



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA E INGENIERO COMERCIAL

TÍTULO DEL PROYECTO

**LAS EMPRESAS PRIVADAS DEL CANTÓN MILAGRO, DEDICADAS A
PROMOVER EL TURISMO, FRENTE A LA INNOVACIÓN TURÍSTICA.**

Autores:

Stefani Eliana Solis Terranova

Irvin Andrés Vallejo González

Tutor:

Ab. Elicza Ziadet

Milagro, Noviembre del 2015

MILAGRO - ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativa y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de " **LAS EMPRESAS PRIVADAS DEL CANTÓN MILAGRO, DEDICADAS A PROMOVER EL TURISMO, FRENTE A LA INNOVACIÓN TURÍSTICA**", presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniería Comercial.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los egresados:

Stefani Eliana Solis Terranova

CI. 1207769843

Irvin Andrés Vallejo González

CI. 0923606941

TUTOR

Abg. Elicza Ziadet Bermúdez

CI. 090802706

DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la presente los Sres. Irvin Andrés Vallejo González Y Stefani Eliana Solis Terranova, autores de la investigación, declaramos ante el Consejo Directivo de la Facultad Ciencias Administrativa y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que esta referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución Nacional o Extranjera.

Milagro, Octubre del 2015

Stefani Eliana Solis Terranova
CI. 1207769843

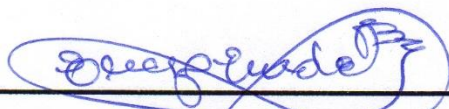
Irvin Andrés Vallejo González
CI. 0923606941

Abg. Elicza Ziadet Bermúdez
CI. 0908027063

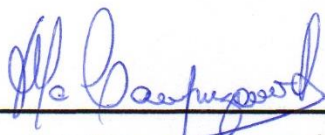
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención de INGENIERA E INGENIERO COMERCIAL otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]



AB. ZIADET BERMUDEZ ELICZA
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



ING. CAMPUZANO RODRIGUEZ MARIA
PROFESOR DELEGADO



LIC. ZAMBRANO BURGOS MAGYURI
PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado con mucho amor, esmero, perseverancia, a Dios que me ha dado la vida, salud, energía, sabiduría y la fuerza para poder culminar mis metas propuestas.

A mis padres Reynaldo Solis y Juana Terranova que han sido ayuda idónea en todo este transcurso de tiempo, con su paciencia, cada consejo que me dieron cuando más lo necesitaba, su apoyo incondicional, adonde día a día lleno de mucho cariño y amor llenaron esas ganas y entusiasmo de superarme.

A mi pequeña hermana Coraima Solis es la inspiración por el cual seguir luchando, y a mi novio Irvin Vallejo por los momentos únicos que hemos pasado en toda esta etapa Universitaria a donde ha sido un pilar muy importante en mi vida.

A mis maestros que fueron mis segundos padres, que sin ellos no hubiera culminado mis estudios, gracias a sus conocimientos impartidos serán la base las cuales me ayudaran en mis funciones laborales y pondré en práctica lo sabiamente aprendido.

Stefani Solis

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado con mucho amor, esmero, perseverancia, a Dios que me ha dado la vida, salud, energía, sabiduría y la fuerza para poder culminar mis metas propuestas.

A mis padres Ángel Vallejo y Julia González que han sido ayuda idónea en todo este transcurso de tiempo, con su paciencia, cada consejo que me dieron cuando más lo necesitaba, su apoyo incondicional, donde día a día lleno de mucho cariño y amor llenaron esas ganas y entusiasmo de superarme.

A mi pequeña hermana Evelyn Vallejo que es la inspiración por el cual seguir luchando, y a mi novia Stefani Solis por los momentos únicos que hemos pasado en toda esta etapa Universitaria la cual ha sido un pilar muy importante en mi vida.

A mis maestros que fueron mis segundos padres, que sin ellos no hubiera culminado mis estudios, gracias a sus conocimientos impartidos serán la base las cuales me ayudaran en mis funciones laborales y pondré en práctica lo sabiamente aprendido.

Irvin Vallejo

AGRADECIMIENTO

Ante todo nuestro profundo agradecimiento a Dios por darnos la fuerza y sabiduría para poder cumplir nuestras metas propuestas, a nuestros padres por ser los pilares fundamentales en nuestras vidas, que estuvieron a nuestro lado brindándonos su apoyo incondicional.

A la Abg. Elicza Ziadet Bermúdez, quien nos ha compartido sus sabios conocimientos, y a los demás maestros que estuvieron ahí brindándonos sus apoyos y conocimiento que supieron compartir cada momento durante toda esta etapa universitaria.

A la Universidad Estatal De Milagro, sobre todo a la Facultad De Ciencias Administrativas y Comerciales, por abrirnos la puerta de tan prestigiosa institución y darnos la oportunidad de superarnos y alcanzar nuestras metas propuestas.

**Stefani Eliana Solis Terranova
Irvin Andrés Vallejo González**

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR


Ingeniero

Fabricio Guevara Viejó, Mae.

Rector De La Universidad Estatal De Milagro

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a entregar de la cesión de derecho del autor del trabajo realizado como requisito previo para obtención de mi título tercer nivel, cuyo tema fue " LAS EMPRESAS PRIVADAS DEL CANTÓN MILAGRO, DEDICADAS A PROMOVER EL TURISMO, FRENTE A LA INNOVACIÓN TURÍSTICA", y que corresponde a la Facultad De Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, octubre del 2015



Irvin Andrés Vallejo González
Ci. 0923606941



Stefani Eliana Solis Terranova
Ci. 1207769843

ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO	I
CERTIFICADO DE ACEPTACION DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	III
CERTIFICACION DE LA DEFENSA	IV
DEDICATORIA	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
CESION DE DERECHOS DE AUTOR.....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE CUADROS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
ANEXOS	XVI
RESUMEN	XVII
PALABRAS CLAVES:	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
KEYWORDS HIGHLIGHTS:	XVIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
1. EL PROBLEMA.....	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1. Problematización	2
1.1.2. Delimitación Del Problema	3
1.1.3. Formulación Del Problema	4
1.1.4. Sistematización Del Problema.....	4
1.1.5. Determinación Del Tema	4
1.2. OBJETIVOS.....	4

1.2.1. Objetivo General.....	4
1.2.2. Objetivos Específicos	5
1.3. JUSTIFICACIÓN	5
1.3.1. Justificación de la Investigación.....	5
CAPÍTULO II.....	6
2. MARCO REFERENCIAL.....	6
2.1. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.1. Antecedentes históricos.....	6
2.1.2. Antecedentes referenciales	11
2.1.3. Fundamentación	15
2.2. MARCO LEGAL	19
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	23
2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES	25
2.4.1. Hipótesis General	25
2.4.2. Hipótesis Particulares	25
2.4.3. Declaración de variables	25
2.4.4. Operacionalización de las variables	26
CAPÍTULO III.....	29
3. MARCO METODOLÓGICO	29
3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	29
3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	31
3.2.1. Delimitación de la población	32
3.2.2. Tipo de muestra.....	32
3.2.3. Tamaño de la muestra	32
3.2.4. Proceso de selección.....	32
3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	33
3.3.1. Métodos teóricos	33
3.3.2. Métodos empíricos	33
3.3.3. Técnicas e instrumentos.....	33
3.4. PROPUESTA PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN .	34

CAPÍTULO IV.....	35
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	35
4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	35
4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS 51	
4.3. RESULTADOS	52
4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	53
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES	56
BIBLIOGRAFÍA	57
ANEXOS	60

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1.	
MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	27
CUADRO 2.	
PROMEDIO DE EDAD DE LOS ENCUESTADOS	35
CUADRO 3.	
PROMEDIO DE LOS DUEÑOS DE LAS EMPRESAS PRIVADAS QUE PROMUEVEN EL TURISMO POR SEXO	37
CUADRO 4.	
PROYECTOS DE INNOVACIÓN	38
CUADRO 5.	
OPINIÓN SOBRE LAS INVERSIONES DE INNOVACIÓN	39
CUADRO 6.	
OPINIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS CON RELACIÓN A SU CRECIMIENTO	40
CUADRO 7.	
LOS EMPRESARIOS LOCALES QUE PROMUEVEN EL TURISMO POSEEN UNA VISIÓN EMPREDEDORA	41
CUADRO 8.	
DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS CON RELACIÓN A LA INNOVACIÓN TURÍSTICA.....	42
CUADRO 9.	
LOS EMPRESARIOS DEBEN SABER SOBRE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA QUE ACTUALMENTE SE ESTÁ APLICANDO EN LOS MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES.....	43
CUADRO 10.	
MILAGRO HA TENIDO ALGÚN TIPO DE INNOVACIÓN TURÍSTICA EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS	44

CUADRO 11.	
ESTABLECIMIENTO QUE SE HAN OBSERVADO ALGÚN CAMBIO O TIPO DE INNOVACIÓN	45
CUADRO 12.	
LA INNOVACIÓN TURÍSTICA ATRAE A LOS HABITANTES Y VISITANTES AL CANTÓN MILAGRO ..	46
CUADRO 13.	
LA INNOVACIÓN QUE HAN REALIZADO ALGUNAS EMPRESAS TURÍSTICAS HA REPERCUTIDO EN LA VISITA DEL TURISTA	47
CUADRO 14.	
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	48
CUADRO 15.	
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	49
CUADRO 16.	
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	50
CUADRO 17.	
VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	53

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.	
MAPA DEL CANTÓN MILAGRO.....	4
FIGURA 2.	
UBICACIÓN DEL CANTÓN MILAGRO EN EL ECUADOR Y EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS.....	31
FIGURA 3.	
PROMEDIO DE EDAD DE LOS ENCUESTADOS	36
FIGURA 4.	
PROMEDIO DE LOS DUEÑOS DE LAS EMPRESAS PRIVADAS QUE PROMUEVEN EL TURISMO POR SEXO.....	37
FIGURA 5.	
PROYECTO DE INNOVACIÓN	38
FIGURA 6.	
OPINIÓN SOBRE LAS INVERSIONES DE INNOVACIÓN	39
FIGURA 7.	
OPINIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS CON RELACIÓN A SU CRECIMIENTO	40
FIGURA 8.	
LOS EMPRESARIOS LOCALES QUE PROMUEVEN EL TURISMO POSEEN UNA VISIÓN EMPREENDEDORA	41
FIGURA 9.	
DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS CON RELACIÓN A LA INNOVACIÓN TURÍSTICA.....	42
FIGURA 10.	
LOS EMPRESARIOS DEBEN SABER SOBRE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA QUE ACTUALMENTE SE ESTÁ APLICANDO EN LOS MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES.....	43

FIGURA 11.	
MILAGRO HA TENIDO ALGÚN TIPO DE INNOVACIÓN TURÍSTICA EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS	44
FIGURA 12.	
ESTABLECIMIENTO QUE SE HAN OBSERVADO ALGÚN CAMBIO O TIPO DE INNOVACIÓN	45
FIGURA 13.	
LA INNOVACIÓN TURÍSTICA ATRAE A LOS HABITANTES Y VISITANTES AL CANTÓN MILAGRO ..	46
FIGURA 14.	
LA INNOVACIÓN QUE HAN REALIZADO ALGUNAS EMPRESAS TURÍSTICAS HA REPERCUTIDO EN LA VISITA DEL TURISTA	47

ANEXOS

ANEXO 1.	
MATRIZ DE LA PROBLEMATIZACIÓN.....	61
ANEXO 2.	
ÁRBOL DEL PROBLEMA.....	63
ANEXO 3.	
FORMATO DE ENCUESTA	64
ANEXO 4.	
FORMATO DE ENTREVISTA	66
ANEXO 5.	
FOTOS ENCUESTAS	67
ANEXO 6.	
FOTOS ENTREVISTAS	67
ANEXO 7.	
REALIZANDO INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.....	68
ANEXO 8.	
CERTIFICADO DE PLAGIO - URKUND	69

RESUMEN

La innovación con relación al sector turístico ha renovado la fachada en todo el mundo, así mismo en el Ecuador, gracias a sus atractivos turísticos innovadores han aumentado turistas y por ende más ingresos económicos y de inversión en el País, es por eso que en nuestro Cantón nos urge la necesidad de realizar un estudio de las empresas privadas dedicadas a promover el turismo del Cantón Milagro, frente a la innovación turística.

En el Cantón Milagro se puede observar un crecimiento turístico empresarial, pero a simple vista se aprecia que la innovación al momento de crear un establecimiento ha sido un factor importante que muchos empresarios no han tomado en cuenta o simplemente han dejado pasar, por medio de esta investigación se va a encontrar los parámetros del porque existe un crecimiento turístico empresarial repetitivo.

Los empresarios locales poseen una visión emprendedora al momento de obtener una idea para crear una empresa en el área turística, pero muchos de ellos no se actualizan, han realizado innovaciones o cambios empíricamente pero no saben cuáles son los beneficios que dan las nuevas normas que aplica el mercado turístico y por la falta de conocimiento se han perjudicado sus negocios los cuales han llegado a el cierre parcial o total de sus establecimientos por la falta de ingresos que han decaído.

Muchos de los cambios e innovaciones que han realizado en las empresas que promueven el turismo inciden en la visita tanto de los habitantes como en los turistas.

Se van a formular hipótesis con respecto a la problemática, esto dará paso a estar más cerca de la solución y así poder sacar las conclusiones y recomendaciones respectivas para beneficio del tema que es investigado para mejorar la calidad de turismo en el Cantón Milagro.

PALABRAS CLAVES:

Ecuador, Innovación, Turismo, Ingresos, Inversión, Habitantes, Turistas, Milagro, Empresas.

ABSTRACT

Innovation in relation to the tourism sector has renovated the facade around the world, also in Ecuador, thanks to its innovative attractions have increased tourists and therefore more income and investment in the country, is why in our Cantón urges us the need for a study of private companies engaged in promoting tourism in the Cantón Milagro, opposite the tourist innovation.

In the Cantón Milagro you can see a business tourism growth, but at first glance shows that innovation when creating an establishment has been a major factor that many entrepreneurs have not taken into account or have simply missed, through this research is to find parameters because there is a repetitive business tourism growth.

Local entrepreneurs have an entrepreneurial vision when getting an idea to create a company in the tourist área, but many of them are not updated, changes or changes have been made empirically but do not know what benefits they give the new rules apply the tourist market and the lack of knowledge have harmed their businesses which have come to the partial or total closure of their establishments by the lack of income have declined.

Many of the changes and innovations that have been made in companies that promote tourism affect the visit both residents and tourists.

They are to formulate hypotheses regarding the problems, this will give way to be closer to the solution so you can draw the respective conclusions and recommendations for the benefit of the subject being investigated to improve the quality of tourism in the Cantón Milagro.

KEYWORDS HIGHLIGHTS:

Ecuador, Innovation, Tourism, Income, Investment, Inhabitants, Tourists, Milagro, Business.

INTRODUCCIÓN

La innovación con relación al sector turístico ha renovado la fachada en todo el mundo, así mismo en el Ecuador, gracias a sus atractivos turísticos innovadores han aumentado turistas y por ende más ingresos económicos y de inversión en el País, es por eso que en el Cantón nos urge la necesidad de realizar un estudio de las empresas privadas dedicadas a promover el turismo del Cantón Milagro, frente a la innovación turística. La investigación se ha dado en cuatro capítulos, el primero contiene la problemática, el segundo presenta el marco teórico donde se constituyen los fundamentos científicos de la investigación.

En el tercer capítulo se presenta el marco metodológico, donde se estableció la población y la pequeña muestra seleccionada a las empresas privadas relacionadas a promover el turismo del Cantón, la cual se realizó 294 encuestas.

De esta fase se dio paso para el cuarto capítulo en donde se presenta los resultados de las encuestas es decir las principales causas sobre la participación de las empresas privadas frente a la innovación turística en el Cantón Milagro, conjuntamente de la misma manera se realizaron varias entrevistas, adonde se determinó que en la Cantón de Milagro no existe lugares innovadores turísticos es por ende que los habitantes y turistas no les atrae visitar el Cantón sin embargo las empresas privadas que promueven el turismo no tienen la necesidad de competir.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización

En el Ecuador en estos últimos años, tanto las empresas públicas como privadas han direccionado hacia la innovación en diferentes áreas.

El gobierno actual y las empresas privadas, están consiente que el desarrollo de la ciencia, los avances de la tecnología y la innovación son trascendental para el avance de las sociedades; sin dejar de lado la preocupación y el impulso por el talento humano, la educación de la población, la igualdad social, el acceso a nuevas tecnologías y el desarrollo de nuevos emprendimientos. Se agrega a ello, la nueva matriz productiva que tiene como base el conocimiento, la ciencia, la tecnología y la innovación.

“El fin último de la innovación no debe ser la maximización de utilidades sino generar una economía que permita satisfacer necesidades, garantizar derechos y potenciar capacidades individuales, colectivas y territoriales”. (Ramirez, 2014)

En relación con empresas privadas del área turística, se ha venido trabajando en proyectos que apuestan en la innovación, los cuales aportaran beneficios, sabiendo que existirá una rentabilidad favorable tanto como para los ciudadanos como para el país. A nivel internacional, el Ecuador se ha visto como una nación con oportunidades de realizar turismo y de progresar e invertir en la creación de empresas innovadoras que promuevan el turismo aunque todavía no en gran magnitud, pero, el gobierno ecuatoriano trabaja para poder ser reconocido como un país de innovación y llame la

atención de empresas internacionales para que inviertan en el Ecuador y de esta manera, fomentar el turismo.

En la provincia del Guayas las universidades son el mayor motor para entusiasmar a los estudiantes a liberar su mente y aumentar su imaginación a la creación de proyectos innovadores que beneficien al turismo de la provincia y a raíz de esto genere mayores ingresos con la visita de extranjeros, para que conozcan de estos proyectos y así puedan invertir en crear empresas que ayuden a impulsar el turismo en la provincia.

En el Cantón Milagro la falta de innovación es notable, a plena vista se puede notar que los negocios, lugares turísticos, etc., son muy parecidos por lo que pierde el encanto. Las personas que habitan fuera de la ciudad al momento de visitarla se dan cuenta que no existen lugares novedosos donde se pueda hacer turismo.

Las empresas privadas dedicadas al turismo, deben ser innovadoras y comprometerse con el desarrollo empresarial y el de la sociedad.

1.1.2. Delimitación Del Problema

El presente trabajo está dedicado a la investigación sobre las empresas privadas dedicadas a promover el turismo frente a la innovación turística en el Cantón Milagro.

País	:	Ecuador
Región	:	Costa
Provincia	:	Guayas
Cantón	:	Milagro
Sector	:	Turístico Empresarial
Área	:	Administrativa- Comercial



Figura 1. Mapa del Cantón Milagro

1.1.3. Formulación Del Problema

¿De qué manera incide las empresas privadas dedicadas a promover el turismo frente a la innovación turística en el Cantón Milagro?

1.1.4. Sistematización Del Problema

- 1.- La visión emprendedora de los empresarios de Milagro ¿Cómo influye en la inversión de proyectos innovadores en el área turística?
- 2.- ¿Qué están haciendo los empresarios para contribuir en la innovación del turismo local?
- 3.- ¿En qué medida favorece la innovación, al turismo del cantón?
- 4.- La innovación en turismo ¿Cómo incide en el turista?

1.1.5. Determinación Del Tema

Estudio de las empresas privadas dedicadas a promover el turismo del Cantón Milagro, frente a la innovación turística.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

Analizar las empresas privadas dedicadas a promover el turismo del Cantón Milagro, frente a la innovación turística, aplicando el método científico para saber cómo incide en la economía del cantón

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Determinar como la inversión de proyectos de innovación en turismo influye en la visión emprendedora de los empresarios de Milagro.
2. Diagnosticar como el desempeño de los empresarios locales incide en la innovación de sus empresas.
3. Estudiar de qué manera favorece la innovación a las empresas del Cantón.
4. Analizar como incide la innovación turística, en el turista.

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1. Justificación de la Investigación

La innovación es una parte muy fundamental en el crecimiento de un país, y en la parte turística, es la que lo identifica. En el Cantón algunas empresas que promueven el turismo han ido innovando y realizando cambios adecuados a la época en cambio otros simplemente se dedican a conservar lo que tienen.

El propósito que se especifica en este proyecto es sobre las empresas privadas dedicadas a promover el Turismo frente a la innovación turística que cada empresario ha realizado en sus establecimientos en el Cantón Milagro, para esto se efectuaran métodos de investigación como los son las encuestas y entrevistas respectivas para obtener información necesaria que aclare el problema que se está investigando.

De esta manera se podrá saber cómo incide esta problemática tanto en el cantón como en las empresas y así poder tomar medidas para el beneficio de todos.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes históricos

A partir de los años cuarenta y cincuenta se ha venido dando el principio o también llamada teoría de la innovación el cual abarca todo aspecto sea este empresarial, económico, social, empresarial, etc., esta teoría fue propuesta por el francés Gabriel Tarde y los antropólogos Friedrich Ratzel y Leo Frobenius los cuales pretendían explicar cómo y a qué velocidad se mueven las nuevas ideas tecnológicas a través de las nuevas culturas y nuevas generaciones.

Gracias a la teoría propuesta en 1962 el sociólogo Everett Rogers publicó un libro llamado Diffusion of Innovations, la cual fue una tesis de su doctorado la cual proponía cuatro elementos que son:

- La innovación misma
- Los canales de comunicación empleados para la difusión
- El tiempo de difusión de la innovación
- El sistema social donde se difunde la innovación (Rogers, 2014)

La evolución ha ido innovando de acuerdo a las necesidades que el ser humano, animal y vegetal tengan para mejorar su estancia y han ido cambiando de acuerdo al pasar de los años. Los procesos de innovación en la historia de la humanidad han sido un factor que ha hecho posible la creación de una sociedad moderna, industrializada y compleja, y se han constituido como una influyente fuente de poder entre las naciones del mundo. (Berumen, 2008)

La innovación constituye un proceso económico y empresarial. Consiste en un cambio creativo asentado sobre la experiencia adquirida. La innovación, por paradójico que

parezca, se asienta sobre la tradición y por esta razón cualquier empresa pequeña o grande, opere o no en un sector de alta tecnología, puede ser protagonista en ella. (Nuria López Mielgo, 2007)

La innovaciones un proceso complejo, en el que intervienen multitud de factores, funciones, individuos, recursos, unidades y disciplina. Kanter (1988) identifica cuatro características distintas de la innovación que ilustra esta complejidad que son:

- ✚ En primer lugar, se trata de un proceso incierto y difícil de estructurar previamente; la fuente de la innovación puede ser impredecible, el desarrollo puede ser caótico y los resultados difíciles de anticipar.
- ✚ En segundo lugar, es un proceso intensivo en conocimiento e información; se generan nuevos conocimientos y una necesidad de aprendizaje de estos conocimientos.
- ✚ En tercer lugar, es un proceso controvertido y arriesgado; destinar recursos y tiempo a la innovación comporta riesgos.
- ✚ Por último, es un proceso Interfuncional, que requiere la participación de distintos individuos, unidades o departamentos.

La innovación es además compleja en la medida en que depende mucho del contexto donde se produce y de las variables que influyen. (Ballart, 2001)

Smith considera la innovación como una función de gran trascendencia económica, y de igual modo, Say llama la atención sobre la necesidad de que el agente empresarial introduzca innovaciones. Por otro lado aquel que no innova vera disminuidas sus posibilidades de mantenerse en el mercado. (Carrasco, 2002)

Es importante destacar que cuando hablamos de innovación, no nos referimos a innovación en un sentido estricto de producto o servicio, sino de innovación en un sentido mucho más amplio que abarca conceptos, estrategias, procesos, productos, servicios, modelos de negocios. (Béjar, 2012) Cada vez se hace más notable, a nivel mundial, la relación directa entre la dinámica económica y el nivel de innovación de las empresas, las regiones y los países. (Varela, 2001)

La innovación ha dado buenos resultados así como malos resultados por mejorar la vida del ser humano, no toda innovación tiene un resultado positivo, algunas

comprometen al ecosistema dañándolo de forma progresiva como por ejemplo la tala de árboles, el uso inadecuado de agua, etc.

Durante los últimos años se han visto cambios significativos como la mejora del internet, las diferentes gamas de telefonías celulares, la mejora del GPS y el poder de ubicación que posee y así un sinnúmero de innovaciones que se han venido realizando.

La innovación ha permitido que las empresas conviertan las ideas en productos para mejorar, avanzar y desarrollarse; al mismo tiempo han conseguido transformar y aumentar la calidad de vida de las personas en aspectos como; vivienda, transporte, comunicaciones, salud, ocio, etc. (ESCUADERO, 2010)

Debido a un deterioro que ha sufrido el planeta con sus recursos naturales, cualquier tipo de persona, empresa, ciudad o país que desea realizar cualquier tipo de innovación no solo se debe enfocar en el aspecto económico sino también en el aspecto ecológico y deben cuidarlo, si su proyecto tiene que ver con naturaleza, este debe generar el menor impacto posible para su contaminación.

Toda inversión de recursos tiene como finalidad producir directa o indirectamente bienes y/o servicios para satisfacer necesidades concretas, esas necesidades pueden o no estar respaldadas por medios de cambio (moneda). (Díaz, 2010). Cuando una empresa decide invertir en innovación, normalmente crea un equipo de trabajo que se dedique íntegramente a ese proyecto de innovación, que defina los objetivos de la innovación, que planifique la manera de conseguirlos, que ejecute el proceso y que, finalmente, culmine con éxito en una nueva innovación, en un nuevo producto, servicio o proceso. (Villaverde, 2006)

La mayoría de las empresas que ofrecen los servicios turísticos se encuentran en el país de destino del turismo, por ello el desarrollo de la actividad turística tiene una gran incidencia sobre la economía de los países de destino del turismo. El gasto que los turistas extranjeros realizan en el país de destino acaba remunerando a los individuos y a las empresas que intervienen en las actividades turísticas. (Morcillo, 2004)

Hace algunas décadas se ha venido generando en mayor magnitud la innovación turística para generar beneficios al país donde se pretenda realizar estos proyectos, algunos beneficios son:

- Contribuyen al desarrollo de la economía
- Estimula inversiones en el país
- Crece la movilidad de las personas, creciendo su gasto
- Realza economías deprimidas
- Mejora el entorno natural

La innovación con respecto al sector turístico ha sido de gran importancia y ha mejorado el aspecto de muchos países que antes no eran de gran relevancia, pero ahora gracias a sus atractivos turísticos innovadores han aumentado turistas y por ende más ingresos económicos y de inversión en sus tierras.

Muchos lugares que hoy en día son reconocidos a nivel mundial, en sus inicios eran lugares abandonados, para contrarrestar este problema se ha venido fomentando proyectos de innovación en el área turística, evitando que lugares con naturaleza atractiva, con mucho tiempo de antigüedad se destruyan o se deterioren, gracias a estos proyectos se ha mejorado estos lugares y muchos de ellos son ahora parte de la lista de las maravillas del mundo.

El Banco Interamericano de Desarrollo ha decidido apoyar e invertir en proyectos de innovación turística respaldándolo en el diseño y la implementación de políticas a empresas que se dediquen a fomentar el turismo como en la adopción de nuevas tecnologías de gestión y transferencias del conocimiento con el objetivo de mejorar el desempeño de las empresas y seas más eficientes y eficaces. (Desarrollo)

En el Ecuador en los últimos han venido proponiendo y realizando proyectos de innovaciones tecnológicas, educativas, sociales, culturales, financieras y turísticas para mejorar el aspecto y la visión que poseen otros países del nuestro.

La mayoría de instituciones financieras apoyan financieramente a la innovación y el sector turístico es uno de ellos siempre y cuando ellos decidan si son rentables después de una serie de revisiones, el turismo es la de ser una actividad industrial, conlleva a dos componentes esenciales: Economía y Producción. (Cavassa, 2009)

El turismo del Ecuador creció al 14,2%, mientras que la mayoría de países creció el 5%, esto nos ubicó hasta el momento en el segundo país de mayor crecimiento en Latinoamérica y entre los diez de mayor proyección del mundo, gracias a los proyectos con excelente calidad de innovación las cuales fueron avalados por el gobierno ecuatoriano y ayudaron a que el Ecuador crezca turística y financieramente.

ANTECEDENTES DE MILAGRO

Milagro fue habitada hace miles de años por una cultura llamada Cayapa-Clorado las cuales también ocuparon provincias como los ríos, hecho descubierto por el arqueólogo Julio Viteri Gambia.

El Cantón Milagro posee este nombre gracias a San Francisco de Asís el cual hizo un milagro, curó a la mujer de un oidor de la real audiencia de Quito y gracias a esto se solicitó que se fundara una villa con el nombre de San Francisco de Milagro y así se conoce hasta la actualidad, es legalmente Cantón el 17 de septiembre de 1913. (Guayas, 2015)

ASPECTO ECONOMICO

El avance del Cantón ha llevado al mismo dentro de la lista del Guayas a pertenecerle el segundo lugar dentro del desarrollo económico, básicamente los niveles de producción y financieros han subido significativamente.

En el aspecto económico la ciudad de Milagro han generado ingresos en la parte comercial y cada vez se generan ideas de negocios, pero estos no son innovadores, se ponen el mismo local a lado de uno ya posesionado, y en el sector turístico pasa de la misma manera, a simple vista los lugares de recreación no son muy llamativos y no se han generado buenos ingresos en este aspecto.

Con respecto al Cantón Milagro y los proyectos de innovación que ha tenido por medio del GAD's Municipal han sido muy claras, se han creado nuevos parques de recreación familiar, centros de recreación deportiva, proyectos de mejoramiento con respecto al sector comercial como la bahía y ahora la construcción de un nuevo terminal terrestre.

2.1.2. Antecedentes referenciales

TITULO DEL PROYECTO:

Creación e implementación de un centro innovador de comercialización del mango en el Cantón Milagro.

Proyecto de grado previo a la obtención del título de:

Economista

Autores: Cabezas Cabezas Roberto Fernando, Verdugo Arcos Narcisa Pamela

Fuente: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/266>

Resumen:

El trabajo de esta propuesta está basado en la creación e implementación de un centro innovador de comercialización del mango que será ubicada en la zona céntrica del Cantón Milagro en las calles Veinticuatro de Mayo entre Manabí y Miguel Valverde, esta idea nace del constante interés que tiene los agricultores en la innovación de la fruta, para aprovechar todos y cada uno de los recursos con los que cuenta para obtener una cosecha productiva de dicho producto, y a su vez incrementar sus beneficios económicos dando como resultado un mejoramiento en su estilo de vida de los mismos, al comercializar directamente con la agroindustria sin embargo, ellos están sujetos a trasladarse fuera de la ciudad para adquirirlos es por esto que se nace esta propuesta.

Este trabajo está distribuido por cinco capítulos que componen todo por el proyecto, se detalla minuciosamente la problemática sus causas, efectos objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, se establece una pequeña reseña histórica sobre esta actividad comercial, además se encontrara toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo encontrándose su respectiva hipótesis y variables.

Seguidamente se desarrolló el marco metodológico donde se identificó que el estudio de clase no probabilística, determinando el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se utilizó la herramienta investigativa conocida como dirigida a los agricultores Milagreños para comprobar si tendrá aceptación y poder satisfacer las expectativas de los consumidores, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados

es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se constató que la mayoría de los agricultores le interesa la propuesta. Información relevante para afianzar con certeza la propuesta, donde se detalla todo lo concerniente al “centro innovador de comercialización del mango”, que es un soporte fundamental para el desenvolvimiento adecuado de las actividades en función de la innovación de la fruta mango.

También se realizó un detalle de gastos y la inversión total de esta propuesta, logrando con este trabajo tener un beneficio propio. Después de todo lo antes expuesto esperamos que el trabajo cubra con sus exigencias y expectativas para emitir un buen criterio sobre lo tratado y cumplir con un requisito previo a la obtención del título de tercer nivel. (Cabezas Cabezas, 2012)

TITULO DEL PROYECTO:

Estudio de factibilidad para la implementación de una oficina dedicada a ofertar servicios de asesoría administrativa financiera, tecnológica y mercadotécnica para contribuir con la innovación y desarrollo de las Mi Pymes de la zona céntrica del Cantón Milagro.

Proyecto de grado previo a la obtención del título de:

Ingeniería Comercial

Autores: Gamboa Poveda Jinsop Elías, Delgado González Jessica Carolina, Guevara Macías Washington Olivo

Fuente: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1191>

Resumen:

EL presente proyecto tiene como finalidad de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de impulsar el desarrollo e innovación de MIPYMES en la zona céntrica del Cantón Milagro con el afán de promover el turismo, disminuir el desempleo y desarrollar nuevos negocios que generan un impulso comercial en el cantón, para ello está analizando la posibilidad de innovar las MIPYMES realizando estudios, planes de inversión y capacitación las mismas que promueven un alto nivel de desarrollo comercial. (Gamboa Poveda, 2013)

TITULO DEL PROYECTO:

Modelos de innovación para la mejor organización del departamento de recursos humanos en el área administrativa en empresas pymes.

Escuela Superior Politécnica de Litoral

Facultad de Economía y Negocios

Autores: Infante Quiroz María Del Carmen

Fuente: <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8835>

Resumen:

Este trabajo tiene como objetivo fortalecer el departamento de recursos humanos en el área administrativa a través de la integración de la tecnología, comunicación, formación, organización, y así puede recompensar un mejor servicio tanto a la empresa y los clientes ya su vez lograr objetivos tanto del departamento y la empresa en general. Una organización es un patrón de relaciones a través del cual las personas, bajo el mando de Gerentes persiguen objetivos comunes. Estas metas son un producto del proceso de toma de decisiones denominado Planificación.

Los objetivos que los gerentes desarrollan debido a una planificación tienden a ser ambicioso, de largo alcance y sin extremo fijo. A su vez, el objetivo es el desarrollo de innovaciones en el departamento de recursos humanos, para lo cual no hay tales problemas que a menudo ha llevado a algunas empresas a cerrar no sólo por falta de dinero, pero a veces la poca capacitación que los empleados tienen sobre el funcionamiento de la compañía.

Aquí es donde la investigación en la obtención de nuevas innovaciones en este campo, como se indicó anteriormente es el que se mueve la empresa. El valor dado a la investigación es que los empleados se sientan cómodos y satisfechos en su área de trabajo, por lo que hay una gran atención al cliente que es la segunda parte de gran importancia dentro de una organización. (Infante Quiroz, 2010)

TITULO DEL PROYECTO:

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC`s) en la lectoescritura

Proyecto De Grado, Previo A La Obtención Del Título De Licenciadas En Ciencias De La Educación

Mención: Educación Básica

Autores: Moreno Quinto Neoryery Margarita, Ángela Claribel Cabrera Villamar, Penélope Germania Bajaña Moreira

Fuente: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1676>

Resumen:

Nuevos vientos de innovación y mejoramiento soplan en la educación, dadas las bondades que ofrecen el revolucionario mundo de la tecnología, las cuales si son aplicadas con una planificada organización cumplen a cabalidad los objetivos de algún contenido de una clase. Esta visión se aborda en el presente proyecto cuyo interés se enmarca en una combinación entre las herramientas de la tecnología de la información y comunicación en el mejoramiento de la lectoescritura.

Aprender a leer, escribir de una manera correcta, es el reto que pretendemos lograr con la implementación de una manual de herramientas TIC's para los estudiantes de tercer año básico para que aprendan de una forma divertida e interactiva, dominen el uso de computadores, programas de complementación de palabras, ritmo y música a través del uso de videos, con la implementación en el aula de clases de una videoteca compuesta con historias, cuentos, reflexiones, pictogramas, lectura rápida, con ayuda de un proyector los niños disfrutaran de un aprendizaje agradable, que les estimula a aprender a leer y escribir; además de un cúmulo de actividades realizadas con ayuda de recursos tecnológicos como las cámaras fotográficas con las cuales los estudiantes pueden convertirse en fotógrafos, asumiendo roles dinámicos pueden escribir pequeñas notas, sin ocasionar sistemas rígidos hacen ejercicios de lectoescritura.

Por otra parte se presenta una actividad creativa donde los educandos practican haciendo videos aficionados con la puesta en escena de obras de teatro con guiones creados por ellos; Entonces poniendo a disposición un sinnúmero de técnicas participativas, actividades creadoras, recursos tecnológicos, se pone de manifiesto

una metodología innovadora que ha sido considerada para fines educativos; Abriendo un abanico singular de trabajo productivo donde los principales beneficiados son los niños quienes a pasos agigantados descubren el mundo del saber acordes a las era digital que les ha tocado vivir. (Moreno Quinto, 2013)

TITULO DEL PROYECTO:

Desarrollo de la innovación tecnológica en el Ecuador 2005 –2013

Tesis De Grado Previo La Obtención Del Título De:

Economista

Autores: Moscoso Miranda Henry Bernard

Fuente: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/123456789/1441>

Resumen:

Durante la última década no se evidencia desarrollo de la innovación tecnológica en Ecuador. La economía ecuatoriana sigue sosteniendo su crecimiento con las actividades de los sectores de agricultura, petróleo y demás sectores primarios. Por tanto, el presente estudio tiene el objetivo de identificar los factores relevantes que inciden en el desarrollo de la innovación tecnológica.

Para ello, se aplicó el método descriptivo y se analizó la situación del gasto en investigación y desarrollo, el capital humano y el comercio internacional de productos tecnológicos en el Ecuador, durante el período del año 2005 al 2013.

En conclusión el Ecuador carece de un sistema de innovación tecnológica. Existen bajos niveles de gasto en innovación y desarrollo destinados para innovaciones tecnológicas. Asimismo, se ha identificado que hay bajos niveles de importación de productos tecnológicos. También se tiene que existen pocas personas que se dedican a las actividades de ciencia y tecnología in Ecuador. (Moscoso Miranda, 2014)

2.1.3. Fundamentación

A nivel mundial existe mucha preocupación con respecto al nivel de innovación que cada país propone o realiza periódicamente, muchos de estos proyectos deterioran el medio ambiente y se van perdiendo áreas verdes, sitios turísticos o lugares de recreación importantes para la humanidad. En la mayoría de países existen lugares

con aspecto turístico comercial los cuales han sido abandonados, deteriorados, dañados por el tiempo o simplemente olvidados por la humanidad y no han generado en su tiempo una buena aceptación por parte de las personas que los han visitados.

La existencia de estos lugares abandonados estudiados por sus países correspondientes han puesto a pensar a todos que sería gran ayuda la reapertura de estos sitios turísticos comerciales, estos harían que muchas más personas sean atraídas por el nivel de belleza que reflejan.

Para esto se han planteado propuestas y proyectos con respecto a la innovación de estos sitios turísticos para que sean más atractivos a la vista y tengan mejor calidad de seguridad para beneficios de todos.

Fundamentación Científica

La innovación con respecto al turismo es una actividad que se realiza para poder visitar lugares nuevos donde no se conozca y a simple vista llame la atención, esto sucede con la mayoría de extranjeros, con los ciudadanos residentes sucede muchas veces todo lo contrario, los lugares turísticos y comerciales son los mismo de hace mucho tiempo.

La innovación posee elementos claves del su procesos como son el aprender, vigilar, capacitar, focalizar e implantar. (Jaime del Rey, 2008)

Existen fundamentos que las empresas utilizan al momento de realizar un nuevo proyecto las cuales desarrollen su innovación:

- Elaborar una estrategia de innovación
- Facilitar los recursos y desarrollar los procesos para innovar y hacerlo con base a la innovación abierta que se abre a múltiples agentes en un escenario en el que el mundo entero es proveedor y potencial cliente al mismo tiempo.
- Impulsar el aprendizaje multidireccional
- Vincular la innovación con resultados económicos y aceptación social y hacer que la innovación sea también sostenible.

La mayoría de estos lugares poseen un aspecto antiguo, conservador, y los que han sido remodelados tiene otra perspectiva desde cualquier punto de vista, se han adaptado los cambios que se han generado a nivel mundial con respecto al turismo y se pueden apreciar modernos, coloridos y llamativos.

Muchos de los cambios realizados a los lugares turísticos ha sido autofinanciados, esto quiere decir que cada ciudad del presupuesto total que el estado les da, sacan un porcentaje para que sea destinado a la renovación y mantenimiento de estos lugares.

Los tipos de innovación empleados en los diferentes lugares turísticos son los siguientes:

Innovación Turística: Es la reestructuración de un lugar que ha sido abandonado y a través de un proyecto de innovación, ha tenido una reapertura después de haber establecido cambios significativos.

Muchos de estos cambios han ayudado a que los países obtengan mayores ingresos al momento que los turistas ingresen al país en mayor magnitud.

Innovación Incremental: Se considera incremental cuando se crea un valor o cambio sobre un lugar o producto ya existente a las cuales se les añaden nuevas mejoras, esto comienza sobre una base conceptual y a partir de ahí se realizan una serie de procesos creativos enfocados a conseguir unos fines determinados, se utilizan diferentes técnicas creativas como brainstorming, sin ética, palabras al azar y mindmapping que componen un gran abanico para hallar posibilidades de innovación. No obstante la creatividad está determinada por un tiempo y un espacio.

Innovación Radical: Esta tipo de innovación se produce cuando se incorpora al mercado un producto o servicio que en sí mismo es capaz de generar una categoría que no se conocía antes, provocando cambios revolucionarios en todo los aspectos posibles y representa un punto de inflexión para las practicas existentes y se enfoca en la base de un concepto absolutamente nuevo.

Innovación Tecnológica: Es la transformación de una idea en un producto o equipo vendibles, nuevo o mejorado; en un proceso operativo en la industria o el comercio, o en una nueva metodología para la organización social, cubre todas las etapas científicas, técnicas, comerciales y financieras necesarias para el desarrollo y

comercialización exitosa del nuevo o mejorado producto, proceso o servicio social, examina la combinación de la innovación de producto proceso con las innovaciones organizacionales y de comercialización. (OECD, 2013)

Innovación Organizativa: Consiste en perseguir la mejora de los resultados de una empresa a través de la reducción de los costes administrativos, generar conocimiento, capital, tecnología y otros objetivos de posicionamiento para generar ventaja competitiva, mejorando el nivel de satisfacción en el trabajo facilitando el acceso a bienes no comercializados o reduciendo los costes de suministros que se utilizan para la renovación de un producto, bien servicio.

Innovación Comercial: Es un tipo de innovación el cual ocurre un cambio de cualquiera de las diversas variables de estrategias de marketing que utiliza una empresa para llamar la atención de ciudadanos y extranjeros.

Existen cursos que se realizan en el Ecuador como los congresos de investigación turística que se realizan cada año, La Secretaría de Turismo, a través del Instituto de Competitividad Turística (ICTur) y la Universidad Autónoma del Estado de México, a través de la Facultad de Turismo y Gastronomía convocan a participar en el Congreso de Investigación Turística Aplicada 2015, el XI Seminario Internacional de Estudios Turísticos, el VII Seminario Internacional de Investigación en Gastronomía y el XII Foro de Investigación Turística y Gastronómica, que se llevará a cabo en la ciudad de Toluca, Estado de México, del 17 al 19 de junio de 2015.

Objetivo:

Promover el encuentro de los diversos actores que realizan actividades de investigación aplicada y generar una reflexión crítica acerca de la innovación en el turismo y la gastronomía como estrategia capaz de generar transformaciones económicas, organizativas, tecnológicas, políticas, institucionales y educativas orientadas al logro de la sustentabilidad y el desarrollo local con objeto de propiciar un intercambio de conocimientos, experiencias y metodologías empleadas, así como de identificar los principales retos actuales y futuros en la materia.

1) Innovación en la formación profesional turística

Desarrollo de programas educativos innovadores, metodologías, experiencias y nuevas formas de vinculación enfocadas a la formación profesional turística.

2) Innovación en gestión de destinos turísticos.

Se refiere al desarrollo económico, social y cultural, a la transformación del trabajo y el empleo, uso e incorporación de mejores prácticas, TIC, nuevas tecnologías, metodologías para la gestión, gobernanza y equidad de género en los destinos turísticos.

3) Innovación en desarrollo de productos turísticos.

Este tema abarca el desarrollo de productos y/o servicios, los estándares de calidad en la prestación de los servicios, los medios para su comercialización y los esquemas de financiamiento disponibles para apoyar la operación de empresas turísticas.

4) Innovación en organizaciones turísticas

Proponer estrategias empresariales innovadoras que propicien el desarrollo sustentable de las empresas y su entorno.

5) Tendencias gastronómicas y su impacto en la innovación

Proponer elementos innovadores para el desarrollo de las nuevas tendencias y enfoques de la gastronomía como factor diferenciador del modelo turístico.

Los trabajos deberán reportar resultados de investigaciones científicas aplicadas en proceso o bien concluidas, que deberán ser originales y que tengan como fin la solución práctica a un problema concreto. No se aceptarán simples propuestas de investigación. (Turismo), 2015)

2.2. MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR DEL 2008

Título VII

RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

Capítulo primero

Inclusión y equidad

Art. 340.- El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

Art. 341.- El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad.

La protección integral funcionará a través de sistemas especializados, de acuerdo con la ley. Los sistemas especializados se guiarán por sus principios específicos y los del sistema nacional de inclusión y equidad social.

El sistema nacional descentralizado de protección integral de la niñez y la adolescencia será el encargado de asegurar el ejercicio de los derechos de niñas, niños y adolescentes. Serán parte del sistema las instituciones públicas, privadas y comunitarias.

Art. 342.- El Estado asignará, de manera prioritaria y equitativa, los recursos suficientes, oportunos y permanentes para el funcionamiento y gestión del sistema.

Sección octava

Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.

2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.
3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

Art. 386.- El sistema comprenderá programas, políticas, recursos, acciones, e incorporará a instituciones del Estado, universidades y escuelas politécnicas, institutos de investigación públicos y particulares, empresas públicas y privadas, organismos no gubernamentales y personas naturales o jurídicas, en tanto realizan actividades de investigación, desarrollo tecnológico, innovación y aquellas ligadas a los saberes ancestrales.

El Estado, a través del organismo competente, coordinará el sistema, establecerá los objetivos y políticas, de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo, con la participación de los actores que lo conforman.

Art. 387.- Será responsabilidad del Estado:

1. Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo.
2. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al sumak kawsay.
3. Asegurar la difusión y el acceso a los conocimientos científicos y tecnológicos, el usufructo de sus descubrimientos y hallazgos en el marco de lo establecido en la Constitución y la Ley.
4. Garantizar la libertad de creación e investigación en el marco del respeto a la ética, la naturaleza, el ambiente, y el rescate de los conocimientos ancestrales.
5. Reconocer la condición de investigador de acuerdo con la Ley.

Art. 388.- El Estado destinará los recursos necesarios para la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la innovación, la formación científica, la recuperación y desarrollo de saberes ancestrales y la difusión del conocimiento. Un porcentaje de estos recursos se destinará a financiar proyectos mediante fondos concursables. Las organizaciones que reciban fondos públicos estarán sujetas a la rendición de cuentas y al control estatal respectivo. (Ecuador, 2008)

Plan nacional del buen vivir

Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población.

3.1 Promover el mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios de atención que componen el Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social

3.1.a. Normar, regular y controlar la calidad de los servicios de educación, salud, atención y cuidado diario, protección especial, rehabilitación social y demás servicios del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social, en sus diferentes niveles, modalidades, tipologías y prestadores de servicios.

3.1.b. Regular y evaluar la incorporación de profesionales calificados, capacitados y especializados, según corresponda y con la pertinencia necesaria, en los sistemas nacionales de educación, salud, atención y cuidado diario, protección y asistencia a víctimas de violencia, rehabilitación social y demás servicios del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

3.1. c. Incentivar la implementación de procesos de desarrollo profesional, formación continua, evaluación, certificación y re categorización laboral para los profesionales de la educación y la salud y para los profesionales o técnicos de servicios de atención y cuidado diario.

3.1. d. Implementar procesos de estandarización y homologación, con pertinencia cultural, social y geográfica, de la infraestructura, el equipamiento y el mobiliario de los componentes del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

3.1. e. Implementar sistemas de calidad con estándares normalizados que faciliten la regulación, el control y la auditoría de los servicios que componen el Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

3.1. f. Promover la certificación, la acreditación, el licenciamiento y/o la autorización, según corresponda, de la prestación de servicios que componen el Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

3.1. g. Definir protocolos y códigos de atención para cada uno de los servicios que componen el Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

3.1. h. Definir la institucionalidad y la estructura orgánica necesaria para la operación de los sistemas de calidad de servicios sociales.

3.1. i. Reforzar o crear mecanismos de control social de la gestión y la calidad de los servicios que componen el Sistema Nacional de Inclusión y Equidad. (Vivir, 2013-2017)

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Contribución: Es un tributo que debe pagar el contribuyente o beneficiario de una utilidad económica, cuya justificación es la obtención por el sujeto o pasivo de un beneficio o de un aumento de valor de sus bienes como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento o ampliación de servicios públicos.

Desarrollo Económico: Crecimiento económico acompañado de cambios sustanciales en las estructuras económicas. Específicamente, supone un aumento de la magnitud del sector secundario de la economía, y la consiguiente disminución de la importancia relativa del sector primario.

Desempeño: Es el conjunto de conductas laborales del trabajador en el cumplimiento de sus funciones en un empresa determinada.

Economía: Ciencia que estudia los recursos, la creación de riqueza y la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas.

Empresa: Es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo universal así como sus necesarias inversiones.

Empresa Nacional: Empresa cuyo capital es propiedad de personas, físicas o jurídicas, residentes o establecidas en el país.

Empresa Privada: Empresa cuyo capital, administración y dirección, pertenecen a particulares que asumen los riesgos inherentes a la actividad mercantil con la finalidad de obtener beneficios.

Empresario: Es aquella persona que de forma individual o colectiva, fija los objetivos y toma las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas y asume la responsabilidad tanto comercial como legal frente a terceros.

Ingresos: Es el flujo de bienes o dinero percibido por una persona, una familia o una empresa en un periodo determinado con proveniencia en diferentes fuentes.

Ingresos Empresariales: Son los caudales que entran en poder de una persona o de una organización. Un sujeto puede recibir ingresos por su actividad laboral, comercial o productiva. (Valletta, 2006)

Innovación: Es el establecimiento de una nueva función de producción, la economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa. Sugiere que las invenciones e innovaciones son la clave del crecimiento económico y quienes implementan ese cambio de manera práctica son los emprendedores.

Innovación Financiera: Toda nueva técnica o constitución financiera que trata de facilitar el intercambio de bienes y servicios, el ajuste de deudas, o deudas o el aprovisionamiento de los productos de bienes y servicios con los recursos que requieren. No rara vez, ha sido el requisito previo para el éxito de una innovación técnica.

Inversión: Parte del ingreso utilizado en la adquisición de bienes de capital o destinados al incremento de las existencias, aplicación de recursos económicos con el objetivo de obtener ganancias en un determinado periodo.

Inversión Empresarial: Es el acto mediante el cual se usan ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo, se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo.

Inversión Privada: Todas las adquisiciones de bienes de capital efectuadas por los particulares, sean sociedades comerciales, civiles o personas.

Inversión Pública: Los gastos de inversión en servicios u obras públicas que realizan los organismos estatales.

Inversionista: Persona física o jurídica que utiliza sus disponibilidades económicas para adquirir acciones o títulos negociables en el mercado financiero.

Producción: Es la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicio, es decir, consiste en la creación de bienes o servicios y al mismo tiempo la creación de valor.

Proyectos Innovadores: Es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas a la creación de un elemento que llame la atención por sus diferentes y nuevas características.

Recreación: Es el uso del tiempo de una manera planeada para el refresco terapéutico del propio cuerpo y mente.

Sociedad Comercial Familiar: Sociedad de personas dedicadas a la actividad comercial cuyos miembros pertenecen a una sola familia, sociedad mercantil familiar. (Jasse Rolf, 2002)

Turismo: Según la Organización Mundial del Turismo, consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (una noche de estadía como unidad y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos).

2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1. Hipótesis General

Las empresas privadas dedicadas a promover el turismo inciden frente a la innovación turística en el Cantón Milagro

2.4.2. Hipótesis Particulares

1. La visión emprendedora de los empresarios de Milagro influye en la inversión de proyectos innovadores en el área turística.
2. El desempeño de los empresarios locales contribuye en la innovación de sus empresas.
3. La innovación tiene medidas que favorecen a las empresas del Cantón.
4. La innovación en el turismo incide en el turista.

2.4.3. Declaración de variables

Hipótesis general

Variable independiente: Las empresas privadas

Variable dependiente: La innovación turística

Hipótesis particular 1

Variable independiente: La visión emprendedora

Variable dependiente: Inversión de proyectos innovadores

Hipótesis particular 2

Variable independiente: Los empresarios locales

Variable dependiente: Innovación de empresas

Hipótesis particular 3

Variable independiente: La innovación

Variable dependiente: Empresas del Cantón

Hipótesis particular 4

Variable independiente: La innovación en turismo

Variable dependiente: El turista

2.4.4. Operacionalización de las variables

Cuadro 1. Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	CONCEPTO	INDICADORES
<p>Variable Independiente Innovación Turística</p>	<p>Reestructuración de un lugar que ha sido abandonado y a través de un proyecto de innovación, ha tenido una reapertura después de haber establecido cambios significativos.</p>	<p>Cantidad de proyectos de Innovación Turística (Encuestas)</p>
<p>Variable Dependiente Empresas Privadas</p>	<p>Empresas comerciales de inversores privadas, no gubernamentales, accionistas o propietarios.</p>	<p>Datos Estadísticos GAD (Entrevista)</p>
<p>Variable Independiente La Visión Emprendedora</p>	<p>Persona con clara visión de futuro, autoconfianza y capacidad de sacrificio.</p>	<p>Tipos, modelos de proyecto de innovación que haya en el cantón (Entrevista, Encuesta)</p>
<p>Variable Dependiente Proyecto Innovadores</p>	<p>Conjunto de actividades coherentes, que se llevan a cabo para poder cumplir un objetivo.</p>	<p>Cantidad de proyectos de Innovación Turística (Entrevistas, encuestas)</p>
<p>Variable Independiente Empresarios locales</p>	<p>Persona que crea, organiza, y dirige su misma empresa.</p>	<p>Números de personas de ocupación GAD (Entrevista)</p>
<p>Variable Dependiente Innovación de empresas</p>	<p>Es la mejora en el modelo de negocio que tiene una empresa.</p>	<p>Agenda de proyectos en el sector local (Entrevista)</p>

Variable Independiente Innovación	Es la creación o modificación de un producto y su introducción en el mercado.	Empresas Privadas que fomentan el turismo en el Cantón (Encuestas)
Variable Dependiente Empresas del Cantón	Es una empresa en la que la condición de socio se basa en su participación en los flujos reales ya sea como proveedor de consumidor o de producción.	Cantidad de empresas registradas y no registradas en el en GAD de Milagro (Entrevista, encuesta)
Variable Independiente Innovación turística	Restauración y conocimiento en detectar y actuar el cambio en mejora.	Agenda de proyectos en el Cantón GAD (Entrevista)
Variable Dependiente Turista	Persona que visita o recorre un país o lugar por placer.	Afluencia de visitantes (Encuestas)

Autores: Irvin Vallejo González y Stefani Solís Terranova

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Este método es muy esencial para nuestra investigación, a fin de lograr a definir, entender, y así poder adaptar las exigencias que pide el mercado a las empresas dedicadas al turismo. El diseño de la investigación es de campo a causa que se obtendrá información claramente a un objetivo real, de igual forma corresponde a una investigación bibliográfica que se ha basado en obtener información evidenciadas, esto es, diferencias, infraestructura, costumbres, lugares atractivos y las exigencias que pide el mercado.

En el estudio del presente proyecto se requerirá plantear varios tipos de investigación que son parte esencial para obtener la averiguación necesaria, las mismas que se determinaran a continuación:

Investigación Documental: Por medio de esta investigación se verifica las distintas fuentes bibliográficas ya sea como libros, apuntes, documentos de sitio web del estado e internet que contribuyeron en la realización del marco teórico del proyecto, con el fin de conseguir un planteamiento absoluto de la situación que presenta con relación a los cambios e innovación que el mercado exige a los empresarios del Cantón Milagro.

Investigación de Campo: Esta investigación ayuda a recibir datos reales ya sea por medio de encuestas, entrevistas y visitas de campo, acudimos a diferentes lugares que atraen al turista, del mismo modo hablamos con empresarios locales y con algunos habitantes del Cantón que viven cerca de las empresas para averiguar la situación, desempeño, y desarrollo actual que se encuentran estas empresas frente a la innovación.

Investigación Explicativa: A través de esta investigación, se utiliza para especificar todas las razones por las cuales se realiza esta investigación.

La investigación que se está realizando se dirige a la explicación de la variable independiente sobre las empresas dedicadas al turismo del Cantón Milagro y la dependiente que es la innovación lo que evidenciara que estas variables si tienen correlación por la falta de innovación que existen en las Empresas del Cantón con respecto al sector turístico, es notable la baja concurrencias de visitantes o turistas.

Investigación Concluyente: Mediante este tipo de investigación podemos tener un concepto más claro de la problemática que va a estudiar, las encuestas son un factor muy importante, nos dará más de conocimiento de cómo ha innovado la ciudad de milagro y si los cambios que se han realizado cuan significativo han sido para el Cantón.

Los participantes de las encuestas deben ser hombre y mujeres mayores de edad y de cualquier nivel socioeconómico y ocupaciones diferentes.

Diseño de encuestas: El cuestionario que se va a realizar constara con 10 preguntas las cuales especificaran sobre la innovación y el tipo de cambio que han tenido las empresas con respecto al sector turístico.

Diseño de investigación: El estudio planteado se guio a base de los propósitos de la investigación experimental, con relación a los objetivos definidos en la presente investigación, donde se evaluara la situación actual de la innovación que han obtenido las empresas dedicadas al turismo de la ciudad y las especificaciones de algunas estrategias para mejorar la calidad y mejoramiento del servicio. (Noboa, 2013)

3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA



Figura 2. Ubicación del Cantón Milagro en el Ecuador y en la Provincia del Guayas Según Datos establecidos por el Departamento de Turismo del GAD Municipal del Cantón Milagro, estudio realizados previamente un catastro Septiembre - Diciembre en el año 2014, el sector turístico se comprende de:

Establecimientos de Alojamiento:	30
Establecimientos de Alimentación:	225
Establecimiento de Esparcimiento:	39
Total Establecimiento Turísticos:	294

(Rios, 2014)

SITUACIÓN: El Cantón Milagro está ubicada a una altura de 13 metros sobre el nivel del mar, tiene una temperatura promedio anual de 25° C; se encuentra ubicado en el sector centro- oeste de la provincia del guayas. (Andrade, s.f.)

LÍMITES: El Cantón Milagro tiene una extensión de 405,63 km² de superficie. Limita al norte con los Cantones Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) y Simón Bolívar; al sur con los Cantones Yaguachi y Marcelino Maridueña; al este con los Cantones Simón Bolívar y Naranjito; y al oeste con el Cantón Yaguachi. Al su tiene un límite natural que es el Río Chimbo que los separa de los Cantones Yaguachi y Marcelino Maridueña. (Diego Balarezo Pinos, 2013)

3.2.1. Delimitación de la población

Para el desarrollo de la investigación, el universo serán todas las empresas privadas dedicadas a promover el turismo del Cantón Milagro, entre estas empresas tenemos a establecimientos que brindan sus servicios en alimentación, alojamiento y esparcimientos, que son datos obtenidos al departamento de turismo del GAD Municipal del Cantón Milagro. (Lcd. Trudy Santos, 2015)

3.2.2. Tipo de muestra

En la presente investigación se va a utilizar la muestra no probabilística, de este modo se seleccionara a las empresas privadas relacionadas a promover el turismo del Cantón.

3.2.3. Tamaño de la muestra

Para el tamaño de la muestra se escogió a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo en el Cantón Milagro, datos obtenidos del Departamento de Turismo del GAD Municipal del Cantón Milagro, gracias a la colaboración de la Lcda. Trudy Santos de Gaibor y la Lcda. Wendy Ríos,

Como el tamaño de la población es accesible no se aplicara la fórmula para la obtención de muestra, la cual será las 294 empresas privadas dedicadas a promover el turismo, de aquí radica el problema y esto ayudaría a recopilar datos importantes para el estudio que se pretende realizar.

3.2.4. Proceso de selección

Para la selección de la muestra obtenida se necesita disponer de pasos fundamentales para poder saber a qué empresas del sector turístico se va a encuestar dentro del estudio de investigación.

Para este proyecto se determinó que el segmento al que va dirigido tiene las siguientes características:

- Dueños de las empresas del sector turísticos del Cantón.
- Sector de Establecimientos de Alojamiento donde se incluyen hoteles, moteles, pensiones, etc.
- Sector de Establecimientos de Alimentación.

- Sector de Establecimiento de Esparcimiento donde se incluyen bares, discotecas, karaokes, complejos turísticos, etc.
- Personas No Nativas Residentes en el Cantón entre 20 a 40 años.
- Toda persona que domine el tema de la innovación que ha tenido Milagro con respecto al turismo.

3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1. Métodos teóricos

Método Histórico.- Este método será utilizado para saber cuáles fueron los orígenes del problema a investigar y observar la manera en que se ha desarrollado durante todo este tiempo.

Método Hipotético.- Este método será utilizado para definir cuáles son las causas y cuáles son las consecuencias del problema que se va a investigar.

Método Deductivo.- Se aplica este método para que de la problemática general obtener conclusiones particulares que ayuden aclarar el problema que se va a investigar.

Método Inductivo: Este método se aplica a través de conclusiones particulares para llegar a una problemática universal.

3.3.2. Métodos empíricos

Se realizó una observación del problema de la falta de innovación que existe en las empresas dedicadas al turismo en el Cantón Milagro.

3.3.3. Técnicas e instrumentos

Encuesta

Este método se aplica al proyecto, porque es un estudio en el cual el investigador obtiene los datos a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales con el fin de obtener opinión, características o hechos específicos.

La encuesta es un tipo de investigación el cual ayuda al investigador obteniendo datos a partir de la realización de preguntas dirigidas a una muestra la cual sea elegida, estas preguntas dan a conocer la opinión de las personas encuestadas.

La Entrevista

Es la comunicación interpersonal entre investigador y el sujeto de estudio con el fin de obtener respuestas verbales que sean claras y precisas a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto. Aquella que nos permitió obtener información muy importante con respecto a la actitud congruente que tengan los empresarios a los cambios e innovación que exige el mercado en el Cantón.

Estudio Documental

Es aquella que se verifica en las distintas fuentes bibliográficas ya sea como libros, apuntes, documentos de sitio web del estado e internet y otros medios que sirvan para nuestra investigación.

3.4. PROPUESTA PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para el presente estudio del problema se va a realizar la tabulación correspondiente y su respectivo análisis, cada pregunta que posea la encuesta se utilizara gráficos circulares y en cada una de ellas se realizara su respectivo análisis, tendrán su respectivo índice de datos con su respetiva numeración y pie de página.

Con este método que se va a realizar los datos obtenidos de las encuestas se manejaran con mayor claridad facilitando el entendimiento de cada una de las preguntas y su respectivo porcentaje.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

De acuerdo los resultados obtenidos mediante las Encuestas realizadas a los Dueños de las Empresas del sector Turístico del cantón Milagro, entre ellos Turistas y Visitantes entre 20 a 40 años, nos facilitó la información necesaria para poder continuar con la presente investigación conociendo que es importante la participación de las empresas privadas frente a la innovación turística en el Cantón.

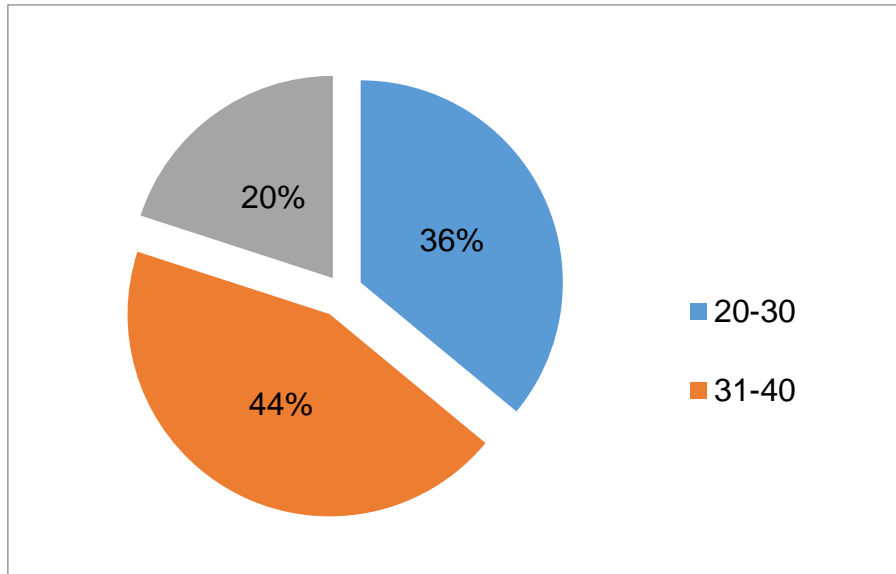
EDAD:

Cuadro 2. Promedio de edad de los encuestados

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
20-30	108	36%
31-40	128	44%
DE 41 EN ADELANTE	58	20%
Total	294	100

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 3. Promedio de edad de los encuestados



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: Se puede observar que un 36% de los dueños de las empresas privadas que promueven el Turismo tienen una edad promedio de 20 a 30 años, el 44% está en un promedio de 31 a 40 años y el 9% restante está de los 41 años en adelante.

Análisis: De la información recabada podemos ultimar que en ese sector los dueños de las empresas privadas que promueven el Turismo tienen una edad promedio de 31 a 40 años, lo cual representa que existe una mayor experiencia de trabajo en el campo de promover el turismo del cantón.

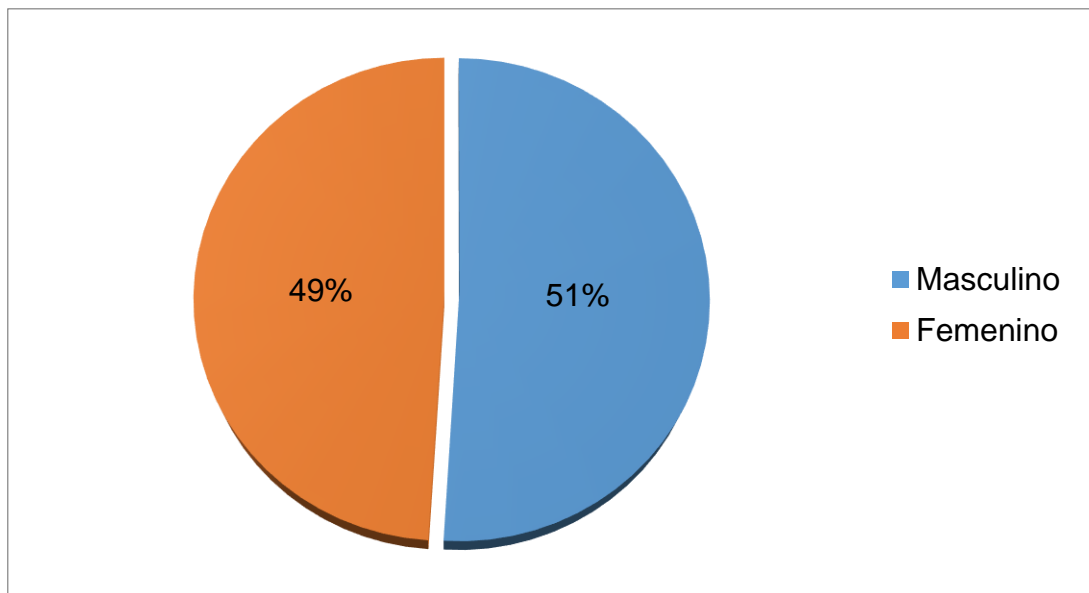
SEXO:

Cuadro 3. Promedio de los Dueños de las Empresas Privadas que promueven el Turismo por sexo

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
Masculino	150	51%
Femenino	144	49%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 4. Promedio de los Dueños de las Empresas Privadas que promueven el Turismo por sexo



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: Se observa que el 51% de los dueños de las empresas privadas que promueven el turismo se encuentran representados por el género masculino, mientras que el 49% restante se encuentra representado por el género femenino.

Análisis: la gráfica demuestra que la mayor parte de los dueños de las empresas privadas que promueven el Turismo sería de género masculino, seguido de un considerable porcentaje de hombres que forman parte del círculo empresarial turística.

PREGUNTAS DE ENCUESTAS

PREGUNTA 1

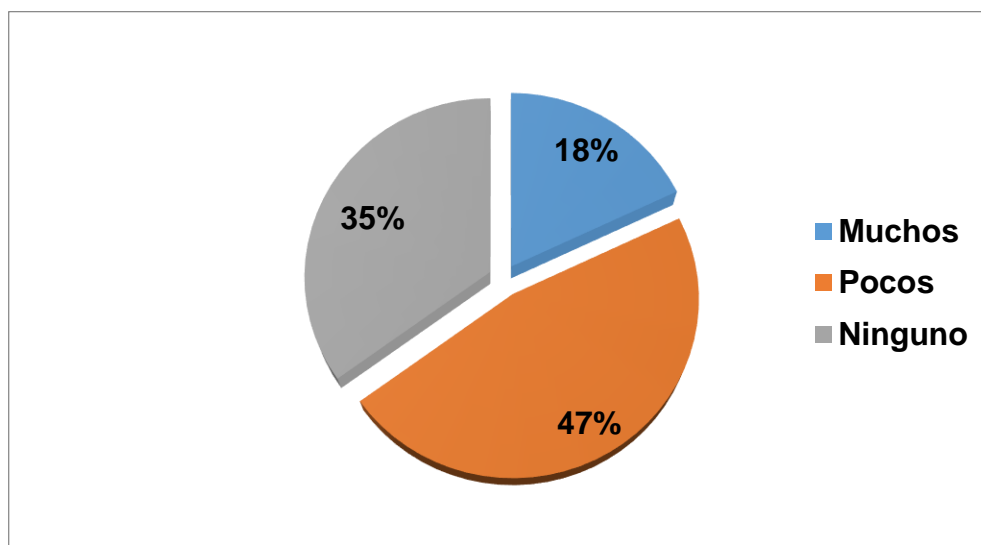
1. ¿Con respecto a proyectos de innovación que ha tenido el Cantón Milagro usted conoce la existencia de?

Cuadro 4. Proyectos de Innovación

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
Muchos	52	18%
Pocos	137	47%
Ninguno	105	35%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 5. Proyecto de innovación



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: Se observa que el 47% de los dueños de las empresas privadas que promueven el turismo son pocos los que conocen de las existencias de proyectos de innovación en el Cantón, el 35% corresponde a que ninguno conoce la existencia de un proyecto de innovación y el 18% dicen que conocen la existencia de muchos proyectos de innovación en el Cantón Milagro.

Análisis: De la información anterior se prueba que la mayoría de los dueños de las empresas privadas que promueven el turismo son pocos los que saben de la existencia de proyectos de innovación en el Cantón, en lo cual es necesario que se promueva la innovación en las empresas para que así podamos tener más acogida por los habitantes del Cantón y turistas

PREGUNTA 2

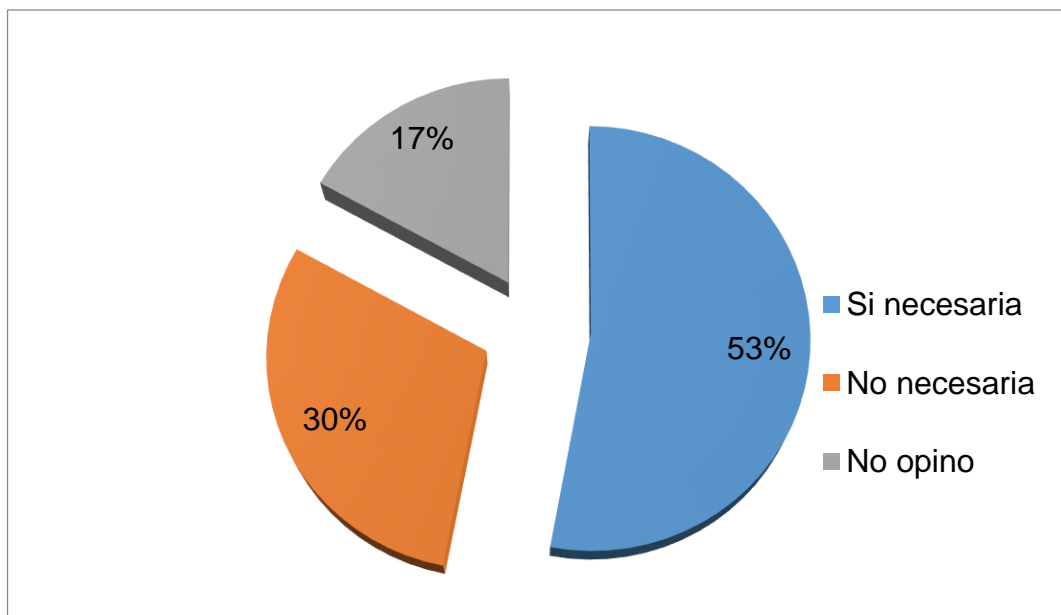
2. ¿Cómo calificaría las inversiones de innovación que realizan los empresarios en sus empresas?

Cuadro 5. Opinión sobre las Inversiones de innovación

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
Si necesaria	155	53%
No necesaria	89	30%
No opino	50	17%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 6. Opinión sobre las Inversiones de innovación



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: El 53% de los empresarios afirman que si es necesario que realicen inversión de innovación en sus empresas, el 30% afirman que no es necesario y el 17% prefieren no opinar al respecto el tema.

Análisis: Los resultados reflejan que es muy importante que los empresarios realicen inversiones de innovación en sus empresas, de esa manera incide en los habitantes del cantón y turistas.

PREGUNTA 3

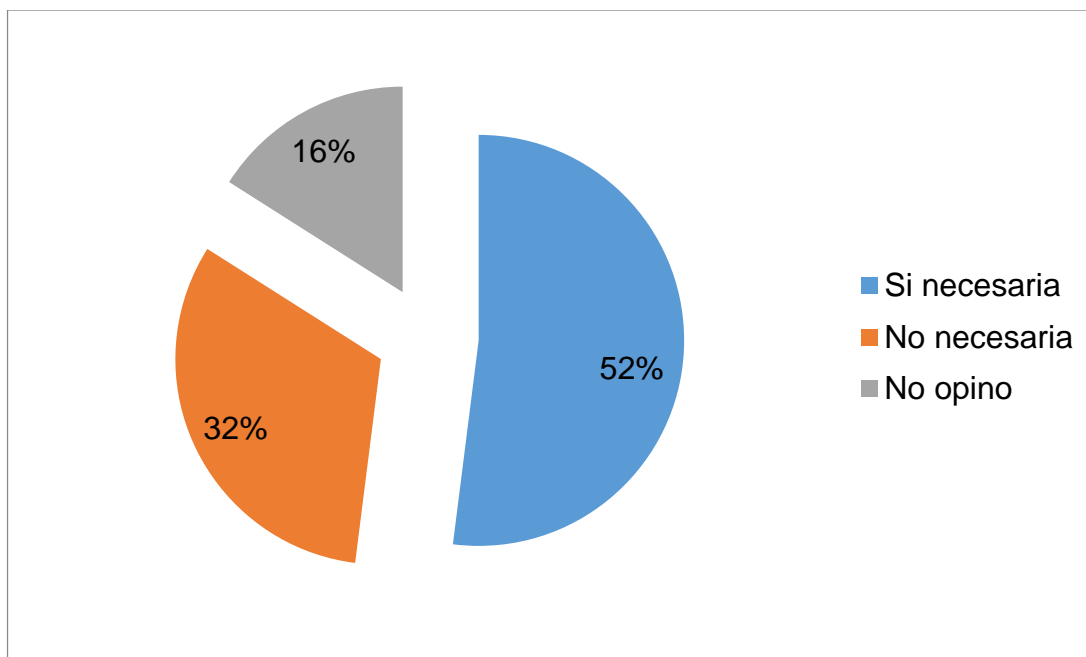
3. ¿Cree usted que la innovación en las empresas es necesaria para el crecimiento de las mismas?

Cuadro 6. Opinión de la Innovación en las empresas con relación a su crecimiento

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	152	52%
En desacuerdo	94	32%
No opina	48	16%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 7. Opinión de la Innovación en las empresas con relación a su crecimiento



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: El 52% de los empresarios opinan que es importante la innovación en las empresas, esto ayuda con el crecimiento de las mismas, mientras que el 32% definen que no es necesario y el 16% no opinan.

Análisis: Estos resultados muestran que la mayoría de los empresarios están de acuerdo que una empresa para que crezca tiene que existir innovación, de esa manera habría mejores resultados.

PREGUNTA 4

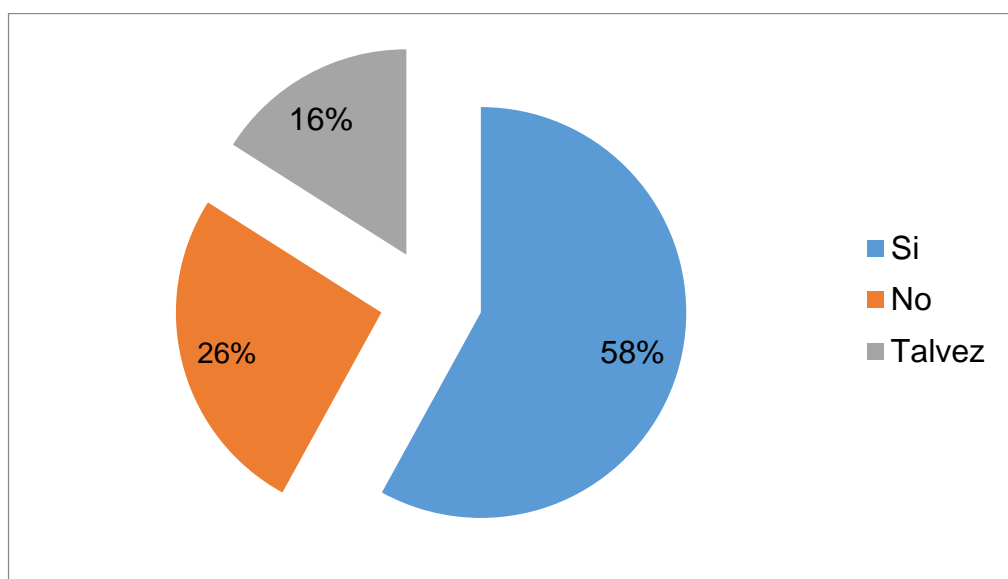
4. ¿Considera usted que los empresarios locales que promueven el turismo poseen una visión emprendedora?

Cuadro 7. Los empresarios locales que promueven el turismo poseen una visión emprendedora

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
Si	171	58%
No	77	26%
Talvez	46	16%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 8. Los empresarios locales que promueven el turismo poseen una visión emprendedora



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: El 58% opinan que los empresarios locales que promueven el turismo poseen visión emprendedora, mientras que el 26% consideran que no poseen visión emprendedora y el 16% piensan que tal vez los empresarios que promueven el turismo poseen visión emprendedora.

Análisis: De la información recabada se puede concluir que un gran porcentaje aceptan que los empresarios que promueven el turismo poseen visión emprendedora.

PREGUNTA 5

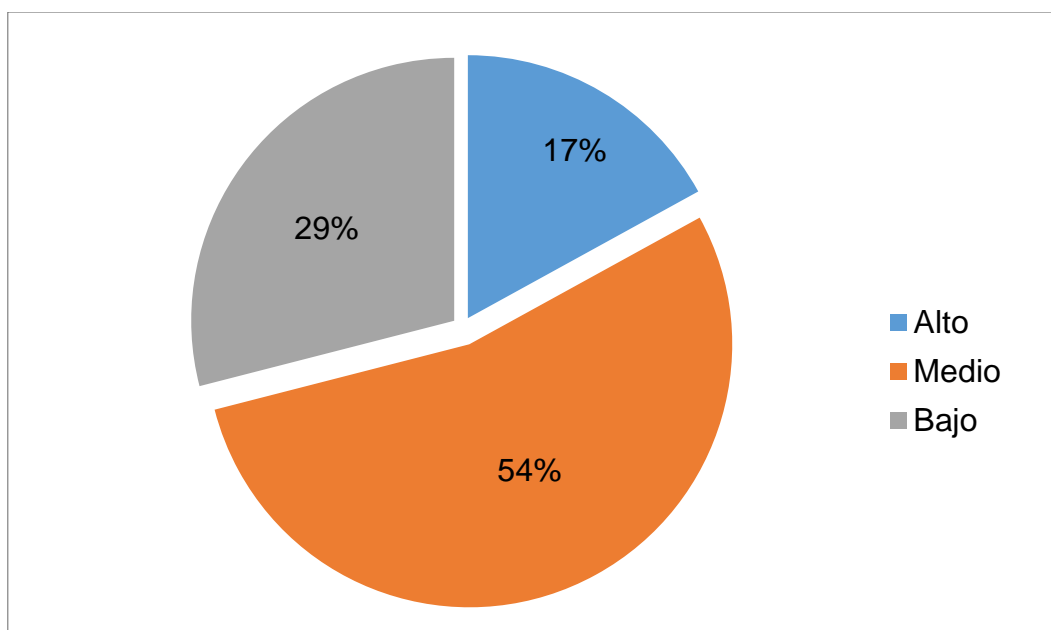
5. ¿Cómo calificaría el desempeño de las empresas con relación a la innovación turística del cantón?

Cuadro 8. Desempeño de las empresas con relación a la innovación turística

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
Alto	51	17%
Medio	159	54%
Bajo	84	29%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 9. Desempeño de las empresas con relación a la innovación turística



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: Se observa que el 54% de los empresarios indica que el desempeño de las empresas está en un nivel medio con relación a la innovación turística, mientras que el 29 % poseen un nivel bajo y el 17% opinan que el desempeño de las empresas se encuentran en un nivel alto con relación a la innovación turística.

Análisis: La mayoría de la información indica que el desempeño de las empresas se encuentra a un nivel medio con relación a la innovación turística.

PREGUNTA 6

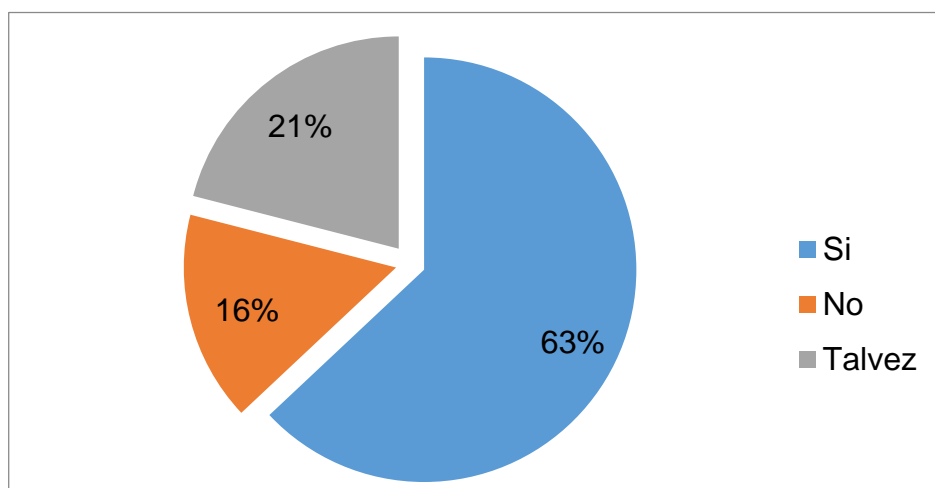
6. ¿Considera usted que los empresarios deben saber sobre la Innovación turística que actualmente se está aplicando en los mercados nacionales e internacionales?

Cuadro 9. Los empresarios deben saber sobre la innovación turística que actualmente se está aplicando en los mercados nacionales e internacionales

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
Si	186	63%
No	48	16%
Talvez	60	21%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 10. Los empresarios deben saber sobre la innovación turística que actualmente se está aplicando en los mercados nacionales e internacionales



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: El 63% si están de acuerdo que los empresarios deben saber sobre la Innovación turística que actualmente se está aplicando en los mercados nacionales e internacionales, el 20% opinan que talvez y el 16% no están de acuerdo.

Análisis: Estos resultados muestran que si están de acuerdo que los empresarios sepan de la innovación turística que actualmente se están aplicando en los mercados nacionales e internacionales, de esa manera mejoraríamos la calidad de innovación en las empresas.

PREGUNTA 7

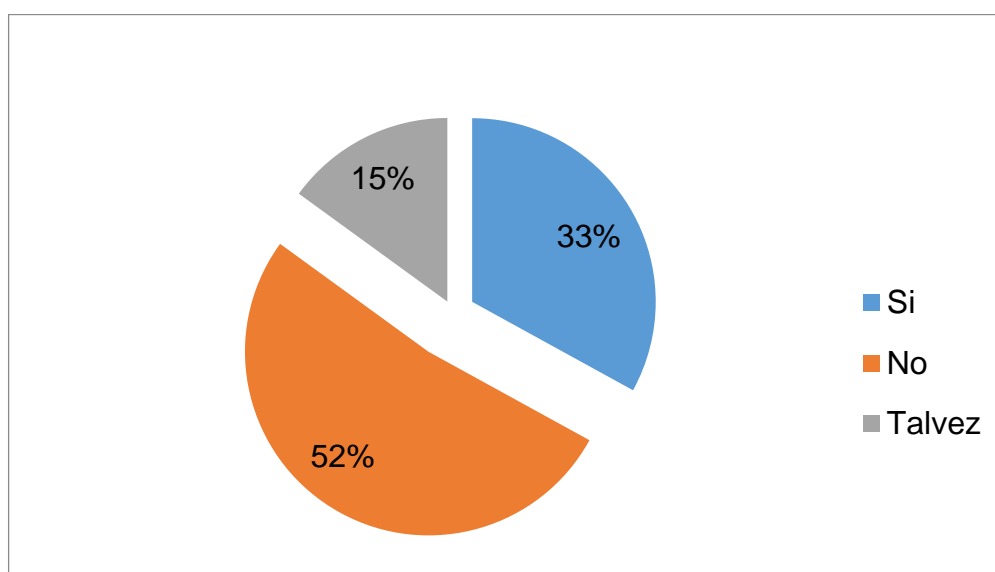
7. ¿Considera usted que el Cantón Milagro ha tenido algún tipo de innovación turística en los últimos 5 años?

Cuadro 10. Milagro ha tenido algún tipo de innovación turística en los últimos 5 años

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
Si	96	33%
No	153	52%
Tal vez	45	15%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 11. Milagro ha tenido algún tipo de innovación turística en los últimos 5 años



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: El 52% opinan que Milagro no ha tenido ningún tipo de innovación turística en los últimos 5 años, mientras que 33% consideran que si ha tenido en los últimos 5 años innovación turística y el 15% opinan que tal vez en los últimos 5 años ha tenido innovación turística.

Análisis: los empresarios tienen presente que Milagro no ha tenido en los últimos 5 años ningún tipo de innovación turística, esto quiere decir que en el Cantón necesitamos innovación turística para que de esa manera lograr un desarrollo sustentable en el Cantón.

PREGUNTA 8

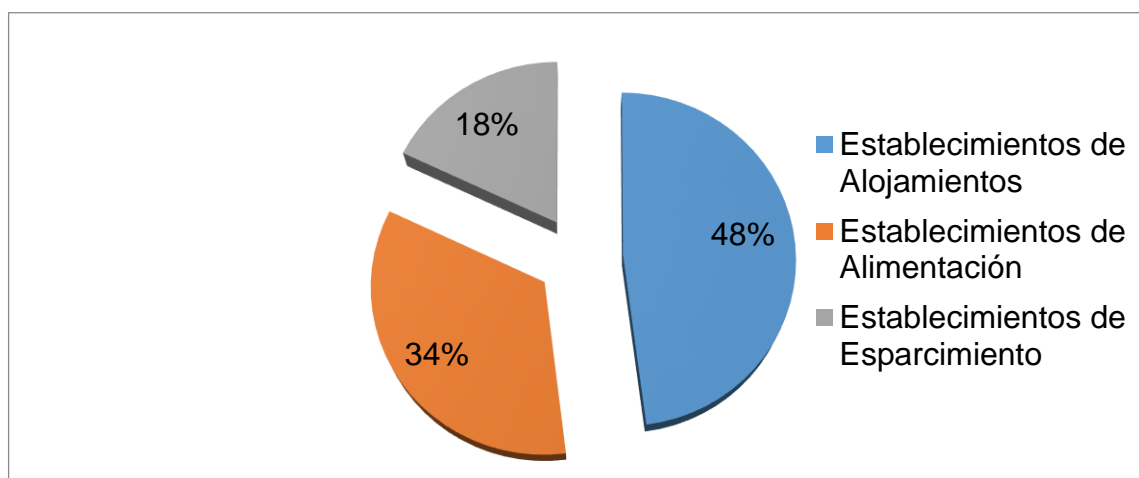
8. Del listado a continuación, según su criterio ¿En cuál de ellas usted ha observado algún cambio o tipo de innovación?

Cuadro 11. Establecimiento que se han observado algún cambio o tipo de innovación

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
Establecimientos de Alojamiento	101	34%
Establecimientos de Alimentación	140	48%
Establecimientos de Esparcimiento	53	18%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 12. Establecimiento que se han observado algún cambio o tipo de innovación



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: El 48% se ha observado que hay más establecimientos de alimentación, el 34% establecimientos de alojamientos y el 18% establecimientos de esparcimientos.

Análisis: Los resultados reflejan que hay una mayor cantidad de establecimientos de alimentación en el Cantón Milagro, este tipo de negocio genera más rápido ingresos.

PREGUNTA 9

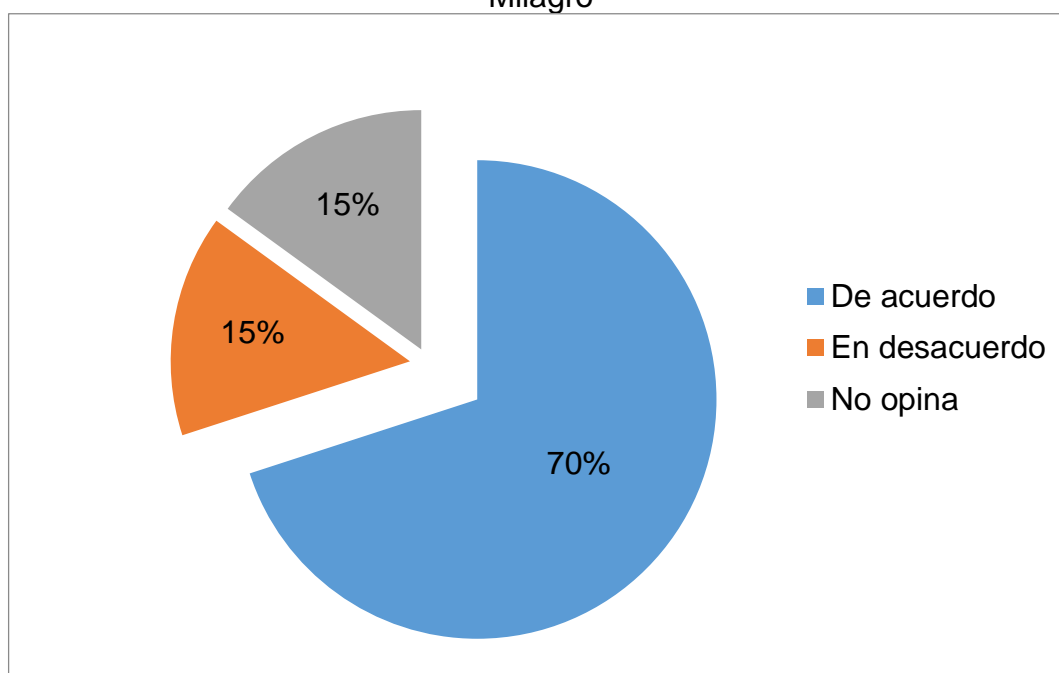
9. ¿Considera usted que la innovación turística atrae a los habitantes y visitantes al Cantón Milagro?

Cuadro 12. La innovación turística atrae a los habitantes y visitantes al Cantón Milagro

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	207	70%
En desacuerdo	43	15%
No opina	44	15%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solís

Figura 13. La innovación turística atrae a los habitantes y visitantes al Cantón Milagro



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solís

Interpretación: El 70% de los resultados obtenidos en las encuestas de esta pregunta nos dan que la innovación turística si atrae a los habitantes y visitantes al Cantón, el 15% está en desacuerdo y el otro 15% no desea opinar sobre la pregunta realizada.

Análisis: La mayoría de personas encuestadas nos dicen que la innovación turística que se ha realizado, ha sido esencial para que la concurrencia de personas que viven fuera vaya aumentando y quieran visitarnos para que puedan disfrutar de las maravillas que posee el cantón.

PREGUNTA 10

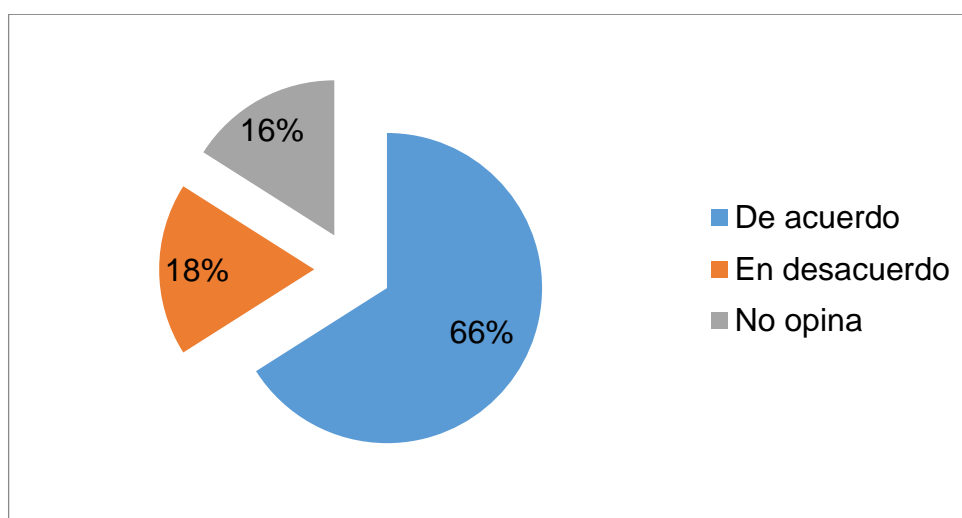
10. ¿Cree usted que la innovación que se realice en las empresas turísticas repercutirá en la visita del turista?

Cuadro 13. La innovación que han realizado algunas empresas turísticas ha repercutido en la visita del turista

Alternativas	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	195	66%
En desacuerdo	52	18%
No opina	47	16%
Total	294	100%

Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Figura 14. La innovación que han realizado algunas empresas turísticas ha repercutido en la visita del turista



Fuente: Encuesta realizada a las empresas privadas dedicadas a promover el turismo
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Interpretación: El 66% de los resultados de esta pregunta nos dan que la innovación que han realizado algunas empresas turísticas repercute en la visita del turista, el 18% está en desacuerdo y el 16% no desea opinar.

Análisis: La mayoría de las empresas que promueven el turismo han realizado algún tipo de innovación y esto ha repercutido en la cantidad de visitantes que tiene el Cantón, observan algo nuevo que les agrada y se llevan un buen recuerdo.

Cuadro 14. Análisis Y Evaluación De Resultados De La Entrevista

ENTREVISTA REALIZADAS A PROFESIONAL EN EL CAMPO TURÍSTICO		
PROFESIONAL	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2
<p>Lic. Trudy Saltos</p> <p>Directora Del Departamento De Dirección Del Medio Ambiente Y Turismo Del GAD Municipal Del Cantón Milagro</p>	<p>¿Qué tipo de ayuda brinda el municipio a las empresas privadas que fomentan el turismo?</p>	<p>¿La ayuda que el Municipio realiza es económica?</p>
	<p>En:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones • Talleres <p>Que mejoren su estándar de servicio sea restaurantes, hoteles, discotecas, vinculada al accionar que tengan ellos.</p>	<p>No, aportamos económicamente en el sentido de mejorar ciertas infraestructuras que tenga que ver con el turismo Cantonal, pero no a las Empresas privadas que promueven el Turismo.</p>

Fuente: Entrevista a Directora Del Departamento De Dirección Del Medio Ambiente Y Turismo Del GAD Municipal Del Cantón Milagro (Lic. Trudy Saltos)
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Cuadro 15. Análisis Y Evaluación De Resultados De La Entrevista

ENTREVISTA REALIZADA A NO NATIVO			
PROFESIONAL	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3
<p>Ing. Miguel Echarte</p> <p>No Nativo (En milagro llevo 1 año y 10 meses.)</p>	<p>Usted considera que ¿los empresarios de Milagro tienen una visión emprendedora?</p>	<p>¿Qué considera usted que se debería hacer para que el turismo surja y genere una mayor visita por parte de las personas que habitan fueran del cantón?</p>	<p>¿Usted cree que las empresas se realicen algún tipo de innovación, incidiría en la visitas del turista?</p>
	<p>Si, y en la UNEMI hay centro de emprendimiento en lo cual organizan feria, y si se puede observar que los estudiantes si tienen idea.</p> <p>¿Usted ha visto algún tipo de cambio, innovación?</p> <p>Buen he visto que se han abierto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • locales comerciales • Restaurantes • Nuevas cafeterías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es necesario que ya se termine ciertas obras que se están llevando en la ciudad y que las carreteras este en buen estado, el alcantarillado. • las gentes es muy creativa seguramente que se van a ver oportunidades para innovar, para crear lugares turísticos. 	<p>Sí, todo lo que sea actividad comercial, va a traer personas de otros Cantones.</p>

Fuente: Entrevista realizada a persona no nativa (Ing. Miguel Echarte)

Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Cuadro 16. Análisis Y Evaluación De Resultados De La Entrevista

ENTREVISTA REALIZADA A PROFESIONAL DE EMPRENDIMIENTO		
PROFESIONAL	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2
ING. HUBER ECHEVERRIA	¿Cómo usted ve a Milagro con respecto al cambio y la innovación que se hayan dado en las empresas privadas que promueven el turismo?	¿De qué manera cree usted que las empresas que promueven el turismo han cambiado en los últimos 5 años?
	<ul style="list-style-type: none"> • Milagro no es un lugar turístico sino comercial porque la gente viene hacer comercio la gente no viene a pasear. • Hay nueva infraestructura turística, hay diferentes hoteles que en su época han tenido su gran acogida pero eso no representa a que haya más turismo. • En Milagro no hay lugares turísticos por lo que los turistas no se interesan en hospedarse en los hoteles y es por ende que hoteles sin personas no se puede competir. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando hablas de empresas que fomentan el turismo yo solo veo ciertos complejos que están hasta a las afuera de Milagro que son las empresas que fomentan el turismo ya que en realidad empresas que fomentan el turismo no hay. Y; • Si hablamos de hoteles, hospedajes son infraestructura que por sí solo no jalan a las personas, ya que las infraestructuras se han mantenido y si han ido cambiado con el tiempo de los cambios tecnológicos.

Fuente: Entrevista realizada a profesional de emprendimiento (Ing. Huber Echeverría)
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Análisis: En las entrevistas realizadas pudimos constatar que en Milagro no hay lugares turísticos por lo que los turistas no les interesa visitar el Cantón, y que la mayoría de las personas vienen es por casos comerciales, negocios y si queremos mejorar turísticamente, primero se deberá terminar ciertas obras que se están llevando en el Cantón sin embargo si existen personas emprendedoras donde una vez terminadas las obras van a ver oportunidades para innovar y crear lugares turísticos.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Los resultados una vez tabulados puedan aclarar las hipótesis planteadas anteriormente.

La innovación es un punto clave dentro de las empresas que promueven el turismo, muchas de ellas han puesto un valor agregado el cual ha llamado la atención de muchos visitantes y residentes del Cantón.

Análisis Comparativo

El Cantón Milagro hace una década con respecto al sector turístico no tenía muchas formas de que un visitante se sienta a gusto y recuerde de haber visitado un lugar, pero en la actualidad la visión emprendedora e innovadora de los residentes del Cantón y su necesidad de trabajar y sustentarse así mismo o a sus familias los ha llevado a crear empresas o establecimientos ya sean estos de alojamiento, de alimentación y de esparcimiento, gracias a estas creaciones el antiguo Milagro ha quedado atrás para dar paso a un nuevo y mejorado Milagro lleno de lugares innovadores donde se puede compartir en familia.

Evolución

El Cantón Milagro a través de los años ha ido progresando poco a poco, las primeras empresas que se crearon que comenzaron fomentando el turismo fueron una excelente iniciativa para que los ciudadanos del cantón piensen en negocios con algún tipo de innovación que se vea diferente y mejor de las ya existentes y sea más llamativa a la vista del público.

Los establecimientos de alimentos, alojamiento y de esparcimientos que están establecidos en el Cantón Milagro en la actualidad han hecho cambios o algún tipo de

innovación a sus locales al pasar de los años, todo cambia y sus negocios también lo deberían hacer, muchos por dejar de innovar han tenido que cerrar sus negocios.

Tendencia y Perspectiva

La mayoría de empresarios consideran que es necesaria la preparación constante sobre temas de innovación turística así como la innovación que se debe aplicar a las empresas o establecimientos dependiendo de los cambios que el mercado turístico exija.

4.3. RESULTADOS

Del presente trabajo de investigación se obtuvieron los siguientes resultados:

- En el Cantón Milagro ha existido en los últimos 5 años pocos proyectos de innovación con respecto al turismo según las encuestas, esto incide en la cantidad de personas que visitan el Cantón y la cantidad de ingresos que se pueden generar.
- Los empresarios del Cantón poseen una visión emprendedora al momento de crear una empresa pero una vez ya establecida la empresa y reconocida los dueños no hacen innovaciones ni ningún tipo de cambio que favorezca y reviva el ambiente, sino que se conforman con lo que ya tienen y muchas veces por este motivo algunas empresas han perdido clientela, ingresos y han tenido que cerrar por la falta de liquidez.
- Los empresarios no poseen mayor información sobre innovación turística y tipos de innovación empresarial por lo que esto no les ayuda hacer cambios en sus negocios, muchos de ellos se conforman con lo que saben y no se actualizan con las necesidades que desea el mercado actual.
- En lo que si se ha visto un crecimiento turístico empresarial son en establecimiento de alimentación, se han creado muchos de estos lugares para beneficio de los residentes y visitantes el cantón, lo que le falta es innovación, la mayoría de negocios venden productos muy parecidos y con similar precio.

4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 17. Verificación De Las Hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>Las empresas privadas dedicadas a promover el turismo inciden frente a la innovación turística en el Cantón Milagro.</p>	<p>En la pregunta número 3 se observa que los encuestados están de acuerdo con que la innovación en las empresas es necesaria para el crecimiento de las mismas.</p> <p>En la pregunta número 7 la mayoría de encuestados dicen que si conoce algún tipo de innovación que ha tenido Milagro en los últimos 5 años.</p>
<p>La visión emprendedora de los empresarios de Milagro influye en la inversión de proyectos innovadores en el área turística.</p>	<p>En la pregunta número 4 se puede observar que la mayoría de encuestados dicen que los empresarios locales si poseen una visión emprendedora.</p> <p>En la pregunta 6 se observa que la mayoría de encuestados dicen que los empresarios locales si deben saber sobre innovación turística nacional e internacional para mejorar e innovar en la calidad de sus empresas.</p>
<p>El desempeño de los empresarios locales contribuye en la innovación de sus empresas.</p>	<p>En la pregunta número 5 los encuestados nos indican que el desempeño de las empresas con relación a la innovación turística es de calidad media.</p> <p>En la pregunta número 2 se observa que los encuestados nos dicen que es necesaria que los empresarios inviertan en innovación para sus empresas.</p>

<p>La innovación tiene medidas que favorecen a las empresas del cantón.</p>	<p>En la pregunta número 8 se puede observar que si ha existido algún tipo de innovación o cambio en los establecimientos de alimentación que posee mayor porcentaje n las encuestas.</p> <p>En la pregunta 10 se observa que la mayoría de encuestados están de acuerdo con que la innovación que han realizado algunas empresas turísticas ha repercutido en la visita del turista.</p>
<p>La innovación en el turismo incide en el turista.</p>	<p>En la pregunta 9 se observa que la mayoría de encuestados están de acuerdo con que la innovación turística atrae a los habitantes al cantón.</p> <p>En la pregunta número 1 se observa que la mayoría de encuestados dicen que conocen pocos proyectos de innovación turística y esto incide en el turística.</p>

Fuente: Matriz de Problematización
Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

CONCLUSIONES

Frente a la innovación turística, los problemas y beneficios que tiene la ciudad son:

- ✚ El Cantón Milagro tiene muchas necesidades con respecto a la innovación turística de parte de las empresas que promueven el turismo, no hay lugares turístico innovadores en el Cantón es por ende que a los turistas no les interesa visitar el Cantón.
- ✚ Los resultados de la investigación realizada manifiestan que el empresario dedicado a promover el turismo local, espera que las autoridades municipales se preocupen y arreglen lo que es alcantarillado y las vías internas del Cantón para dar así mejor facilidad a la movilización del turista.
- ✚ Los empresarios de Milagro si poseen visión emprendedora pero, la gran mayoría desconocen de lugares que podrían ser promocionados y ser visitados por los turistas.
- ✚ El municipio les brinda capacitaciones, talleres a las empresas privadas que promueven el turismo con el objetivo que mejoren su estándar.
- ✚ La innovación es necesaria para las empresas privadas que promueven el turismo, de esa manera beneficia el crecimiento de las mismas.

RECOMENDACIONES

En el cantón Milagro en los últimos años se ha visto un crecimiento turístico empresarial de forma individual, muchos de ellos a través de financiamiento propio, otros a través de préstamos o créditos pero, es muy poco o casi nada los cambios e innovaciones que han realizado en sus negocios.

En base a la investigación realizada, se recomienda lo siguiente:

- ✚ Formar una comitiva turística empresarial por sectores como los de alojamiento, alimenticio y bebidas y de esparcimientos.
- ✚ Convenios entre el municipio y los establecimientos financieros para facilitar la obtención de créditos a los empresarios locales que promueven el turismo.
- ✚ La Municipal de Milagro realice proyectos de innovación turística, que resalte al Cantón y el visitante pueda distinguirlo, identificarlo y reconocerla.
- ✚ Convenios de franquicias con empresas nacionales o extranjeras que tengan posesionadas sus marcas.
- ✚ Los establecimientos que promueven el turismo local, deben realizar investigación de mercado para que estén innovando en el servicio que ofertan.
- ✚ Los empresarios deben capacitarse y conocer las normas de turismo nacional e internacional, así estar al tanto de los cambios que se dan constantemente en esta área.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, E. D. (s.f.). *Cantones de la Provincia del Guayas*. Obtenido de La Prefectura Guayas: <http://www.guayas.gob.ec/cantones/milagro>
- Ballart, X. (2001). *Innovación en la gestión pública y en la empresa privada*. Díaz de Santos.
- Béjar, E. J. (2012). *Creatividad e Innovación, Emprendiendo en la Nueva Economía*. Cuenca: Graficas Hernández.
- Berumen, S. A. (2008). *Cambio Tecnológico e Innovación en las empresas*. Madrid: ESIC.
- Cabezas Cabezas, R. F. (Abril de 2012). Tesis de Economía. *Creación e implementación de un centro innovador de comercialización del mango en el cantón Milagro*. Milagro, Guayas, Ecuador.
- Carrasco, F. R. (2002). *Entorno socioeconómico y espíritu empresarial: factores determinantes de la emergencia de empresarios en Andalucía Occidenta*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Cavassa, C. R. (2009). *Gestión Administrativa para Empresas Turísticas*. México: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria.
- Desarrollo, B. I. (s.f.). *Apoyar e invertir en proyectos de innovación turística*.
- Díaz, E. A. (2010). *Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación*. México: Trillas.
- Diego Balarezo Pinos. (Septiembre de 2013). *Paleógrafo, Gestor Cultural, Conservación Documental Histórica*. Obtenido de Historia del Canton Milagro: <https://historiacantonmilagro.wordpress.com/16-division-politica-del-canton-milagro/>
- Ecuador, C. d. (2008). *REGIMEN DEL BUEN VIVIR; Capítulo primero Inclusión y equidad*. Ecuador: Registro Oficial.

- ECUATORIANA, G. T. (16 de OCTUBRE de 2015). *cempeecuador.com*. Obtenido de GUIA TURISTICA ECUATORIANA: http://cempeecuador.com/guiaturistica/prov_guayas_3-milagro.html
- ESCUDERO, V. (2010). *Empresa y administración*. Paraninfo.
- Gamboa Poveda, J. E. (Abril de 2013). Tesis de Ingeniería Comercial. *Estudio de factibilidad para la implementación de una oficina dedicada a ofertar servicios de asesoría administrativa financiera, tecnológica y mercadotécnica para contribuir con la innovación y desarrollo de las MiPymes de la zona céntrica del cantón Mil*. Milagro, Guayas, Ecuador: Repositorio Unemi.
- Guayas, C. P. (19 de Octubre de 2015). *Milagro - Visita Ecuador*. Obtenido de El Portal Oficializado de Turismo: <https://visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=374>
- Infante Quiroz, M. D. (25 de Enero de 2010). Artículos de Tesis de Grado - FCSH. *Modelos de innovación para la mejor organización del departamento de recursos humanos en el área administrativa en empresas pymes*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Repositorio .
- Jaime del Rey, J. L. (2008). *Criterios e indicadores de la excelencia en la innovación empresarial*. EOI Esc.Organiz.Industrial.
- Jasse Rolf, S. H. (2002). *Diccionario de Economía Social de Mercado*. Konrad Stiftung.
- Lcd. Trudy Santos, L. W. (Octubre de 2015). Plantas Turísticas. (I. V. Stefani Solis, Entrevistador)
- MILAGRO, M. D. (2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTON SAN FRANCISCO DE MILAGRO*. MILAGRO.
- Morcillo, F. M. (2004). *Economía y Turismo*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Moreno Quinto, N. M. (Julio de 2013). Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Educación mención Educación Inicial (Semipresencial). *Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC`s) en la lectoescritura*. Milagro, Guayas, Ecuador: Repositorio Unemi.

- Moscoso Miranda, H. B. (2014). Trabajos de Titulación - Carrera de Economía. *Desarrollo de la innovación tecnológica en el Ecuador 2005 - 2013*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Repositorio.
- Noboa, T. D. (Noviembre de 2013). PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN MARKETING. “ESTUDIO DEL TURISMO RURAL DE MILAGRO Y LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DEDICADAS A PROMOVER Y DIFUNDIR EL TURISMO DEL SECTOR RURAL DEL CANTON MILAGRO”. Milagro, Guayas, Ecuador: Repositorio UNEMI.
- Nuria López Mielgo, J. M. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las pymes*. Netbiblo.
- OECD. (2013). *Innovación en las empresas: Una perspectiva microeconómica*. OECD Publishing.
- Rios, L. W. (Diciembre de 2014). Unidad de Turismo GAD Municipal del Cantón Milagro. *Planta Turística*. Milagro, Guayas, Ecuador: GAD.
- Rogers. (14 de Febrero de 2014). *Mediosfera*. Obtenido de Teoria de la Difusion de Innovaciones: <https://mediosfera.wordpress.com/2014/02/14/teoria-de-la-difusion-de-innovaciones-rogers-1962/>
- Turismo), S. (. (17 de Junio de 2015). *Innovación para el Desarrollo y la Competitividad Turística*. Obtenido de <http://ictur.sectur.gob.mx/index.php/eventos/eventos-2015/2-uncategorised/83-congreso-de-investigacion-turistica-aplicada-2015>
- Valletta, M. L. (2006). *Diccionario Juridico*. Valletta.
- Varela, R. (2001). *Innovacion empresarial: arte y ciencia en la creacion de empresas*. Bogotá: Pearson.
- Villaverde, L. M. (2006). *Gestión del Camino y la Innovación en la Empresa*. España: ideaspropias.
- Vivir, P. d. (2013-2017). *Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población*. Ecuador: Senplades.

ANEXOS

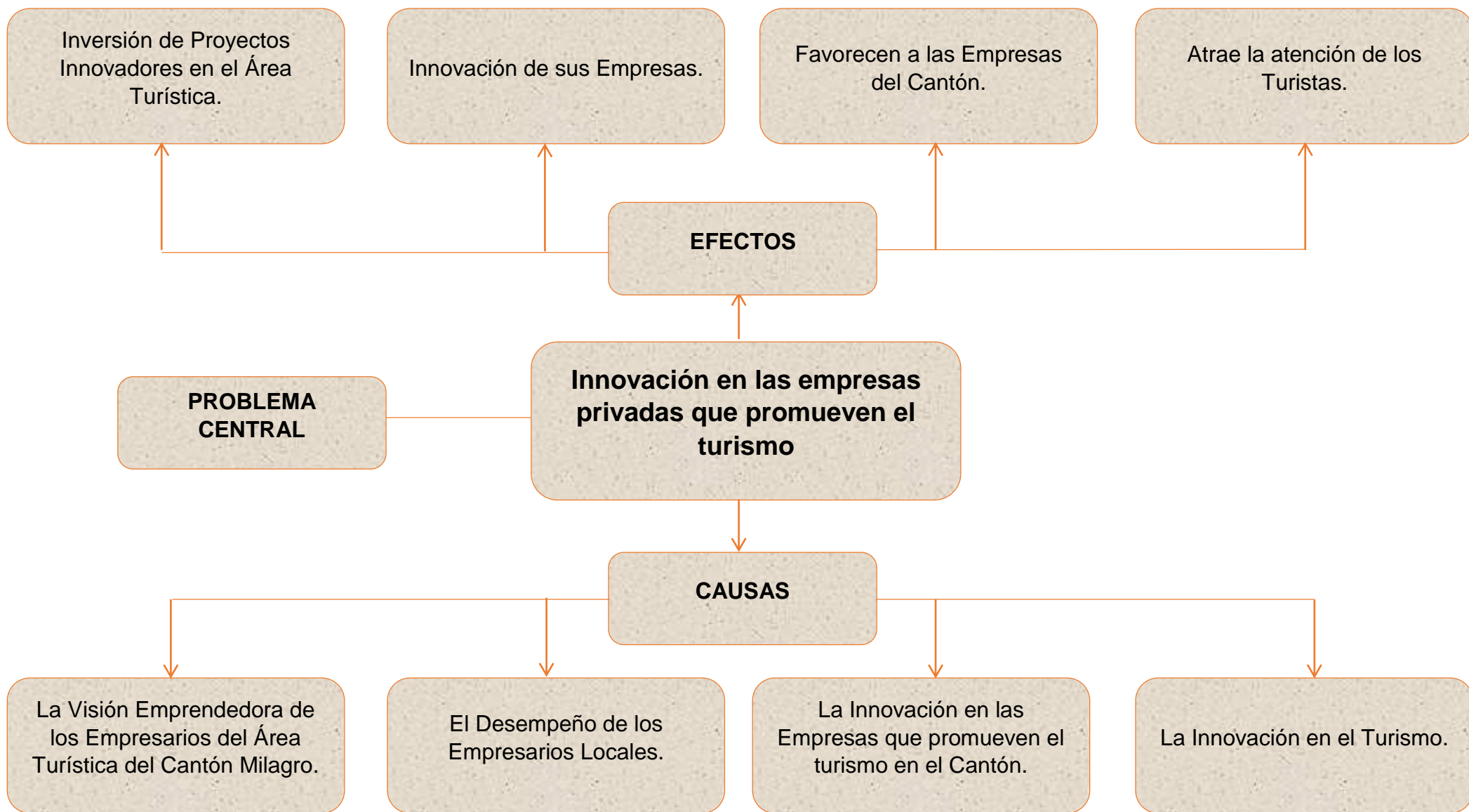
Anexo 1. MATRIZ DE LA PROBLEMATIZACIÓN

	PROBLEMA Y SUBPROBLEMA	FORMULACION DEL PROBLEMA Y SISTEMATIZACION	OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS PARTICULAR Y ESPECIFICAS	VARIABLES INDEPENDIENTES E INDICADORES		VARIABLES DEPENDIENTES E INDICADORES	
					VARIABLE	INDICADOR	VARIABLE	INDICADOR
PROBLEMA CENTRAL	Innovación en las empresas privadas que promueven el turismo.	¿De qué manera incide las empresas privadas dedicadas a promover el turismo frente a la innovación turística en el Cantón Milagro?	Analizar las empresas privadas dedicadas a promover el turismo del Cantón Milagro, frente a la innovación turística, aplicando el método científico para saber cómo incide en la economía del Cantón.	Las empresas privadas dedicadas a promover el turismo inciden frente a la innovación turística en el Cantón Milagro	La Innovación Turística.	Cantidad de proyectos de Innovación Turística (Encuestas)	Las empresas privadas dedicadas a promover el turismo del Cantón Milagro	Datos Estadísticos GAD (Entrevista)
SUBPROBLEMAS	La Visión Emprendedor a de los Empresarios del Área Turística del Cantón Milagro.	La visión emprendedora de los empresarios de Milagro ¿Cómo influye en la inversión de proyectos innovadores en el área turística?	Determinar como la inversión de proyectos de innovación en turismo influye en la visión emprendedora de los empresarios de Milagro.	La visión emprendedora de los empresarios de Milagro influye en la inversión de proyectos innovadores en el área turística.	La Visión Emprendedora de los Empresarios del Área Turística del Cantón Milagro.	Tipos, modelos de proyecto de innovación que haya en el cantón (Entrevista, Encuesta)	Inversión de de Proyectos Innovadores en el Área Turística.	Cantidad de proyectos de Innovación Turística (Entrevistas, encuestas)
	El Desempeño de los Empresarios Locales.	¿Qué están haciendo los empresarios para contribuir en la innovación del turismo local?	Diagnosticar como el desempeño de los empresarios locales incide en la innovación de sus empresas.	El desempeño de los empresarios locales contribuye en la innovación de sus empresas.	El Desempeño de los Empresarios Locales.	Números de personas de ocupación GAD (Entrevista)	Innovación de sus Empresas.	Agenda de proyectos en el sector local (Entrevista)
	La Innovación en las Empresas que promueven el turismo en el Cantón.	¿En qué medida favorece la innovación, al turismo del Cantón?	Estudiar de qué manera favorece la innovación a las empresas del Cantón.	La innovación tiene medidas que favorecen a las empresas del Cantón.	La Innovación en las Empresas que promueven el turismo.	Empresas Privadas que fomentan el turismo en el Cantón (Encuestas)	Favorecen a las Empresas del Cantón.	Cantidad de empresas registradas y no registradas en el en GAD de Milagro

								(Entrevista, encuesta)
	La Innovación en el Turismo.	La innovación en turismo ¿Cómo incide en el turista?	Analizar como incide la innovación turística, en el turista.	La innovación en el turismo incide en el turista.	La Innovación en el Turismo	Agenda de proyectos en el Cantón GAD (Entrevista)	Atrae la atención de los Turistas.	Afluencia de visitantes (Encuestas)

Autores: Irvin Vallejo y Stefani Solis

Anexo 2. ÁRBOL DEL PROBLEMA



Anexo 3. FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

OBJETIVO: Indagar sobre la participación de las empresas privadas frente a la innovación turística en el Cantón Milagro

GÉNERO: HOMBRE MUJER

EDAD: 20 - 30 31 - 40 41 - en adelante

INSTRUCCIONES: Marque con una x la respuesta que usted considere de acuerdo a su criterio, y de antemano le agradecemos por su colaboración.

La encuesta es anónima, por lo tanto no se sugiere su identificación.

1. ¿Con respecto a proyectos de innovación que ha tenido el Cantón Milagro usted conoce la existencia de?

Muchos
Pocos
Ninguno

2. ¿Cómo calificaría las inversiones de innovación que realizan los empresarios en sus empresas?

Necesaria
No Necesaria
No Opino

3. ¿Cree usted que la innovación en las empresas es necesaria para el crecimiento de las mismas?

De Acuerdo
En Desacuerdo
No Opina

4. ¿Considera usted que los empresarios locales que promueven el turismo poseen una visión emprendedora?

Si
No
Talvez

5. ¿Cómo calificaría el desempeño de las empresas con relación a la innovación turística del cantón?

Alto

Medio

Bajo

6. ¿Considera usted que los empresarios deben saber sobre la Innovación turística que actualmente se está aplicando en los mercados nacionales e internacionales?

Si

No

Talvez

7. ¿Considera usted que el Cantón Milagro ha tenido algún tipo de innovación turística en los últimos 5 años?

Si

No

Talvez

8. Del listado a continuación, según su criterio ¿En cuál de ellas usted ha observado algún cambio o tipo de innovación?

Establecimientos de Alojamientos

Establecimientos de Alimentación

Establecimientos de Esparcimiento

9. ¿Considera usted que la innovación turísticas atrae a los habitantes y visitantes al Cantón Milagro?

De Acuerdo

En Desacuerdo

No Opina

10. ¿Cree usted que la innovación que se realice en las empresas turísticas repercutirá en la visita del turista?

De Acuerdo

En Desacuerdo

No Opina

Anexo 4. FORMATO DE ENTREVISTA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

ENTREVISTA REALIZADAS A PROFESIONAL EN EL CAMPO TURÍSTICO

- 1) ¿Qué tipo de ayuda brinda el municipio a las empresas privadas que fomentan el turismo?
- 2) ¿La ayuda que el Municipio realiza es económica?

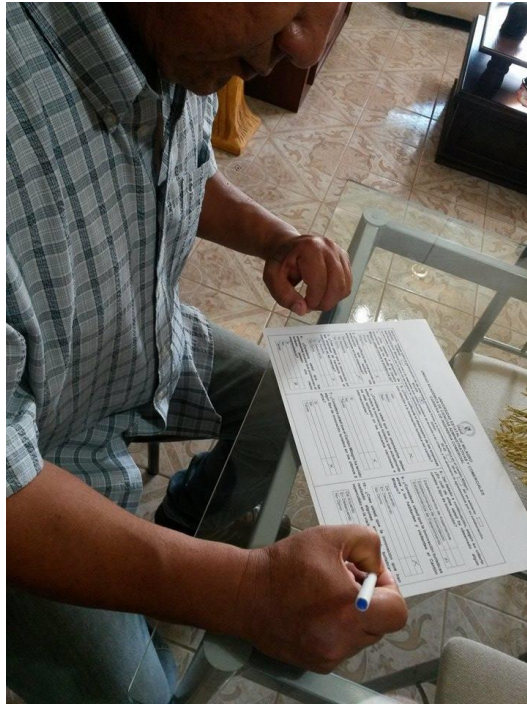
ENTREVISTA REALIZADAS A NO NATIVOS

- 1) Usted considera que ¿Los empresarios de Milagro tienen una visión emprendedora?
 - a. ¿Usted ha visto algún tipo de cambio, innovación?
- 2) ¿Qué considera usted que se debería hacer para que el turismo surja y genere una mayor visita por parte de las personas que habitan fueran del cantón?
- 3) ¿Usted cree que las empresas se realicen algún tipo de innovación, incidiría en la visitas del turista?

ENTREVISTA REALIZADAS A PROFESIONAL DE EMPRENDIMIENTO

- 1) ¿Cómo usted ve a Milagro con respecto al cambio y la innovación que se hayan dado en las empresas privadas que promueven el turismo?
- 2) ¿De qué manera cree usted que las empresas que promueven el turismo han cambiado en los últimos 5 años?

Anexo 5. FOTOS ENCUESTAS

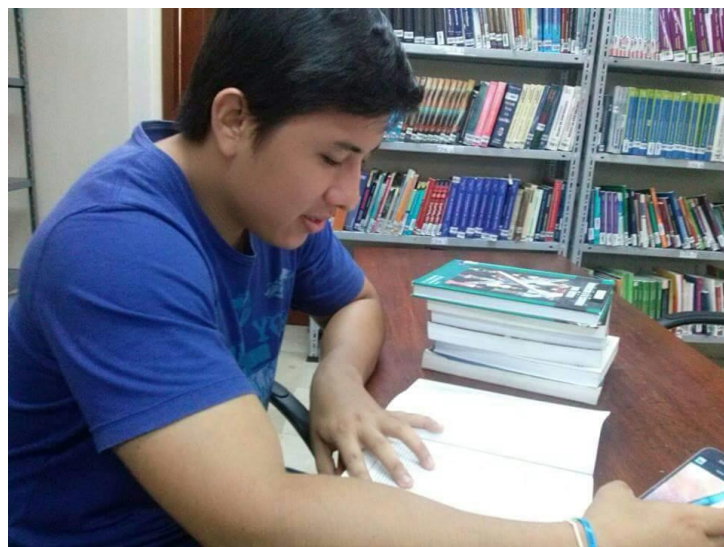
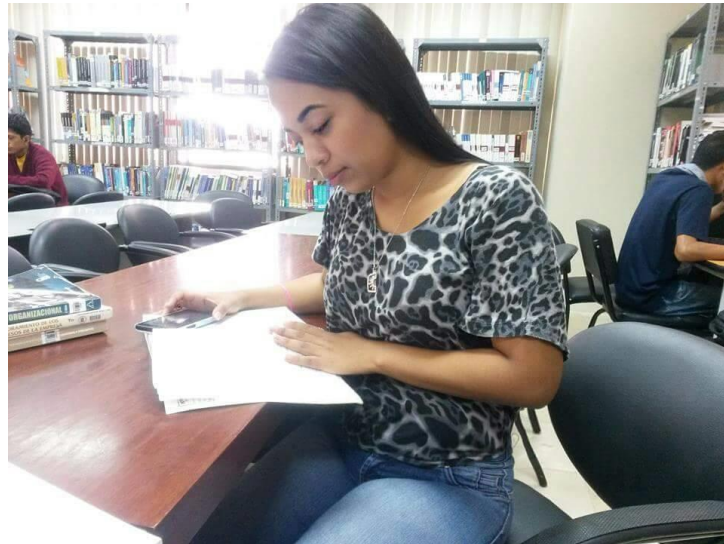


Anexo 6. FOTOS ENTREVISTAS





Anexo 7. REALIZANDO INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL



Anexo 8. CERTIFICADO DE PLAGIO - URKUND

Document: [TESIS FINALIZADA.docx](#) (D15856746)

Submitted: 2015-10-26 00:32 (-05:00)

Submitted by: estefani.solis@hotmail.com

Receiver: eziadetb.unemi@analysis.orkund.com

Message: TESIS FINALIZADA [Show full message](#)

1% of this approx. 31 pages long document consists of text present in 3 sources.

List of sources

- <http://ictur.sectur.gob.mx/index.php/eventos/eventos-2015/2-uncategorised/83-con...>
- [CURRICULUM TECNOLOGIA.docx](#)
- [Trabajo de Titulacion.doc](#)
- [Abigailo Behr Trabajo de titulacion.doc](#)
- [Políticas de Educación Alejandra Davila.docx](#)
- [desarrollo-local.pptx](#)
- [Luis Ramirez Velasquez - Perfil de trabajo de grado.docx](#)
- <http://www.iner.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/15-DECRETO-1285...>

De Resultados De La Entrevista ENTREVISTA REALIZADAS A PROFESIONAL EN EL CAMPO TURISTICO

PROFESIONAL PREGUNTA 1 PREGUNTA 2

Lic. Trudy Saltos Directora Del Departamento De Dirección Del Medio Ambiente Y Turismo Del GAD Municipal Del Cantón Milagro ¿Qué tipo de ayuda brinda el municipio a las empresas privadas que fomentan el turismo? ¿La ayuda que el Municipio realiza es económica?

En: • Capacitaciones • Talleres Que mejoren su estándar de servicio sea restaurantes, hoteles, discotecas, vinculada al accionar que tengan ellos. No, aportamos económicamente en el sentido de mejorar ciertas infraestructuras que tenga que ver con el turismo Cantonal, pero no a las Empresas privadas que promueven el Turismo. Elaborado por: Irvin Vallejo González y Stefani Solis Terranova Cuadro 1515. Análisis Y Evaluación De Resultados De La Entrevista ENTREVISTA REALIZADAS A NO NATIVOS

PROFESIONAL PREGUNTA 1 PREGUNTA 2 PREGUNTA 3

Ing. Miguel Echarte No Nativo (En milagro llevo 1 año y 10 meses.) Usted considera que ¿los empresarios de Milagro tienen una visión emprendedora? ¿Qué considera usted que se debería hacer para que el turismo surja y genere una mayor visita por parte de las personas que habitan fueran del cantón? ¿Usted cree que las empresas se realicen algún tipo de innovación, incidiría en las visitas del turista?

Si, y en la UNEMI hay centro de emprendimiento en lo cual organizan feria, y si se puede observar que los estudiantes si tienen idea. ¿Usted ha visto algún tipo de cambio, innovación? Buen he visto que se han abierto: • locales comerciales • Restaurantes • Nuevas cafeterías. • Es necesario que ya se termine ciertas obras que se están llevando en la ciudad y que las carreteras este en buen estado, el alcantarillado. • las gentes es muy creativa seguramente que se van a ver oportunidades para innovar, para crear lugares turísticos. Si, todo lo que sea actividad comercial, va a traer personas de otros Cantones. Elaborado por: Irvin Vallejo González y Stefani Solis Terranova Cuadro 1616. Análisis Y Evaluación De Resultados De La Entrevista ENTREVISTA REALIZADAS A PROFESIONAL DE EMPRENDIMIENTO

PROFESIONAL PREGUNTA 1 PREGUNTA 2

ING. HUBER HECHEVERRIA DOCENTE DE GESTION DE CALIDAD. ¿Cómo usted ve a Milagro con respecto