

Urkund Analysis Result

Analysed Document: extracto_2018223162616 (1).docx (D38022588)
Submitted: 4/26/2018 9:42:00 PM
Submitted By: gmorocho2@unemi.edu.ec
Significance: 6 %

Sources included in the report:

https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf

Instances where selected sources appear:

10

INTRODUCCIÓN El turismo es, en la actualidad, uno de los factores más influyentes en el crecimiento económico y productivo, actividad que favorece las exportaciones mundiales así mismo produce mayores ingresos y fuentes de trabajo en las PYMES. Para varios países considerado un factor para competir y desarrollar en el sector servicios; permitiendo lograr una buena posición competitiva en los mercados internacionales. Cabe mencionar que la expansión de este sector ha generado mayores ingresos al gobierno a través de la recaudación de impuestos a esta actividad CITATION Ben05 \l 12298 (Benavides, 2005). CITATION Min13 \l 12298 (Ministerio de turismo, 2013) Afirma: Hacia finales de la década de los años 80 el turismo a nivel mundial buscaba sofisticarse y ofrecer productos turísticos que tengan valor añadido; la tendencia tenía en cuenta la satisfacción del turista y se apelaba a la especialización en ciertas áreas (p.4). Bajo esta perspectiva surge lo que es el turismo cultural en un sentido más amplio, para incluir diversas manifestaciones con grandes patrimonios tanto material como inmaterial con innumerables características culturales, relacionadas de forma insuperable con su entorno natural, las cuales ofrecen considerables intercambios y manifestaciones culturales y recreativas tales como: las expresiones de los pueblos originarios, las tradiciones, la educación, el arte y manifestaciones artísticas mismas que son catalogadas centros de atención, tanto para los ecuatorianos como para los extranjeros. Visto así, Ecuador es un país que tiene mucho por ofrecer, lo que lo convierte en una maravilla para los visitantes atraídos por esta diversidad de sus costumbres y gente; es cuestión de recorrer las diferentes regiones para darse cuenta de nuestra diversidad cultural. Es por esto que para el turista cultural toda esta joya ecuatoriana es muy atractiva y requerida, y no nos referimos simplemente para los turistas extranjeros, cada vez son más los turistas ecuatorianos que quieren conocer sus expresiones culturales y patrimonio sobre el país.

CITATION Min14 \l 12298 (Ministerio del turismo, 2011-2014) Afirma que:

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf

97%

El área urbana alberga destinos turísticos reconocidos por la UNESCO, como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca. Así mismo, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta han entrado en los últimos años en un proceso de renovación y modernización urbana que ofrece nuevos atractivos turísticos. Existe una amplia gama de ciudades intermedias que vinculan sus atractivos culturales con los naturales. Mientras que en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y

afro ecuatorianas. (p. 2)

Es así, como el ente más importante al momento de elevar nuestra productividad es ganar una renovación productiva y tecnológica que nos conlleve a incrementar nuestra economía; el desafío que se enfrenta en los últimos tiempos, no simplemente radica en sumar más productos a la canasta exportadora, si no también incrementar nuestra base de productores y servicios. Es allí donde el turismo cultural puede aportar de manera esencial a la transformación productiva esperada, tales como: empleo de calidad, innovación, protección del patrimonio cultural y natural, distribución de la riqueza, incentivo al emprendimiento a

través de negocios rentables, uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC). En este escenario, se visualiza claramente las ventajas que contribuye el turismo cultural en el Ecuador, pero también se presenta con claridad las restricciones que se presenta en la oferta y demanda para poder sumarse correctamente a las preferencias mundiales. Una de las principales causas por lo que no se ha incrementado el valor productivo y competitivo de las PYMES como agentes de turismo cultural es el desconocimiento de la riqueza cultural y los atractivos históricos que tiene las líneas productivas en sus diversas áreas, debido a que no se puede comercializar algo que se desconoce lo cual afecta de manera progresiva al desarrollo fructífero. Ecuador necesita un desarrollo turístico sostenible que cuide la riqueza histórica cultural, y que reactive la economía y productividad en las comunidades. Por ello se realiza un estudio comparativo de productividad de las PYMES dentro de las ciudades o regiones que más variedad de atractivos naturales y culturales poseen.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Ecuador a pesar de ser un país mega diverso llena de atractivos turísticos culturales y naturales, ha sufrido por mucho tiempo el desaprovechamiento de su potencial turístico, debido a la falta de interés de las autoridades y ciudadanos, calidad operacional –competitivo, sistema administrativo; también por el desconocimiento de las áreas y líneas productivas que más concentración turística cultural promueve en el territorio. El país cuenta con un innumerable patrimonio cultural intangible, que puede presenciarse en diferentes partes del territorio, en las festividades, conmemoraciones, comidas y actividades culturales que están ligadas a las costumbres de cada pueblo, que no han sido lo suficientemente aprovechadas a causa de una lenta planificación estratégica y productiva de los proyectos turísticos, acciones y contratos con instituciones públicas comunitarias que fomenten el desarrollo y la concepción de productos turísticos de calidad. CITATION GAD13 \l 12298 (GADIPCS, 2013) Debido al insuficiente aprovechamiento de los recursos turísticos culturales en el país, se origina la baja productividad y desarrollo competitivo de las áreas involucradas en el sector turístico cultural de la PYMES. Por lo tanto, la investigación desarrollada en este trabajo bibliográfico busca dar respuesta a la problemática de la investigación a través de un estudio de las características, sus respectivas carencias y limitaciones de los recursos naturales y culturales, los factores y aspectos que genere la baja productividad y desarrollo competitivo de las áreas involucradas en el sector turístico cultural de la PYMES en el Ecuador; para esto se ha tomado en cuenta las leyes y normas turísticas ecuatorianas sobre el turismo cultural, las exigencias de PLANDETUR a las líneas de productos y destinos culturales que se encuentran en la lista del mismo, y como han influido en la actividad turística. Con esta investigación se pretende dar valor a las ciudades que menos variedad de atractivos naturales y culturales posean, y en futuro llevar a estos pueblos a ser más productivos y rentables, abriendo mayores ofertas de trabajo, mayor productividad y competitividad para nuestro país mediante visitas internacionales como nacionales.

SISTEMATIZACIÓN

Para penetrar y comprender la situación problemática que se presenta se realizan las siguientes preguntas científicas que nos permitirán sistematizar el conocimiento relacionado con el tema: ¿Cuáles son las características de la productividad y competitividad en el sector

turístico cultural? ¿Cuáles son los elementos relevantes en la productividad y competitividad de las pymes del sector turístico del Ecuador? ¿Cuáles son las características de las regiones y ciudades con más variedad de atractivos naturales y turísticos del Ecuador? ¿Cuál es la influencia de las PYMES del sector turístico cultural en el desarrollo económico del Ecuador?

1.3 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL Analizar de forma comparativa la productividad y competitividad de las PYMES del sector turístico del Ecuador en las ciudades con más variedad de atractivos naturales y culturales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS 1. Caracterizar los conceptos productividad y competitividad en el sector turístico cultural. 2. Caracterizar los elementos relevantes de la competitividad y productividad de las PYMES para el sector turístico en el ámbito cultural del Ecuador, haciendo énfasis en las regiones y ciudades con más variedad de atractivos culturales. 3. Comparar la productividad y competitividad de las PYMES del sector turístico cultural de estas regiones y su influencia en el desarrollo económico.

JUSTIFICACIÓN Las principales razones del atractivo del sector turístico cultural para los visitantes radican, no simplemente en la realización de viajes, si no que dentro de un viaje se efectúan distintas actividades, entre ellas la de tipo cultural, tales como el disfrute de la gastronomía, los eventos y actos culturales, fiestas, ferias, exposiciones, representaciones artísticas- teatrales, museos y la transacción de productos tradicionales, entre otras. Actualmente en nuestro espacio territorial , se observa que Ecuador es un país mega diverso poseedor de una gran riqueza cultural y emprendedora , pero lamentablemente no se han realizado estudios investigativos , ni mucho menos han sido aprovechadas , quedando en el olvido por la falta de conocimiento y valor ; debido a que en la actualidad se encuentra en un proceso de cambios, crecimiento y diversificación, así como una sofisticación creciente de la demanda que exige experiencias personalizadas y de calidad. De este modo nos lleva a realizar una investigación abordando lo que son las características, los factores que radican en la productividad, clasificaciones, estructura de productos y destinos turísticos, factores que intervienen en el turismo cultural, actividades culturales y más. El interés por aportar a la obtención de la productividad de las pymes en el sector turístico cultural del país, está dirigido a darle un impulso sustantivo al sector, mejorar la calidad de vida de las personas, crear trabajos de calidad, laborar para ello, por lo que la atención condujo hacia las pymes turísticas culturales, sus funciones e impacto. Dado que la pymes turísticas culturales es el motor económico – productivo en el país representan un significativo renglón dentro de la economía nacional, cada vez son más las ciudades y sitios culturales que pueden obtener diversos beneficios económicos, productivos designados a impartir nuevas oportunidades de empleo y obtención de ingresos. En este sentido se ve la necesidad de realizar un estudio investigativo sobre las áreas ecuatorianas que más productividad dan en el sector turístico cultural, y a partir de estos datos, realizar comparaciones entre las diversas áreas que ofrecen mayor competitividad y aquellas zonas de menor productividad del sector turístico.

MARCO TEÓRICO Antecedentes históricos del turismo cultural El turismo cultural tienes sus apariciones durante el periodo del siglo XX donde la cultura y el turismo eran vistos como dos

áreas separadas. En la que determinaba a los recursos culturales de cada lugar como una conexión exclusiva a la educación de las comunidades, así como al sustento de la identidad local regional o nacional. Mientras tanto el turismo era asociado especialmente a actividades de esparcimiento separadas de la vida cotidiana de las localidades Pero es partir de los años 80 en adelante que el concepto de turismo cultural comenzó a ganar fuerza en la reflexión académica y en las políticas de turismo aunque con ciertas limitaciones que se observan puesto que históricamente el campo de la cultura y el campo del turismo han sido abordados por disciplinas diferentes, con enfoques y conceptos propios como reflexiones de que la cultura proviene en lo principal de la Antropología, la Sociología, la Arqueología y la Historia del Arte, mientras que las reflexiones sobre el turismo provenían principalmente de la Economía Aplicada, la Geografía Regional, el Marketing y las Comunicaciones CITATION Ser14 \l 12298 (Sernatur, 2014). No es hasta que el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios adopta un nuevo esquema sobre el Turismo Cultural en año 1999, que siguiendo las directrices de la Organización Mundial del Turismo revisa dicha definición, y posteriormente pasa a definir al

turismo cultural

como un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación.

De esta manera se dio el concepto del turismo cultural como consecuencia de una de las principales motivaciones de viajes de los turistas, que es el deseo de conocer nuevos lugares, nuevos pueblos y las manifestaciones de su cultura (legado histórico-cultural, usos y costumbres, y sus expresiones artísticas en todas sus manifestaciones) CITATION ACE11 \l 12298 (ACERENZA, 2011). Por este motivo

la UNESCO desarrolló la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, que reconocía el deterioro del patrimonio a nivel mundial y se proponía conservarlo de forma activa y favorecer el conocimiento y reconocimiento de este legado para las generaciones futuras,

con el objetivo de proteger y promover los destinos turísticos, trayendo consigo

al desarrollo económico de un destino, pero también a la integración social y

el acercamiento entre los diferentes pueblos CITATION Gar16 \l 12298 (García , 2016).

La productividad como concepto de calidad en el sector turístico CITATION Vas07 \l 12298 (Vasquez, 2007) Manifiesta que para generar productividad en los sectores turístico cultural se debe tomar en cuenta el factor de calidad con la que las empresas de servicios turísticos respondan a la satisfacción plena de los usuarios en términos de atención, calidad de servicio, bienestar, seguridad y a su vez, responden al mejoramiento continuo de la imagen y afianzamiento empresarial. Para conseguir lo mencionado anteriormente, las organizaciones de servicios turísticos deben buscar el cambio como inicio para la implantación de una nueva

forma de trabajo, el trabajo con calidad. Y busca satisfacer plenamente las necesidades del cliente.

Factores internos que interviene en la productividad CITATION Ano14 \1 12298 (Anonimo, 2014) Manifiesta que: La forma más precisa para definir la productividad es la relación entre los resultados de la producción obtenida y los recursos utilizados para lograrlos. Estos recursos se suelen identificar básicamente con el tiempo empleado en conseguir dicha producción, pero lo cierto es que entran en juego otros múltiples factores como son: trabajadores utilizados, material empleado o recursos económicos etc. Por ello el mismo autor manifiesta que para poder mejorar la productividad es fundamental intervenir de una forma precisa en sus factores de mayor influencia, y entre ellos esta los factores internos. De esta manera actualmente la organización evalúa sus factores internos (Tecnologías, materia prima y equipos) que permite lograr hacer despegar sus niveles de productividad y sus recursos, Estos elementos mencionados anteriormente, desempeñan un papel primordial en cualquier estrategia para la mejora de la productividad. Para conseguir resultados positivos el autor toma en consideración estas indicaciones que ayudan a la productividad de las empresas de las cuales son:

- Un óptimo mantenimiento de todo el equipo para asegurar un funcionamiento en perfectas condiciones y continuado, evitando esas paradas que tanto afectan a la productividad de cualquier planta o circuito de producción.
- Adopción de las medidas correctivas necesarias para evitar embudos o cuellos de botella que hagan descender la producción.
- Uso eficaz de todas las máquinas y capacidades.
- Realizar las inversiones necesarias con el fin de sustituir la maquinaria obsoleta o muy anticuada y, en los casos necesarios, mejorar la automatización y la utilización de la tecnología de la información.
- Mejorar también los procesos de manipulación de materiales, almacenamiento, sistemas de comunicación y control de calidad.

Por ende existen otros factores internos que interviene en la productividad como son: Recursos humanos. Al fin y al cabo, los materiales y las tecnologías son considerados herramientas e instrumentos que son dirigidos por las personas y éstas son el bien máspreciado de las empresas y el auténtico motor de operación de cualquier organización. Pero el factor humano es un elemento clave en todo proceso, en cual ayuda a maximizar la productividad tales como:

- Resolución de conflictos.
- Mejora el rendimiento.
- Limite de responsabilidad.
- Control operativo.
- Ayuda a mantener bajos costos, etc.

Métodos de trabajo La mejora de la organización y de los sistemas y métodos de trabajo constituyen el medio más prometedor para mejorar la productividad. La mejora de los circuitos de producción que, de forma lenta pero continuada, consigan ir elevando los índices de producción se pueden lograr mediante:

- Técnicas de mejora continua consistentes en la introducción de pequeños cambios, corrección de errores y detección de áreas de mejora de forma constante, sin que supongan cambios traumáticos o difíciles de asimilar por los empleados.
- Implicación de los empleados en equipos de trabajo con el objetivo de mejorar las áreas que más conocen por su experiencia de trabajo diario.
- Implantación de sistemas enfocados a una mayor y mejor especialización y división del trabajo pero que, al mismo tiempo, favorezcan la coordinación entre departamentos.

Concepto de competitividad desde la visión del sector turismo cultural En ocasiones resulta difícil asimilar el concepto de

competitividad al sector turístico, ya que este concepto ha sido utilizado principalmente en la investigación en el área industrial. No obstante, han sido varios los autores que han demostrado que no existe ningún obstáculo que impida aplicar esta teoría de la competitividad al sector servicios. Han sido pocas las investigaciones sobre competitividad en el sector turístico, a pesar de que la misma puede llegar a ser tan importante, e incluso más, que la competitividad industrial, Por ello (Hassan, 2000), (Ritchie & Crouch, 2000) citado por CITATION ARC08 \l 12298 (ARCARONS, 2008) definen a la competitividad del sector turístico como: la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores. También puede definirse como: la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar de esta forma el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social. Por ese motivo es importante reconocer los índices que interviene sector turístico cultural de los cuales permiten su análisis y evaluación de sus recursos, para que esta forma sea posible Mientras tanto otros autores como CITATION Gar15 \l 12298 (Garcia , 2015) manifiestan que la competitividad proviene de: • El entorno institucional y el clima de negocios • La seguridad, los transportes y la salud • Los mercados laborales y de recursos humanos • La sociedad de la información • La apertura al exterior y los servicios disponibles a los turistas, etc. Tipos de turismo directamente relacionados al turismo cultural El turismo cultural abarca diversos subtipos de turismo, los cuales no cuentan con definiciones plenamente consensuadas. De todos modos, es posible proponer una tipología básica, con fines más pedagógicos que operativos, puesto que en la práctica es muy posible que estos subtipos de turismo se crucen o mezclen, dependiendo de los atractivos culturales presentes en la localidad, así como de los diversos intereses de los visitantes. En efecto, un turista perfectamente puede combinar varias de estas modalidades de turismo cultural en un solo viaje en donde visita diferentes destinos, o incluso, en un solo destino turístico CITATION Ser14 \l 12298 (Sernatur, 2014) Qué es

turismo cultural:

El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Para esta línea de producto,

se

relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía, Medicina Ancestral y Chamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE – Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas

CITATION PLA07 \l 12298 (PLANDETUR-2020, 2007).

Qué es Patrimonio cultural: Se define como los recursos culturales de un lugar, que pueden ser creados y conservados a lo largo del tiempo. Qué es Producto cultural: Patrimonio constituido para su uso y disfrute. Accesibilidad temporal, económica etc. Qué es Oferta cultural: Que el producto cultural es promocionado al público.

PYMES: Según el Servicio de Rentas Internas (SRI) indica que la PYMES son pequeñas y medianas empresas que acuerdo a su volumen de ventas, capital, social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presente características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferente tipos de actividades económicas entre las que se destacamos las empresas de servicio, transporte, comercio, entre otras .En las PYMES de servicios se suelen estar cara al cliente más que nada en el sector turístico, en ellas es fundamental el factor humano, tanto interno como externo. Citado por CITATION Mol \1 12298 (Molina, 2017)

Factor humano: El factor humano es de lo más importante en el sector servicio en el cual suele estar casi siempre relacionada directamente con el cliente a diferencias de otros servicios, así que es indispensable obtener información de cómo beneficiarse de personal que nos ayude a ser más productivo. También hay que aclarar que no solo depende de la productividad el factor humano, si no también depende de la calidad del servicio que ofrece CITATION Mej13 \1 12298 (Mejía & Montoya, 2013). METODOLOGÍA Para poder tener éxito en este estudio bibliográfico, se formula una investigación documental, histórica y lógica de los antecedentes relacionados al turismo cultural. En este método investigativo se recopiló diversa información documentada de la web con fundamentos lógicos e importantes relacionada con el turismo cultural y su impacto tanto competitivo como económico que este genera en las diferentes ciudades del Ecuador y su desarrollo que ha generado en sus habitantes. Con la ayuda de fuentes bibliográficas se revisaron documentos de gran valor relacionado con el turismo cultural y sus factores que este intervienen en la productividad de cada ciudad , y sus incidencia de la oferta y la demanda en las áreas culturales, importancia social, económica y la productividad que este genera en las PYMES; por ello se tomó en consideración los siguientes documentos relacionados al turismo cultural en el Ecuador como son : (PLANDETUR 2020), (CEPAL), (POLÍTICA DE TURISMO DEL ECUADOR), (TURISMO CULTURAL DEL ECUADOR), (MINISTERIO DE TURISMO), (PIONEROS EN EL TURISMO DEL ECUADOR), etc. En este estudio bibliográfico nos permite obtener información determinada del desarrollo productivo y competitivo que tiene el turismo cultural, que se genera en sus diversas ciudades que vincula al turismo cultural de las pymes del Ecuador, ya que en los últimos años se han estado implementando proyecciones tales como: estudio de las líneas productivas del sector turístico cultural , el análisis comparativo de las diversas áreas del turismo cultural para determinar cuál es la mayor demanda y oferta tenga, revisión de las aplicación de contenidos del producto turístico cultural, aspectos y métodos para la innovación y productividad en el sector turístico cultural mediante sus productos o servicios . También se analizó el impacto del turismo cultural en el ámbito de la productividad que genera a nivel de los sectores de pequeñas y medianas empresa, y su desarrollo socioeconómico, teniendo en cuenta los recursos culturales que posee el sector y como estos generan ingresos al Ecuador, como

también el consumo de sus productos y la observación de los lugares en donde más valor tiene el turismo cultural.

En

esta parte lo que queremos presentar es como hemos llegado a los resultados. Que método hemos ocupado, que

proceso sistemático se utilizó hasta llegar al fin de la investigación. La información de investigación obtenida, ha pasado por varias fases las cuales se la ira redactando paso a paso, estas son: FASE PRELIMINAR Para empezar la elección de diferentes temas ordenados por preferencia, nos tocó este tema, el cual tiene un enfoque a la producción y lo elegimos porque nos impresiono el tema y estaba de acorde a nuestro interés. Mismo que se realizó una modificación en el tema pero sin perder su valor principal. Es importante tener conocimiento de las ciudades con más variedad de atractivos naturales y culturales del Ecuador con relación a la productividad y competitividad que se desarrolla a diario en el sector turístico. Aunque este estudio se realice de una manera general lo que se pretende es tener la noción clara de las ciudades que mayor atractivo natural y cultural posee, para de allí poder tener un esquema claro de las ciudades que carecen de estos atractivos y que es lo que se puede hacer para mejorar su productividad y competitividad. En esta fase, se da las primeras citas con el tutor y las clases previas para acceder, de forma flexible en cuanto a las ideas, aprendizaje, conocimientos ajustándose a las características de nuestro interés y capacidad. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN En las reuniones dadas, con el tutor

del trabajo, se determinó el cómo y cuándo (fases y cronología) desarrollar la búsqueda.

Para efectuar el cómo se va a realizar la investigación, la técnica para determinar la búsqueda de la información se realizaría a través de investigaciones documentales, artículos en revistas, revistas virtuales, sugerencias presentadas a ayuntamientos, debates, y que de ellas se analizara no simplemente los temas abarcados sino autores, fechas, revista / documento donde se publican, lugar donde se llevó a cabo y metodología que emplean. Por último, se planifico como se realizará la estructura del trabajo (el contenido, las partes en que se va a dividir, aspectos y características que se debe de tener en cuenta y mas). El proceso para llevar a cabo la investigación bibliográfica es la siguiente: • Búsqueda y recopilación de las fuentes bibliográficas de acorde al interés e importancia. • Lectura y análisis de la información obtenida • Clasificación y Organización de toda la información obtenida de acorde a la variables seleccionadas de la investigación • Obtención de resultados OBTENCIÓN DE LOS ARTÍCULOS ANALIZADOS Para la obtención de la información investigativa se llevó a cabo la utilización de documentos en línea artículos y publicaciones de las siguientes bases de dato • Scielo • Uncoma • Science direct • Academia.edu Se accede a utilizar estas herramientas como base de datos debido a que representa información importante, especifica, actualizada en lo que se concierne al turismo cultural. Las palabras claves que se utilizo fue: • PYMES • Turismo cultural • Productividad Junto a estas herramientas, y los buscadores online, se ha accedido a otros tipos de material disponibles en el internet, tales como: • Revista de turismo y patrimonio cultural • Revista Cuenca Ilustre • Revista del patrimonio cultural del Ecuador Los artículos encontrados se centran en la influencia de la economía, productividad y

competitividad. Para poder tener éxito en este estudio bibliográfico propuesto, se formula una investigación documental, histórico – lógico, investigación descriptiva.

RETOS Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN Una de las principales restricciones para avanzar con nuestra investigación fue el hallazgo de artículos y tesis relacionados con la competitividad de las pymes en el sector turístico cultural. Cabe mencionar que otra de las limitaciones ha sido la cantidad de artículos encontrados en otro idioma esto ha originado un principal problema en nuestra investigación, ya que la mayor cantidad de estos se encuentran escritos en inglés y esto ha producido un inconveniente a la hora de añadir más referencias bibliográficas.

DESARROLLO DEL TEMA Principales causas que intervienen en el bajo rendimiento del turismo cultural en el Ecuador. Ecuador a pesar de ser un país mega diverso llena de atractivos turísticos culturales y naturales, ha sufrido por mucho tiempo el desaprovechamiento de su potencial turístico, debido a falencias de reglamentos o al poco interés de las autoridades y ciudadanos, y al desconocimiento de las áreas y líneas productivas que le permitan ser un sector productivo y competitivo. Por ello CITATION Min14 \l 12298 (Ministerio del turismo, 2011-2014) manifiesta las principales causas que generan el bajo rendimiento del turismo cultural en el Ecuador. Turismo cultural como crecimiento socio económico. Hoy en día el turismo cultural es considerado como una potencia generadora de ingresos económicos de un país. En sus principales impactos positivos que ha tenido el turismo cultural son los ingresos por divisas y la contribución a los ingresos públicos contribuyendo a la reducción de pobreza. Por lo tanto el turismo es una actividad que ha ayudado a equilibrar la balanza de pagos y ha generado un valor agregado. También es necesario reconocer otros beneficios que el turismo cultural ha obtenido donde podemos mencionar el crecimiento del sector empresarial debido al incremento de la demanda creada por la expansión del turismo y el impulso de la actividad comercial en los diferentes sectores de servicios relacionado con el turismo cultural. Esto a su vez origina nuevas tasas de empleo especialmente contribuye a la tendencia a emigrar disminuya CITATION Aná \l 12298 (Lamboggia, 2014).

Propuesta de medición del turismo cultural Uno de los modelos más populares y conocidos para medir el turismo cultural es el modelo de cinco dimensiones desarrollado por (Hofstede, 2001) citado por CITATION Mal \l 12298 (Mallor, 2013). Este método consiste particularmente a la comparación de culturas, del que se destaca en medir prácticas los factores que interviene en el sector cultural como son: museos, cinematografía, patrimonios, artes escénicas, deportes, ocio, medición de comunicación, educación, para así poder determinar el nivel de atractivo que posee un destino turístico. Factores relevantes de la competitividad de las PYMES para el sector turístico en el ámbito cultural. En la siguiente tabla se empleara un análisis de las principales variables internas que son utilizadas para medir la competitividad de las PYMES, enfocada en los siguientes variables.

Factores que influyen en la productividad en las PYMES del sector servicio para el turismo cultural Para (Strina, 2011) citado por CITATION MAR14 \l 12298 (Martínez R, Enero - Abril 2014) el desarrollo de métodos para medir, evaluar y gestionar la productividad de los servicios en las PYMES se ve obstaculizado por el hecho de que los parámetros intangibles

específicos de éste, tales como la calidad del servicio o la integración del cliente, no se corresponden con el concepto tradicional de la relación entre la salida cuantitativamente determinable y los parámetros de entrada. Para (Martínez, 2013) citado por CITATION MAR14 \l 12298 (Martínez R, Enero - Abril 2014) presenta una propuesta teórica de la relación de los factores que influyen en la medición de la productividad para las PYMES del Sector Servicios, la cual se muestra en la siguiente figura. En la que observamos algunos de los factores que aporta el cliente al acceder o usar un servicio, a su vez a la salida del procesos observa otros factores que sirven para servir para retroalimentar el proceso e irlo ajustando de acuerdo a los deseos y necesidades de los clientes.

Principales provincias con destinos culturales Ecuador es uno de los países con mayor gama de biodiversidad del planeta, esta mega biodiversidad

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf

71%

se expresa en la variedad de sitios naturales y manifestaciones culturales, ubicados en sus cuatro mundos o regiones turísticas.

Por ello Ministerio de turismo (MINTUR) evaluó sus recursos naturales (sitios de naturaleza, sitios históricos). Y sus atractivos turísticos (planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica) de cada provincia del país para determinar su nivel de concentración de oferta turística. CITATION PLA07 \l 12298 (PLANDETUR-2020, 2007)

Tipos de recursos culturales • RECURSOS ARTÍSTICOS, HISTÓRICOS Y PATRIMONIALES Museos artísticos, Monumentos históricos, Cuevas

- ACTIVIDADES HUMANAS DE INTERÉS CULTURAL Celebraciones populares, Palacio de Festivales, Gastronomía, Rutas Culturales, Artes escénicas

- ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE INTERÉS CULTURAL Ferias culturales

Ranking de las principales ciudades con productos y recursos culturales en el Ecuador

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf

100%

Antes de identificar, revisar y analizar los productos específicos del Ecuador, es preciso diferenciar entre lo que es un recurso y un producto.

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf

100%

Por lo tanto, es de considerar que solamente cuando un recurso se estructura para su uso y disfrute se convierte en producto. De esta manera, se define por

producto turístico

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

a una propuesta de viaje, estructurada desde los recursos, a la que se incorporan servicios turísticos - transporte, alojamiento, guías de viajes, etc. (Chías, 2003)

citado por CITATION PLA07 \I 12298 (PLANDETUR-2020, 2007). Por ello Dr. Josep Chías junto al MINTUR manifiesta la valoración de los productos turístico cultural por:

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

Unicidad: Valor del recurso por el hecho de ser único, ya sea en Ecuador, en América Latina, en el mundo. Valor Intrínseco: Valor de cada recurso dentro de su categoría. Carácter Local: Valor que recibe un recurso por ser característico de Ecuador. Notoriedad: Grado de conocimiento del recurso a nivel nacional o internacional. Concentración de la Oferta: Valor derivado de la concentración de más ofertas para realizar otras actividades turísticas dentro de la zona.

CONCLUSIONES En patrimonio natural, según CITATION CEP15 \I 12298 (Comunitario, Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural Participativo, 2015), el Ecuador ocupa la posición 13 entre 140 países, un poco por detrás de dos de sus principales competidores, Costa Rica (7) y Perú (12), y superando por escaso margen a Colombia (16). Esta posición está sustentada en la gran diversidad geográfica, biológica y cultural del país. Esta característica, sin duda, es una ventaja de enorme potencial en una industria que está cambiando rápidamente, y donde los destinos en los que se pueda tener una experiencia única y auténtica en contacto directo con la naturaleza adquieren un valor creciente. El plan de negocios debe ser considerada como una alternativa estratégica que incita al desarrollo de las localidades a través de la relación de los sectores empresariales (PYMES turísticas) colectivamente con los actores locales, para el aprovechamiento de oportunidades o solución de problemas que permitirán participar en procesos de cooperación y les acceda a incrementar sus capacidades: financieras, organizacionales y de mercadeo. Este acontecimiento orienta hacia el incremento de la productividad y competitividad, desarrollo del sector productivo y competitividad en las ciudades, comienzo de mercados y alto poder de negociación. Para ser partidarios de la transformación diaria del turismo cultural debemos ser persistentes. El Ecuador tiene muy buenos recursos, que han quedado en el olvido, ya sea por la falta de compromiso no cumplidos, por el cambio político de nuevas autoridades. Entre una de las líneas de productos claves para Ecuador se encuentra el turismo cultural que configuran el mayor volumen de oferta. Los productos turísticos culturales que mejor puntuación reúnen en los criterios de :unicidad , valor intrínseco, carácter local, notoriedad , concentración de la oferta ; son :Quito ,Cuenca, Otavalo, Inga pirca, Vilcabamaba ,Riobamba, Hacienda San Agustín , Hacienda Histórica de los Andes,

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

La Ruta del Sol , Montecristi ,La tierra del sombrero de paja toquilla , Cotacachi.

Quito cumple con 2 aspectos importantes para el desarrollo de la oferta: atractividad y potencialidad debido a un patrimonio cultural y centro histórico mejor conservado de América Latina.

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf

71%

Es una ciudad con una encantadora actividad cultural; es además región de hermosas e históricas haciendas como Cusin, Pinsaqui y Chillo jijón .Existe también riqueza arqueológica recuperado o en recuperación como cochasqui, Tulipe, Cuartel Inca,

Pinsaqui. CITATION PLA07 \1 12298 (PLANDETUR-2020, 2007) Otavalo es la fuente de

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf

65%

la riqueza artesanal, folclore conocida a nivel nacional e internacional y una gran oferta y riqueza gastronómica como Hornado en Sangolquí, Biscochos de Cayambe, Locro de Papa en Guayllabamba, Cuyes en Ibarra, Chicha de Jora, Fritada en Atuntaqui, entre otros.

CITATION PLA07 \1 12298 (PLANDETUR-2020, 2007) El turismo cultural se ha convertido en uno de los factores más importantes de la economía Ecuatoriana, debido a su alto porcentaje de atractivo patrimonial que le caracteriza a cada pueblo atrayendo turistas de todas partes del mundo. Las provincias de

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf

100%

Pichincha, Azuay, Imbabura, Manabí, Cotopaxi, Loja, Pastaza, Guayas, Cañar, y el Oro

cuentan con un alto porcentaje de emprendimientos culturales dedicados al sector de artes Gráficas. Por lo tanto no es recomendable interferir en dichos sectores, pues existe suficiente oferta para la demanda existente. La productividad e innovación es el método que permitirá que nuevos emprendedores puedan ingresar a competir en el sector cultural, la innovaciones lo que va a marcar la diferencia. Para emprender en el sector cultural es necesario evaluar, primeramente, el sector al cual se va ingresar y luego realizar una planificación de la idea; esto permitirá visualizar de mejor manera su futuro.

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

Instances from: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 97%

El área urbana alberga destinos turísticos reconocidos por la UNESCO, como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca. Así mismo, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta han entrado en los últimos años en un proceso de renovación y modernización urbana que ofrece nuevos atractivos turísticos. Existe una amplia gama de ciudades intermedias que vinculan sus atractivos culturales con los naturales. Mientras que en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y

1: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 71%

0: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 97%

El área urbana alberga destinos turísticos reconocidos por la UNESCO como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca. Así mismo, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta han entrado en los últimos años en un proceso de renovación y modernización urbana que ofrece nuevos atractivos turísticos. Existe una amplia gama de ciudades intermedias que vinculan sus atractivos culturales con los naturales. Mientras que en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y

1: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 71%

se expresa en la variedad de sitios naturales y manifestaciones culturales, ubicados en sus cuatro mundos o regiones turísticas.

2: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

Antes de identificar, revisar y analizar los productos específicos del Ecuador, es preciso diferenciar entre lo que es un recurso y un producto.

3: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

Por lo tanto, es de considerar que solamente cuando un recurso se estructura para su uso y disfrute se convierte en producto. De esta manera, se define por

4: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

a una propuesta de viaje, estructurada desde los recursos, a la que se incorporan servicios turísticos - transporte, alojamiento, guías de viajes, etc. (Chías, 2003)

se expresa en la variedad de atractivos naturales y cultural es, ubicados en sus cuatro mundos o regiones turísticas: §

2: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

Antes de identificar, revisar y analizar los productos específicos del Ecuador, es preciso diferenciar entre lo que es un recurso y un producto.

3: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

Por lo tanto, es de considerar que solamente cuando un recurso se estructura para su uso y disfrute se convierte en producto. De esta manera, se define por

4: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

a una propuesta de viaje, estructurada desde los recursos, a la que se incorporan servicios turísticos - transporte, alojamiento, guías de viajes, etc- (Chías, 2003).

5: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

Unicidad: Valor del recurso por el hecho de ser único, ya sea en Ecuador, en América Latina, en el mundo. Valor Intrínseco: Valor de cada recurso dentro de su categoría. Carácter Local: Valor que recibe un recurso por ser característico de Ecuador. Notoriedad: Grado de conocimiento del recurso a nivel nacional o internacional. Concentración de la Oferta: Valor derivado de la concentración de más ofertas para realizar otras actividades turísticas dentro de la zona.

6: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

La Ruta del Sol , Montecristi ,La tierra del sombrero de paja toquilla , Cotacachi.

7: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 71%

Es una ciudad con una encantadora actividad cultural; es además región de hermosas e históricas haciendas como Cusin, Pinsaqui y Chillo jijón .Existe también riqueza arqueológica recuperado o en recuperación como cochasqui, Tulipe, Cuartel Inca,

5: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

Unicidad: Valor del recurso por el hecho de ser único, ya sea en Ecuador, en América Latina, en el mundo. * Valor Intrínseco: Valor de cada recurso dentro de su categoría. * Carácter Local: Valor que recibe un recurso por ser característico de Ecuador. * Notoriedad: Grado de conocimiento del recurso a nivel nacional o internacional. * Concentración de la Oferta: Valor derivado de la concentración de más ofertas para realizar otras actividades turísticas dentro de la zona.

6: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

La Ruta del Sol: Montecristi, la tierra del sombrero de paja toquilla. § Cotacachi,

7: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 71%

Es una ciudad con una interesante actividad cultural liderada por su Municipio. Es además región de hermosas e históricas haciendas como Cusín, Pinsaquí y Chillo Jijón. Existe también una gran riqueza arqueológica recuperada o en recuperación como Rumicucho, Cochasquí, Tulipe, Cuartel Inca. §

8: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 65%

la riqueza artesanal, folclore conocida a nivel nacional e internacional y una gran oferta y riqueza gastronómica como Hornado en Sangolquí, Biscochos de Cayambe, Locro de Papa en Guayllabamba, Cuyes en Ibarra, Chicha de Jora, Fritada en Atuntaqui, entre otros.

9: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

Pichincha, Azuay, Imbabura, Manabí, Cotopaxi, Loja, Pastaza, Guayas, Cañar, y el Oro

8: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 65%

la riqueza artesanal y folclore conocida a nivel nacional e internacional. Existe una gran riqueza y oferta gastronómica reconocida a nivel nacional como Hornado en Sangolquí, Biscochos de Cayambe, Locro de Papa en Guayllabamba, Cuyes en Ibarra, Chicha de Jora, Fritada en Atuntaqui, entre otros.

9: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf 100%

Pichincha, Azuay, Imbabura, Manabí, Cotopaxi, Loja, Pastaza, Guayas, Cañar y El Oro.