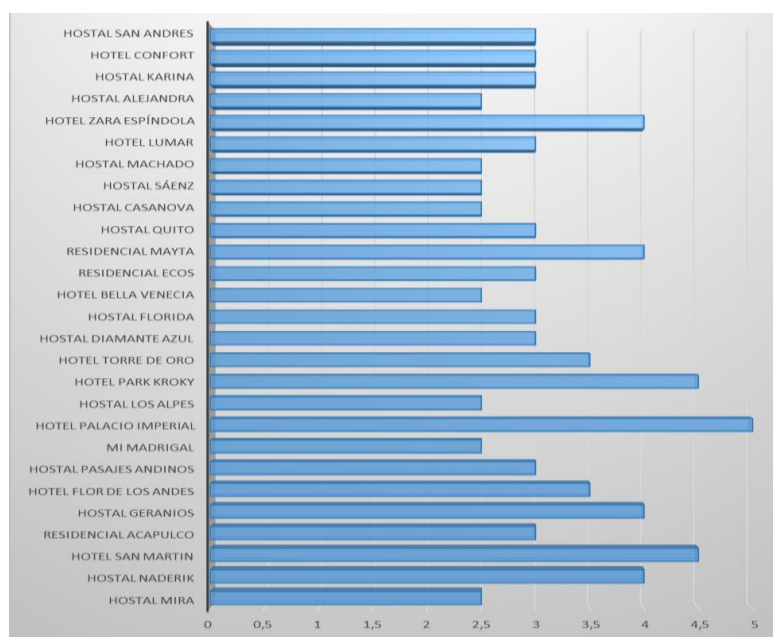


Figura 36. Comparación de hoteles acorde a promedio de aprovechamiento de las tres infraestructuras
Fuente: Investigación de campo

En la figura 36, se puede evidenciar el promedio de una forma horizontal, haciendo una comparación entre hoteles para verificar cuál de éstos aprovecha mejor la infraestructura vial, telecomunicación y educación y a su vez genera ventajas competitivas frente a la competencia. Es así que, el hotel Palacio Imperial con una puntuación de (5), está a la cabeza, ha generado y aprovechado ventajas competitivas en diferenciación, costos y marketing logrando un mejor posicionamiento provincial, así mismo se distingue al Hotel San Martín con una puntuación de (4,5), a pesar de ser nuevo ha cosechado grandes beneficios, la búsqueda de mejor asesoría, y apoyando en instituciones educativas, ha logrado excelentes resultados entre una de sus estrategias esta publicitar eventos culturales.

Tabla 24. Ponderación de Aprovechamiento de Infraestructura complejos turísticos

N ^a	Complejos Turísticos	Infraestructura Vial	Infraestructura Telecomunicación			Infraestructura Educación
			Internet	Televisión	Telefonía	
1	Complejos turístico carrizal	5	5	5	4	4
2	Complejo turístico Tufiño	5	5	4	4	3
3	Complejo turístico Maldonado	2	3	2	3	2
4	Complejo turístico El chical	2	3	2	3	2
Promedio		3.5	4	3.25	3.5	2,75

Fuente: Grupo de Estudio
Elaborado por: Fuertes, E. 2018

De igual manera, tomando como referencia la tabla 23 (valoración de aprovechamiento), se observa que los complejos turísticos de la provincia del Carchi están de acuerdo con que la infraestructura de telecomunicación (Internet) al tener un promedio de cuatro es la que más han generado ventajas competitivas de diferenciación, costos y marketing en el sector, debido a que transmiten nuevas innovaciones respecto a servicios turísticos, por este medio digital, a toda la provincia de igual manera se han considerado como una herramienta visual capaz de influir con las personas con aceptación o rechazo.

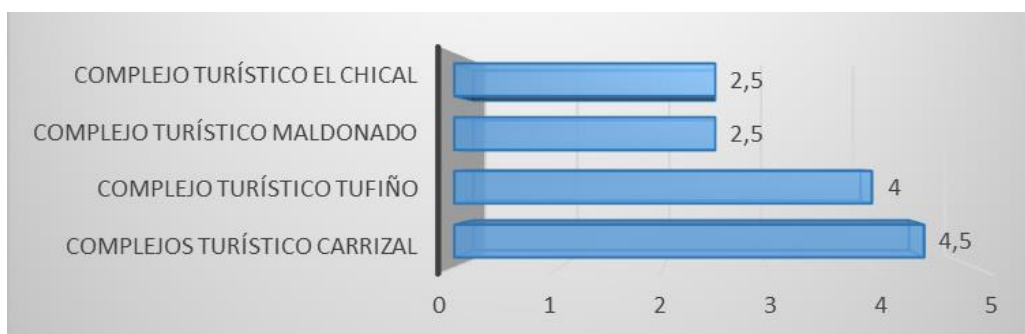


Figura 37. Comparación de complejos turísticos acorde a promedio de aprovechamiento de las tres infraestructuras

Fuente: Investigación de campo

Como se puede observar en la figura 37, la comparación horizontal, identifica que el complejo turístico el Carrizal muestra la mejor puntuación (4,5), es decir, aprovecha mejor las tres infraestructuras, vialidad, telecomunicación y educación, generándose así mismo mayores ingresos económicos debido a la incorporación y trabajo para sacar el mejor provecho, además, el complejo el Carrizal asegura que no tiene competencia directa, debido a que su estrategia es la innovación cada cierto tiempo, brindando alternativas para diferentes grupos sociales.

Tabla 25. Ponderación de Aprovechamiento de infraestructura de Agencias de viaje

N ^{ra}	Agencias de viaje	Infraestructura Vial	Infraestructura Telecomunicación			Infraestructura Educación
			Internet	Televisión	Telefonía	
1	Agencia de Viaje Wawa Tours	4	5	3	4	4
2	Agencia de Viaje Sumak Ecuador	4	4	3	4	4
	Promedio	4	4,5	3	4	4

Fuente: Grupo de Estudio

Elaborado por: Fuertes E. (2018)

Citando la tabla 23 (valoración de aprovechamiento), se puede observar que las agencias de viajes están totalmente de acuerdo en aprovechar la infraestructura de telecomunicación

(Internet) para generar ventajas competitivas en diferenciación, costos y marketing, debido a que promocionan y exponen sus nuevas alternativas de servicios, dando lugar al posicionamiento local, lo que las hace más competitivas, sin dejar atrás que quieren ser entes provinciales reconocidos.

En otra parte el promedio de las agencias de viajes están en desacuerdo que aprovechan los medios televisivos para promociones debido a que tienen costos mucho más mayores por lo que han optado por la modernización e involucración de redes sociales.



Figura 38. Comparación de agencias de viajes acorde a promedio de aprovechamiento de las tres infraestructuras

Fuente: Investigación de campo

En la figura 38, en un promedio horizontal, se identifica que la agencia de viajes Wawa Tours con la puntuación de (4) es aquella que está de acuerdo que aprovechar la infraestructura vial, telecomunicación y educación para la generación de ventajas competitivas acorde a diferenciación, costos y marketing. Este negocio cuenta con un mayor número de clientes debido a la ampliación de paquetes turísticos y la incorporación de nuevas estrategias que garantizan los servicios de calidad.

Por último, es importante identificar si las tres infraestructuras están siendo aprovechadas en el sector turístico en la provincia del Carchi.

Tabla 26. Promedio de Aprovechamiento de Infraestructuras en los tres sectores turísticos

	Infraestructura Vial	Infraestructura Telecomunicación			Educación
		Internet	Televisión	Telefonía	
Hoteles	3,59	2,85	2,67	4	2,48
Complejos Turísticos	3,5	4	3,25	3,5	2,75
Agencias de viajes	4	4,5	3	4	4

Fuente: Grupo de Estudio

Elaborado por: Fuertes, E. 2018

Finalmente se puede observar en la tabla 26, el promedio de aprovechamiento de hoteles complejos turísticos y agencias de viajes donde se observa que entre las tres infraestructuras vial, telecomunicación y educación, la más aprovechada es la infraestructura de telecomunicación, pero no al 100% ya que ningún promedio llega a (5), es decir, que está totalmente de acuerdo que aprovecha tal infraestructura. Debido a que algunas Mipymes en el sector turístico aún carecen de publicidad digital de productos y servicios, pero poco a poco van utilizando las nuevas tecnologías para llegar al cliente de una manera más dinámica.

Resumiendo, se destaca que estos tres sectores han optado por el aprovechamiento de esta infraestructura de telecomunicación, asegurando que van a trabajar más arduamente enfocándose en llegar al consumidor de una manera más amigable y ampliándose en el mercado.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Una vez analizadas las tres infraestructuras de viabilidad, telecomunicación y educación, se puede concluir que éstas influyen de manera directa en el Turismo de la provincia del Carchi. Es decir, al no tener vías terrestres en excelentes condiciones, y mucho menos una amplia cobertura en telecomunicación en la provincia y peor aún, infraestructura física referente a educación (laboratorios, aulas, pupitres, proyectores) está en pésimas condiciones, estos tres factores perjudican en la productividad como la competitividad de la zona norte del país.
- Una de las dificultades encontradas para llevar a cabo la investigación, fue la carencia de suficiente información sobre infraestructura vial, telecomunicación y educación, tan solo se encontró un mínimo porcentaje de antecedentes que citen esta información, razón por la cual se tuvo que comparar con estudios realizados en Latinoamérica, brindando una visión global de lo que sucede con la infraestructura y sus avances con el transcurso del tiempo.
- Actualmente la provincia del Carchi cuenta con 138,8 km de asfaltado en vías de primer y segundo orden en buenas condiciones, permitiendo al sector turístico desarrollarse y lograr más competitividad.
- Los beneficios que genera el aprovechamiento de las tres infraestructuras, es permitir la competitividad, generar un potencial turístico y comercial, logrando un mejor desarrollo para la provincia y el país. De esta manera es importante recalcar que trabajar en el aprovechamiento de la infraestructura vial, telecomunicación y educación, permite abrir nuevos horizontes de progreso, como lo hacen los países desarrollados.
- El estudio tanto de la infraestructura nacional como las ventajas competitivas de las Mipymes en el sector turístico nos permitió conocer las percepciones que tienen los propietarios y de igual manera, cómo aprecian la importancia de tener conocimientos técnicos, y aprovechar los recursos con los que cuentan para generar ingresos económicos.

- El estudio de las tres infraestructuras ayudó a identificar cuál de estas tiene mayor influencia, considerando a la infraestructura de telecomunicaciones como aquella que más beneficia al sector turístico, pero los propietarios de los centros de alojamiento, entretenimiento y servicios, no la aprovechan al 100%, debido a que no realizan promociones digitales para poder posicionarse en la mente del consumidor y alcanzar mercados más amplios.
- Finalmente, la provincia del Carchi no aprovecha las tres infraestructuras (vial, telecomunicación y educación) para la generación de ventajas competitivas en las Mipymes del sector turístico, dado que, solo se inclinan por una de ellas, descartando las demás, en tanto que los complejos turísticos como las agencias de viajes aprovechan el internet, el sector hotelero la telefonía, debido a que consideran que es el factor que más predomina en la comunicación actual, brindando información precisa y al mismo tiempo captando mayor público objetivo mediante el manejo de las redes sociales. En consecuencia, al no aprovechar las dos opciones restantes como viabilidad y educación limitan su crecimiento económico, y la expansión de sus empresas al no darse a conocer hacia la demanda turística.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi que facilite las instalaciones físicas, aulas y laboratorios, para brindar capacitaciones a los propietarios de hoteles, complejos turísticos y agencias de viajes de todos los 6 cantones de la provincia del Carchi; de esta manera, estos microempresarios obtendrán mayor conocimiento sobre estrategias de publicidad, costos, diferenciación y les sirva para captar más clientes.
- Aplicar el modelo de la triple hélice, es decir, trabajar Universidad, Empresa y Gobierno, para que cada uno aporte con nuevos conocimientos y actividades de innovación para el desarrollo de la zona turística de la provincia del Carchi. Por lo tanto, se considera que es un modelo de proceso intelectual orientado a visualizar la evolución entre estos tres factores, donde la universidad como ente educativo genera planes estratégicos como contingentes, que permitan la mejor relación de

empresa y gobierno, desarrollando las mejores acciones en beneficio de los mismos.

- A los propietarios de los centros turísticos, dar mayor apertura a los estudiantes que realizan investigaciones de campo sobre la realidad del sector turístico; compartir información sobre las diferentes problemáticas existentes y recibir también retroalimentación sobre lo que están haciendo positiva y negativamente.
- Aprovechar las oportunidades que se brinda a este sector, en bien del desarrollo económico y social, aun siendo mínimas, deben utilizarlas a su favor.
- Los Estudiantes Universitarios al contar con mayores conocimientos, realizar vinculación con la sociedad, visitar estos centros turísticos, afianzar su conocimiento sobre las ventajas competitivas e igualmente desarrollar talleres que ayuden al negocio en temas relacionados a innovación, diferenciación, costos entre otros.
- Se recomienda a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi continuar con esta investigación, partiendo de los datos recabados actualmente.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, (2010). *Tipos y diseño de la investigación*, Diseño de la Investigación: obtenido de http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-La-investigacion_21.html
- Arias, Fidias. (2012). *El proyecto de investigación*, Introducción a la metodología Científica. República Bolivariana de Venezuela: Editorial Episteme, C.A.
- Callejas et at. (2012). *Ventajas competitivas para las PYMES con base en la Planeación Estratégica*. Título otorgado a especialista en alta gerencia. Universidad de Medellín, Colombia.
- CanalComstor. (2017). *Una buena infraestructura en redes y de Internet es considerado como un beneficio para los negocios*. Obtenido de <https://blogmexico.comstor.com/una-buena-infraestructura-en-redes-y-de-internet-es-considerado-como-un-beneficio-para-los-negocios>
- Construcción Pan-americana. (2018). *Ecuador destina US\$650 millones a Infraestructura*. Obtenido de <https://www.construccion-pa.com/noticias/ecuador-destina-us650-millones-infraestructura/>
- Diario el comercio. (2017). *Moreno tendrá Gabinete de 23 ministros y 12 secretarios*; Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/leninmoreno-gabinete-ecuador-ministros-secretarios.html>
- Eliseo y Montaje. (2010). *Análisis comparativo de la competitividad de los estados De Tabasco y Yucatán, en el sector de las Pymes, para una propuesta de Desarrollo*. Dirección General de educación superior tecnológica. Villahermosa, México.
- Espinosa, Roberto. (2017). *Qué es una ventaja competitiva y proceso*. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/que-es-una-ventaja-competitiva-y-cual-es-el-proceso-para-crearla/>
- Grajales Tevni, (2000). *Tipos de Investigación*. El salvador Santa palella y feliberto Martins.

- Guasch, J. (2005). *Concesiones en infraestructuras*. San Diego- California: Antoni Bosch Editor.
- INEC. (2011). *Estadísticas Turísticas*. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/Turismo2.pdf.
- Inversión en Infraestructura Pública y Reducción de la pobreza en América Latina. (2018). *Calidad de infraestructuras*. Editor responsable Olaf Jacob, Rio de Janeiro. Ecuador legal online. Obtenido de PYMES: <http://www.ecuadorlegalonline.com/sri/pymes/>
- Diario la hora. (2015). *Carchi y su historia*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101886409/carchi-y-su-historia>
- Diario la hora. (2016). *Infraestructura educativa*. Recuperado de <https://lahora.com.ec/noticia/1102008129/infraestructura-educativa>
- La república. (2013). *Beneficios de los proyectos viales en las comunidades*, obtenido de <https://www.larepublica.co/infraestructura/beneficios-de-los-proyectos-viales-en-las-comunidades-2043058>
- La tercera. (2017). *La importancia de una buena infraestructura en la educación*. Obtenido de <https://www.latercera.com/noticia/la-importancia-una-buena-infraestructura-la-educacion/>
- Mejía, Lizeth. (2016). *La infraestructura vial y las operaciones de comercio Exterior de Tulcan e Ipiates*. Tesis de grado previa a la obtención de Título de ingeniera En Comercio Exterior Y Negociación Comercial Internacional. Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Ecuador.
- Ministerio de Obras públicas Ecuador (2017). *Infraestructura estratégica*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/ecuadorinvestmentsummit/pdf/Infraestructura_es_trategica.pdf

- Ministerio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la Información (2016-2021). *Plan Nacional de Telecomunicaciones y Tecnologías de información del Ecuador*. Ecuador- Quito
- Ministerio de transporte y obras públicas Ecuador. (2017). *En Carchi, obras de Infraestructura vial se complementarán con readecuación del control fronterizo*. Obtenido de <https://www.obraspublicas.gob.ec/en-carchi-obras-de-infraestructura-vial-se-complementaran-con-readecuacion-del-control-fronterizo/>
- Ministerio de transporte y obras públicas (2018), *Obras viales en Carchi*, obtenido de: <https://www.obraspublicas.gob.ec/viceministro-de-la-infraestructura-Inspecciono-obras-viales-en-carchi/>
- Ministerio de transporte y obras públicas (2018). *Un cambio integral en la vialidad del Ecuador*. Obtenido de http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/.../12/PR_Vialidad-del-Ecuador.pdf
- Molina & Waldemar. (2017). *Productividad en el sector turístico de las pymes*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/3679>
- Molina, P. (2016). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. Logroño: EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN
- Mondy, Wayne. (2005). *Administración de los recursos humanos*. México: Acquisitions Editor S.A de C.V.
- Moreno, Mariela. (2016). *Análisis de la competitividad de las pequeñas y Medianas empresas Dentro del cambio de la matriz productiva para el Sector priorizado industria Farmacéutica, en el distrito Metropolitano de Quito*. Tesis de grado previo a la Obtención del grado De magister en gerencia empresarial. Escuela Politécnica Nacional del Ecuador.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *Infraestructura turística*. Edición 2017. Obtenido de: <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/>

- Porter, Michael. (1985-2008). *Ser competitivo*: España- Barcelona. Publicada en Lengua inglesa Por Harvard Business School Publishing, Boston.
- Romero, M. J. (2014). *Productos, servicios y destinos turísticos* (Primera ed.). Antequera, Málaga: IC Editorial.
- Rozas y Sánchez (2004). *Desarrollo de Infraestructuras y crecimiento Económico*: revisión. Conceptual. Santiago de Chile. Publicación de las Naciones unidas.
- Sampieri, R., (2014). *Metodología de la investigación*. México: Interamericana Editores, S.A de C.V.
- Secretaría del Buen Vivir ni ministerios coordinadores. Obtenido de: <http://www.elcomercio.com/actualidad/leninmoreno-Gabinete-ecuador-ministros-secretarios.html>.
- Vásquez, A., (2008). *Método deductivo y método inductivo*, Recuperado el 06 de Febrero 2019 de <http://colbertgarcia.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-y-metodo-inductivo.html>
- Vecina, J., (2003). *Creación de empresas Entreprenesurship*. Bellaterra: Servei e Publicacions.

VII. ANEXOS



12. Cobertura

- Local
- Regional
- Nacional
- Internacional

13. Durante el periodo 2016-2017 su empresa:

- Fue creada
- Se fusiono
- Fue comprada
- Cerro parte de la empresa
- Ninguna

COMPONENTE COMERCIAL

14. Señale en cifras el nivel de ingresos anuales aproximados

2016, valor en dólares

- 1000-3000
- 3001-5000
- 5001- 7000
- En adelante

2017, valor en dólares

- 1000-3000
- 3001-5000
- 5001- 7000
- En adelante

15. Señale en cifras el nivel de gastos anuales aproximados

2016, valor en dólares

- 1000-3000
- 3001-5000
- 5001- 7000
- En adelante

2017, valor en dólares

- 1000-3000
- 3001-5000
- 5001- 7000
- En adelante

16. En los últimos dos años usted considera que las ventas en su negocio:

- Crecieron
- Fueron constantes
- Se mantuvieron
- Decrecieron

17. Señale el nivel de utilidad aproximada anualmente

18. Tipo de clientes en los dos últimos años

- Extranjeros
- Nacionales
- Locales

INVERSION

19. Disponibilidad de establecimiento propio

- Si
- No

20. Señale en cifras el nivel de inversión en su negocio

21. Nivel de inversión aproximada

Capital propio _____

Financiamiento _____

Ayuda Externa no reembolsable _____

Si su respuesta fue Financiamiento, indique el plazo

- 1-2 años
- 3-4 años
- 4-6 años
- Más de 6 años

22. ¿Qué tipo de financiamiento externo utilizo?

- Entidades financieras
- Apoyos de gobierno seccional o nacional
- Otros

Ninguno

23. Destino de la inversión

- Maquinaria
- Pago de deuda
- Muebles y encerces
- Gastos corrientes
- Abrir nuevas sucursales
- Infraestructura
- Capacitación de talento humano
- Otras
- Ninguna

FACTORES EXTERNOS

24. ¿Cree usted que sus ingresos se ven afectadas por la devaluación del peso colombiano?

- Si
- No

25. Considera que el pago de los impuestos está bien justificado por la calidad de los servicios públicos que se percibe en la actualidad.

- Si
- No

FACTORES INTERNOS

26. ¿Si existe un conflicto laboral interno piensa usted que afectaría al capital de trabajo de su Empresa?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

27. ¿Qué lugar ocupa la comunicación entre empleados – clientes - propietario para un buen funcionamiento de la empresa?

- Muy alta
- Intermedia
- Baja

COMPONENTE INNOVACIÓN

28. Durante el 2016-2017, su Empresa introdujo algo novedoso o significativo (bien o servicio).

¿Si su respuesta es afirmativa indique cual fue?

- Bien nuevo (muebles)
- Servicio nuevo (atención al cliente personalizada)
- Bien significativo mejorado (Reparación de puertas- muebles)
- Servicio significativamente mejorado (mayor cobertura de internet)
- Ninguno

29. ¿Quién desarrollo esas innovaciones del bien o servicio?

- La propia empresa
- La empresa en cooperación con otra empresa o institución
- Su empresa, adoptando o modificando los bienes o servicios desarrollados por otra empresa
- Otra empresa o institución

30. Durante 2016-2017, ¿cuál de las siguientes fuentes de financiamiento aportaron para sus actividades de innovación?

- Apoyos gubernamentales
- Banca privada
- Recursos provenientes del exterior
- Recursos propios
- Otros
- Ninguno

INNOVACIÓN EN ORGANIZACIÓN

31. ¿Durante 2016-2017, su Empresa desarrollo alguna de las siguientes actividades para introducir innovaciones en bienes- servicios?

- Adquisición de equipos
- Adquisición de hardware
- Adquisición de software
- Adquisición de tecnología
- Contratación de consultoría y asistencia técnica
- Ninguna

32. ¿En base a la innovación realizada en su Empresa, sus ingresos en los dos últimos años han mejoramiento?

- Excelente
- Favorablemente
- No favorable
- Nada

33. ¿Durante 2016-2017, indique cuales de las siguientes razones motivaron la puesta en práctica de actividades, para el desarrollo de innovaciones de unos nuevos bienes- servicios?

- Detección de una demanda total o parcialmente insatisfecha en el mercado
- Aprovechamiento de una idea o de novedades
- Amenazas de la competencia
- Cambios en normas de propiedad intelectual
- Ninguna

INNOVACIÓN EN MARKETING

34. Ud cuenta con el conocimiento sobre lo que es patentar una marca?

- Si
- No

35. ¿Durante el 2016-2017, indique cuales métodos formales de propiedad intelectual utilizo su empresa, para proteger sus innovaciones realizadas?

- Marca
- Diseño
- Denominación de origen
- Cláusulas de confiabilidad para los empleados
- Ninguna

VENTAJAS COMPETITIVAS

VENTAJA DE COSTOS

36. ¿Ud cuenta con conocimientos sobre cálculo de costos?

- Si
- No

37. ¿Usted lleva un control sobre los costos Unitarios que produce su Empresa en bien o servicio?

- Si
- No

38. ¿Usted lleva un control de todos los gastos realizados en su Empresa?

- Si
- No

39. ¿Usted lleva un registro mensual sobre los clientes que visitan Empresa?

- Si
- No

VENTAJA DE DIFERENCIACIÓN

40. Señale cual es el Número de Empleados en su empresa. En el caso que los tenga.

--	--	--	--	--	--

41. ¿En base al número de empleados indique, que nivel académico posee su personal? En el caso que los tenga.

Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>
Tecnológico	<input type="checkbox"/>
Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

42. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted que lo diferencian de la competencia?

- Modo de calificación:** Donde
- 1: Muy de acuerdo
 - 2: Algo de acuerdo
 - 3: Ni acuerdo ni en desacuerdo
 - 4: Algo en desacuerdo
 - 5: Muy en desacuerdo.

Factores	Calificación				
	1	2	3	4	5
Precio					
Calidad del Producto o servicio					
Atención personalizada					
Implementación de nuevas tecnologías.					

VENTAJA DE MARKETING

43. ¿Qué medio utilizo para dar a conocer su Empresa?

- Páginas Web
 Redes sociales
 Hojas volantes
 Anuncios.
 Ninguno

44. ¿De ser su respuesta Páginas Web o Redes sociales, con que constancia ud actualiza estas páginas virtuales?

- Todos los días
 15 días
 1 mes
 6 meses
 1 año
 Otros

45. ¿Usted cree que, en base a los medios utilizados anteriormente para promocionar su Empresa, han logrado captar más clientes?

- Siempre
 Frecuentemente
 Talvez
 Nunca

Observaciones _____

(Anexo 2)

ALFA DE CRONBACH

- ☒ 0,9, el instrumento de medición es excelente;
- ☒ Entre 0,9-0,8, el instrumento es bueno;
- ☒ Entre 0,8- 0,7, el instrumento es aceptable;
- ☒ Entre 0,7- 0,6, el instrumento es débil;
- ☒ Entre 0,6-0,5, el instrumento es pobre; y si
- ☒ < 0,5, no es aceptable

Análisis de fiabilidad

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\DELL\AppData\Local\Temp\Encuesta Enviar Evelin Fuertès-1.sav

Escala: todas las variables

		N	%
Casos	Válidos	33	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	33	100,0

Alfa de Cronbach	N de elementos
,810	37

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: EVELIN CRISTINA FUERTES QUIROZ
NIVEL/PARALELO: DECIMO

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401872833
PERIODO ACADÉMICO: octubre 2018 - febrero 2019

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Análisis de las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las Mipymes del sector turístico, de la provincia del Carchi

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. SONIA MALQUIN
LECTOR: MSC. JORGE MIRANDA
ASESOR: MSC. RAMIRO URRESTA

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 101
FECHA: lunes, 25 de febrero de 2019
HORA: 08H00

Obteniendo las siguientes notas:


1) Sustentación de la predefensa:	4,90
2) Trabajo escrito	2,30
Nota final de PRE DEFENSA	7,20


Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 25 de febrero de 2019


MSC. SONIA MALQUIN
PRESIDENTE


MSC. RAMIRO URRESTA
ASESOR


MSC. JORGE MIRANDA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones