



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**El financiamiento cooperativo como factor de crecimiento en los
emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa, período 2020-
2023.**

**Trabajo de titulación para optar al título de Licenciada en Contabilidad
y Auditoría**

Autor:

Calle Morejón Nayely Dayanara

Tutor:

PhD. Quispe Fernández Gabith Miriam

Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Nayely Dayanara Calle Morejón** con cédula de ciudadanía **0604296228**, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: **El financiamiento cooperativo como factor de crecimiento en los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa, período 2020-2023**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 01 de julio del 2025.



Nayely Dayanara Calle Morejón

C.I:0604296228

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **PhD. Gabith Miriam Quispe Fernández**, catedrático adscrito a la Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación: **EL FINANCIAMIENTO COOPERATIVO COMO FACTOR DE CRECIMIENTO EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PERÍODO 2020-2023**, bajo la autoría de **Nayely Dayanara Calle Morejón**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 25 días del mes de junio de 2025.



PhD. Gabith Miriam Quispe Fernández
C.I:1757261886

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

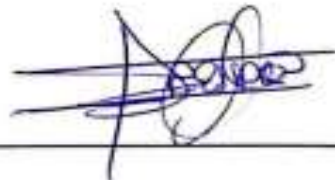
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “**El financiamiento cooperativo como factor de crecimiento en los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa, período 2020-2023**” por **Nayely Dayanara Calle Morejón**, con cédula de identidad número **0604296228**, bajo la tutoría de la **Dra. Gabith Miriam Quispe Fernández**; certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba al 01 de julio del 2025.

Msc. Pedro Larrea
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Msc. Otto Arellano
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Msc. Norma Jiménez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, Calle Morejón Nayely Dayanara con CC. 0604296228: la estudiante de la Carrera de **CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha desarrollado bajo mi tutoría el Proyecto de investigación titulado "**EL FINANCIAMIENTO COOPERATIVO COMO FACTOR DE CRECIMIENTO EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PERÍODO 2020-2023**", cumple con el 7% de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **COMPILATION**, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 22 de julio de 2025

PhD. Gabith Miriám Quispe Fernandez
TUTOR

DEDICATORIA

Primeramente, esta tesis la dedico principalmente a Dios y a mi virgencita de Fátima, ya que ha guiado y a bendecido mi camino siempre y me ha dado el impulso para poder cumplir y lograr este sueño.

A mi madre Nora Morejón que ha sido el pilar fundamental en mi vida que con su amor y fortaleza me ha animado a no darme por vencida. A mi padre Edison Calle por su constante apoyo.

Especialmente a mi más grande amor mi hija Arianais mi mayor fuente de inspiración y motivo de lucha, ya que por ella aprendí a ser más fuerte, valiente y perseverante.

También a mi super hermana Mariuxi, mi Cuñado Stalin, y mi sobrina Adita que, aunque están lejos me han animado en los momentos más difíciles y han creído en mí, y ha sido el motor para no rendirme.

A mis abuelitos y mi tío quienes estuvieron con sus palabras de aliento y compañía sincera.

Nayely Dayanara Calle Morejón

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la vida, sabiduría y fortaleza necesaria para poder superar cada obstáculo presentado durante esta trayectoria.

A mi madre por su gran amor incondicional y apoyo en toda mi etapa estudiantil por darme los mejores consejos y confianza para que esto se pueda lograr, a mi padre por su constante aliento.

A mis abuelitos y tío por siempre estar preocupados por mí y de mi proceso.

A mi hija que ha sido mi mayor motivación y la razón para seguir adelante y no darme nunca por vencida ya que su existencia me impulsa cada día a alcanzar mis metas con dedicación y cariño.

A mi hermanita, mi cuñado que me hacen mucha falta gracias por su apoyo y confianza por ser parte fundamental en mi vida. A mi amor chiquito como lo es mi sobrina que con su ternura y sonrisa me recuerda la importancia de cada día seguir luchando por este sueño.

A todos mis docentes que formaron parte de mi etapa universitaria que con sus conocimientos que me han brindado han sido la fuente de enseñanza para mí, y como no agradecer a mi docente tutora Doctorita; Gabith Quispe que me ha brindado su tiempo, paciencia, dedicación y conocimiento para que cada revisión sea mejor siempre los llevare en mi mente y en mi corazón.

A mi compañeras y amigas Evelyn, Teresa y Mishell que desde que nos conocimos de manera presencial me supieron brindar su amistad y de ellas aprendí a valorar la amistad y el cariño que me dan y que siempre estemos juntas y unidas para seguir compartiendo anécdotas.

Gracias a todos que de una u otra forma me apoyaron en este logro.

Nayely Dayanara Calle Morejòn

ÍNDICE GENERAL.

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR.....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS.....	
ÍNDICE DE FIGURAS.....	
RESUMEN.....	
ABSTRACT.....	
CAPÍTULO I.....	18
1 INTRODUCCIÓN	18
1.1 Planteamiento del problema	21
1.1.1 Problematicación.....	21
1.1.2 Justificación del problema:.....	24
1.2 Objetivos.....	25
1.2.1 Objetivo general.....	25
1.2.2 Objetivos específicos.....	25
1.3 Hipótesis	25
CAPÍTULO II	26
2 MARCO TEÓRICO	26
2.1 Estado del arte.....	26
2.2 Bases teóricas	28
2.2.1 Financiamiento	28

2.2.2	Financiamiento cooperativo	28
2.3	Tipos de financiamiento cooperativo.....	29
2.3.1	Tipos de créditos:	29
2.3.2	Tipos de tasas de interés:	30
2.3.3	Tipos de servicios financieros:.....	30
2.4	Factor de crecimiento	33
2.5	Medición del factor de crecimiento	33
2.6	Emprendimiento	34
2.6.1	Emprendimientos en el Ecuador.....	35
2.7	Emprendimiento turístico	35
2.7.1	Emprendimientos turísticos más reconocidos a nivel nacional:	35
2.7.2	Emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa:	36
CAPÍTULO III.....		38
3	METODOLOGÍA.....	38
3.1	Método de investigación deductivo.....	38
3.2	Tipo de investigación	38
3.2.1	De campo:.....	38
3.2.2	Documental:	38
3.3	Diseño de investigación.....	38
3.3.1	No experimental:	38
3.4	Nivel de investigación	39
3.4.1	Correlacional causal:	39
3.5	Enfoque de investigación.....	39
3.5.1	Enfoque Mixto:	39
3.6	Población de estudio	39
3.7	Tamaño de muestra	40
3.8	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
3.8.1	Encuesta:	41

3.9	Determinación de los instrumentos de la recogida de información.....	41
3.9.1	Cuestionario:	41
3.10	Valides y confiabilidad del instrumento SPSS.....	41
CAPÍTULO IV.....		42
4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN		42
4.1	Caracterización de los emprendedores del Cantón Baños de Agua Santa.....	42
4.1.1	Género de los emprendedores	42
4.1.2	Edad de los emprendedores.....	43
4.1.3	Estado civil de los emprendedores	44
4.1.4	Nivel de educación	45
4.1.5	Es usted cabeza de familia.....	45
4.1.6	Núcleo familiar.....	46
4.1.7	Principal ingreso.....	46
4.1.8	Valor del principal ingreso	47
4.2	Los emprendimientos turísticos del cantón Baños de Agua Santa período 2020-2023.....	48
4.2.1	Zona del emprendimiento.....	48
4.2.2	Número de trabajadores	49
4.2.3	Sector	49
4.2.4	Tipo de emprendimiento	50
4.2.5	A quien pertenece el emprendimiento turístico	51
4.2.6	Funcionamiento del emprendimiento	52
4.2.7	Oferta del emprendimiento.....	53
4.2.8	Relación de si se encuentra inscrito en el SRI con el tipo de contribuyente	53
4.2.9	Expansión.....	54
4.2.10	Dificultades	55
4.2.11	Sector del emprendimiento y oferta	55
4.3	Financiamiento de los emprendimientos turísticos	56
4.3.1	Tipo de financiamiento.....	56

4.3.2	Tipo de financiamiento cooperativo por el que fue aplicado.....	57
4.3.3	Relación del tipo de financiamiento y tipo de emprendimiento	59
4.3.4	Ventajas del financiamiento cooperativo	63
4.3.5	Utilización del financiamiento cooperativo.....	63
4.3.6	Cantidad de financiamiento cooperativo	64
4.3.7	Tiempo del financiamiento cooperativo.....	65
4.3.8	Atraso en los pagos de su financiamiento cooperativo.....	66
4.3.9	Razones del atraso de su financiamiento.....	66
4.3.10	Tipo de emprendimiento con tipo de financiamiento cooperativo	67
4.3.11	Nivel de financiamiento con emprendimiento turístico	69
4.4	Relación del nivel del financiamiento cooperativo con el crecimiento emprendimientos	
	turísticos del Cantón Baños de Agua Santa periodos 2020-2023.....	70
4.4.1	Ingresos	70
4.4.2	Gastos.....	70
4.4.3	Ventas.....	74
4.4.4	Inversión.....	75
4.4.5	El crecimiento	81
4.5	HIPOTESIS.....	85
4.5.1	Modelo de reducción o de factorización	85
4.5.2	Modelo de regresión múltiple.....	87
5	CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	91
5.1	CONCLUSIONES	91
5.2	RECOMENDACIONES	91
6	BIBLIOGRAFÍA.....	93
ANEXOS		99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población total de emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa.	39
Tabla 2. Muestra total de la población.	40
Tabla 3. Estadísticas de procesamiento de casos.....	41
Tabla 4. Tablas estadísticas de fiabilidad	42
Tabla 5. Coeficientes de confiabilidad	42
Tabla 6. Género de los emprendedores.....	43
Tabla 7. Edad de los emprendedores	43
Tabla 8. Estado civil de los emprendedores.....	44
Tabla 9. Nivel de educación de los emprendedores	45
Tabla 10. Cabeza familiar de los emprendedores	45
Tabla 11. Núcleo familiar de los emprendedores.....	46
Tabla 12. Principal ingreso de los emprendedores	47
Tabla 13. Valor de su principal ingreso	48
Tabla 14. Zona del emprendimiento turístico.....	48
Tabla 15. Número de trabajadores del emprendimiento turístico	49
Tabla 16. Sector del emprendimiento turístico	50
Tabla 17. Tipo de emprendimiento turístico	51
Tabla 18. Propietario del emprendimiento turístico	52
Tabla 19. Lugar de funcionamiento del emprendimiento turístico.....	52
Tabla 20. Oferta del emprendimiento turístico.....	53
Tabla 21. Se encuentra inscrito en el SRI. Tipo de contribuyente	54
Tabla 22. Expansión del emprendimiento turístico	54

Tabla 23. Dificultades que enfrente a inicios de su actividad emprendedora.....	55
Tabla 24. Sector y oferta del emprendimiento	56
Tabla 25. Tipo de financiamiento del emprendimiento.....	56
Tabla 26. Tipo de financiamiento cooperativo	57
Tabla 27. Tipo de créditos	58
Tabla 28. Tipo de tasa de interés	58
Tabla 29. Tipos de servicios financieros	59
Tabla 30. Tipo de emprendimiento con el tipo de financiamiento	62
Tabla 31. Ventajas del financiamiento cooperativo.....	63
Tabla 32. Utilización del financiamiento cooperativo	64
Tabla 33. Monto del financiamiento cooperativo.....	65
Tabla 34. Tiempo del financiamiento.....	65
Tabla 35. Atraso en el financiamiento.....	66
Tabla 36. Razones del atraso.....	67
Tabla 37. Emprendimiento con financiamiento cooperativo.....	68
Tabla 38. Financiamiento con crecimiento.....	69
Tabla 39. Rango mensual de ingresos	70
Tabla 40. Monto de gastos mensuales del emprendimiento turístico.....	71
Tabla 41. Gastos operativos del emprendimiento	72
Tabla 42. Gastos con ingresos	73
Tabla 43. Valor de ventas proyectadas	74
Tabla 44. Rendimiento de ventas.....	75
Tabla 45. Perspectivas de inversión	76
Tabla 46. Inversión del emprendimiento turístico.....	76

Tabla 47. Actividades de marketing.....	77
Tabla 48. Crecimiento del emprendimiento	78
Tabla 49. Inversión con financiamiento.....	80
Tabla 50. Inversión	81
Tabla 51. Influye el financiamiento en el crecimiento	82
Tabla 52. Expectativas de crecimiento.....	82
Tabla 53. Como manejas la competencia para el crecimiento.....	83
Tabla 54. Factores para el crecimiento.....	84
Tabla 55. Unión de factores.....	86
Tabla 56. Reducción de factores 2	86
Tabla 57. Modelos de las variables.....	87
Tabla 58. Resultados de los modelos	88
Tabla 59. Cambio de variables	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Provincias con mayor inversión en el turismo.....	22
Figura 2. Emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa	23

RESUMEN

Los emprendimientos son alternativas de trabajo que las personas buscan y las implementan para así poder tener un sustento para sacar adelante a sus familias. El objetivo fue determinar el financiamiento cooperativo como factor de crecimiento en los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa durante el periodo 2020 - 2023, por el método deductivo, tipo de campo bibliográfico con diseño no experimental, con un enfoque mixto y un nivel correlacional causal, se consideró como población a un total de 126 emprendimientos del cantón Baños de Agua Santa y una muestra de 96 emprendimientos turísticos. Los resultados obtenidos indican que los tipos de financiamiento cooperativo más utilizados por los emprendedores turísticos son: crédito comercial, crédito productivo, microcréditos, créditos inmobiliarios, créditos de consumos también optan por las tasas de interés ya sea nominal efectiva o de interés fijo y como una de las dos opciones que optaron los emprendedores también fueron depósitos a plazo o las cuentas de ahorro junto a eso las tarjetas de crédito. En conclusión, los emprendimientos turísticos más acogidos en el cantón Baños de Agua Santa son: bar, cafeterías, restaurantes, casas de huéspedes, hosterías, hoteles, hostales, entre otros de esto depende el crecimiento empresarial de los emprendimientos turísticos para así poder elegir el monto del financiamiento cooperativo que cada uno de ellos necesite. El financiamiento cooperativo no es un factor que influye en el crecimiento empresarial.

Palabras clave: financiamiento cooperativo, emprendimiento turístico, crecimiento, nominal.

ABSTRACT

Entrepreneurships are employment alternatives that individuals pursue and implement to generate income and support their families. This study aimed to determine whether cooperative financing serves as a growth factor for tourism ventures in the Baños de Agua Santa canton during the 2020–2023 period. A deductive method was applied, using a bibliographic field approach, non-experimental design, mixed methodology, and a correlational-causal level of analysis. The population consisted of 126 tourism ventures, with a sample of 96 analyzed. The results indicate that the most commonly used types of cooperative financing include commercial credit, productive credit, microcredits, real estate loans, and consumer loans. Entrepreneurs also choose various interest rate options—nominal, effective, or fixed—as well as financial products such as term deposits, savings accounts, and credit cards. It is concluded that the most common types of tourism businesses in the canton are bars, cafés, restaurants, guesthouses, inns, hotels, and hostels. However, the findings show that cooperative financing is not a determining factor in the growth of these ventures.

Keywords: cooperative financing, tourism business, growth, nominal interest rate

Reviewed by:

Mg. Lourdes del Rocío Quinata Encarnación

ENGLISH PROFESSOR

C.C 1803476215

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN

Un emprendimiento es el proceso de identificar, desarrollar y crear nuevas ideas de negocios o proyectos con el único objetivo de poder obtener beneficios, como ingresos económicos o sociales. Una persona emprendedora es la cual busca oportunidades y asume riesgos para de esta manera innovar y salir adelante en el mundo empresarial. Una de las características de un emprendedor es que debe ser creativo y tener pasión al momento de realizar su proyecto.

En la provincia de Tungurahua entre uno de sus 9 cantones existe el Cantón Baños de Agua Santa más conocido como el destino de aventura del Ecuador en el que se ofrece una gran cantidad de atractivos como: cascadas, santuario, aguas termales, actividades de aventuras entre otras.

Los emprendimientos con el pasar de los años han sido una opción tanto atractiva como desafiante para los emprendedores en las diferentes ciudades del Ecuador en el cual se ha evidenciado que el turismo es sobresaliente para que los turistas puedan disfrutar de cada servicio que brinda cada emprendimiento, como los hoteles, restaurantes, centros de diversión, agencias de viaje, cafeterías, discotecas.

En el cantón Baños de Agua Santa existe un sin número de emprendimiento mismos que han ayudado a la población a sobresalir de su situación económica desde su origen se sabe que los emprendimientos turísticos parte de la necesidad que una región tiene para poder satisfacer las necesidades de los turistas sea nacionales o extranjeros.

Estos emprendimientos tienen el objetivo de poder desarrollar su potencial y abrirse un camino en el mundo empresarial. Los emprendedores impulsados por su espíritu innovador, creatividad y éxito, se aventuran a crear sus propios negocios en el Ecuador.

Para esto los emprendedores deben tener un financiamiento los cuales han optado por

acceder al sistema de cooperativas de ahorro y crédito que brindan facilidades de créditos y servicios ofrecidos. Esto tiene grandes ventajas y beneficios para poder acceder al capital para financiar los proyectos. Los miembros de las cooperativas pueden contribuir ya sea con fondos iniciales para poner en marcha su negocio y respaldar el crecimiento.

Los emprendimientos turísticos en Ecuador son considerados factor de crecimiento debido a que es muy conocido por su biodiversidad y paisajes naturales espectaculares es rico en cultura y patrimonio ya que sus paisajes son montañosos. Los factores de crecimiento de los emprendimientos aumentan y desarrollan el negocio con el pasar del tiempo son factores fundamentales: para poder tener un éxito y expansión de la empresa, la demanda del mercado debe ser sostenible en cuanto a la necesidad que exista.

La presente investigación aborda el problema de la falta de financiamiento cooperativo para el crecimiento de los emprendimientos turísticos influenciado por el desconocimiento de fuentes de financiamiento cooperativo y miedo a endeudarse.

Con el objetivo de determinar el financiamiento cooperativo como factor de crecimiento en los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa e identificar los emprendimientos turísticos, también analizar las fuentes de financiamiento cooperativo que aplican y establecer la relación del nivel del financiamiento cooperativo en el crecimiento de los emprendimientos turísticos, se empleó una metodología deductiva con una investigación de campo y documental, con un diseño no experimental y un nivel de investigación correlacional causal, con un enfoque mixto que combinó el análisis de encuestas aplicadas a los emprendedores turísticos con un total de 126 emprendimientos turísticos, obteniendo una muestra de 96 emprendimientos turísticos.

Los resultados obtenidos nos permitieron concluir que el financiamiento cooperativo no es

influyente por ningún tipo de crecimiento como son los ingresos, gastos, ventas, inversiones y que el emprendimiento turístico más influyente son los restaurantes y hostales.

El documento se divide en cinco capítulos:

Capítulo I: Se analiza la problemática del tema, su justificación, formulación del problema y se establecen los objetivos de la investigación.

Capítulo II: Dentro de este capítulo está el marco teórico donde se observan los antecedentes de la investigación haciendo referencia a investigaciones enfocadas en el Financiamiento seguido de la conceptualización de las variables “Financiamiento Cooperativo” y “Factor de Crecimiento” que son el objeto de estudio.

Capítulo III: Contiene la metodología siendo una investigación con método deductivo con un tipo de investigación de campo y documental, con un diseño de investigación no experimental, con un nivel correlacional causal, de enfoque mixto tanto cualitativo como cuantitativo utilizando un cuestionario y la información estadística bibliográfica como instrumentos de recolección de datos aplicada en la muestra que se ha determinado mediante un muestreo probabilístico, también se valida la confiabilidad del cuestionario en el programa SPSS, se plantea la hipótesis de investigación y técnicas de procesamiento e interpretación de datos.

Capítulo IV: Se muestran los resultados obtenidos de la investigación en ella se puede evidenciar el análisis de los resultados del cuestionario con la aplicación de la prueba de hipótesis y con el coeficiente de verificación del cuestionario de Alfa de Cronbach.

Capítulo V: Se representa las conclusiones y recomendaciones.

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Problemática

Los emprendimientos turísticos a nivel internacional volvieron a superar la barrera del billón de dólares en el 2022 teniendo así un crecimiento de un 50% en comparación con el año 2021 propiciando un repunte con los viajes internacionales haciendo que el gasto de los visitantes alcance un 64% de los niveles pre pandémicos (Orús, 2023).

En Europa se obtuvo resultados con casi 550.000 millones de dólares mientras que Estados Unidos ingresos procedentes del turismo fueron 520.000 millones de dólares esto supone un 80% de cifras pre pandémicas mientras que en África se recuperó un 75% de los ingresos registrados antes de la crisis del COVID-19 en el Oriente Medio el 70% y en América el 68% como consecuencia de esto la prolongación del cierre y el crecimiento de emprendimientos con un ingreso en torno al 28% de sus valores anteriores de la pandemia (UNWTO, 2023).

Los emprendimientos turísticos a menudo enfrentan dificultades para obtener el financiamiento lo que pueden limitar su capacidad para expandirse y mejorar sus servicios, el sector turístico es altamente competitivo lo que puede dificultar que los emprendimientos se destaquen y atraigan clientes, los emprendedores turísticos pueden carecer de habilidades y conocimientos necesarios para poder administrar y hacer crecer sus negocios. Esto se ha convertido en una alternativa que tienen los gobiernos para un desarrollo de economía y disminución del desempleo como una medida de bienestar social que parte de la necesidad de una población o región para satisfacer las necesidades de los turistas buscan minorar el impacto que tiene en las actividades turísticas al medio ambiente y en culturas locales de la región.

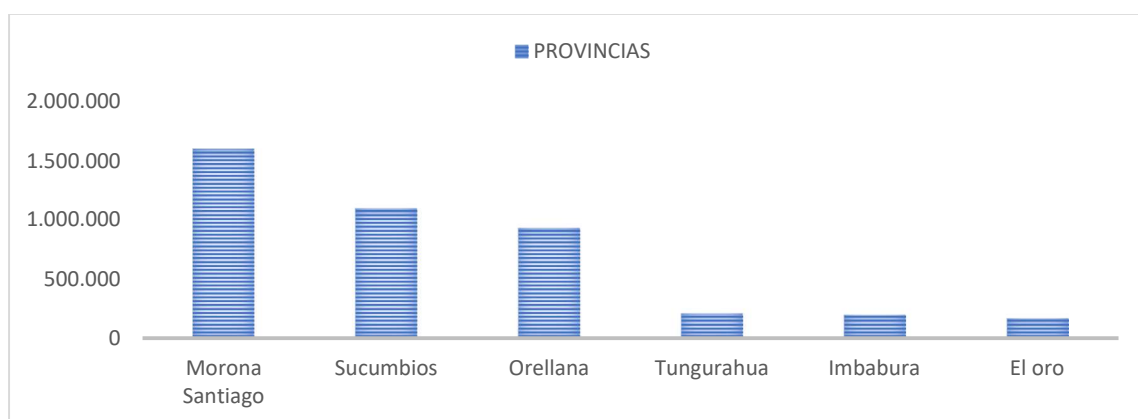
Según datos del Ministerio de Turismo (2023) en el Ecuador existen alrededor de 21.046 emprendimientos turísticos registrados desde el año 1.970 hasta la actualidad. La baja comprensión

de los emprendedores sobre las opciones de financiamiento cooperativo puede limitar un acceso a recursos financieros los cuáles podrían ser beneficiosos para el crecimiento de sus negocios. La falta de capacitación, la baja calidad de servicio, el acceso limitado a créditos bancarios o cooperativos y la desvinculación de la actividad turística del ordenamiento territorial y del plan estratégico del buen vivir han afectado la viabilidad de los emprendimientos turísticos a pesar de estos desafíos el turismo puede tener un impacto muy significativo y el crecimiento económico de un país ya que se puede generar empleo y oportunidades de negocio. Existen prestamos que ofrecen acceso a capital los cuáles se han convertido en una poderosa herramienta para así poder empoderar a las comunidades locales marcando diferencias significativas en la vida de las empresas como de los emprendedores.

Según un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el Ecuador se encontró que las provincias con mayor inversión en el turismo: son Morona Santiago la cual se ubica en el primer lugar con más de un millón 600 mil dólares, seguida por Sucumbíos donde se coloca un millón 96 mil dólares, Orellana alcanza una inversión de más de 930 mil dólares y en Tungurahua se invirtieron más de 210 mil dólares (INEC, 2022) (ver Figura 1).

Figura 1

Provincias con mayor inversión en el turismo.



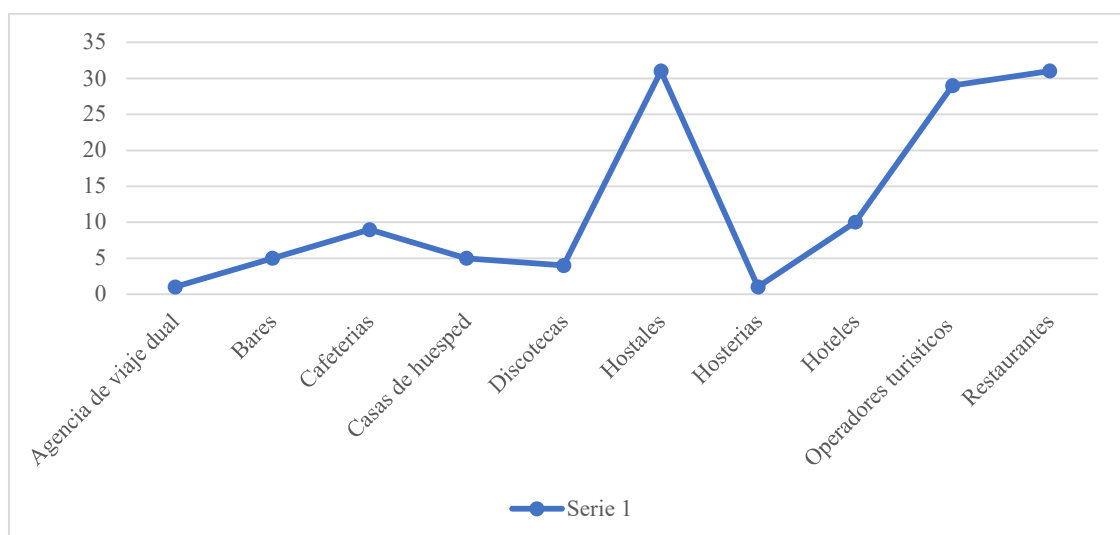
Nota: La figura muestra las provincias con mayor inversión en el turismo. Fuente: INEC (2023).

Existe una gran variedad de emprendimientos turísticos mismos que ayudan a la población a sobresalir de su situación económica desde su origen se entiende que los emprendimientos turísticos parten de una necesidad de una región para satisfacer necesidades de turistas sean nacionales o extranjeros, para ello cuando la población opta por iniciar un emprendimiento turístico o al momento de actualizar su situación económica optan por acudir al sector cooperativo para poder efectuar y desarrollar su emprendimiento (Polanco, 2020).

En el Cantón Baños de Agua Santa se ubica la mayor cantidad de los emprendimientos turísticos así se refleja en un informe del departamento de turismo en el que se menciona que desde el inicio de la pandemia se invirtió al menos 2.3 millones de dólares en el desarrollo de estos proyectos. Cristian Varela director de turismo del municipio indicó que en realidad los proyectos se ejecutaron entre el 2020 y el 2021 estos años se gestionaron sus permisos de funcionamiento correspondiente en este cantón existen alrededor de 126 emprendimientos turísticos desde el año 2020 al año 2023 (MINTUR, 2024) (ver figura 2).

Figura 2

Emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa



Nota: La figura muestra emprendimientos creados desde el año 2020. Fuente: (MINTUR, 2024).

Por lo tanto, se formula la siguiente pregunta de investigación : ¿El financiamiento cooperativo será un factor importante para el crecimiento de los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa periodo 2020-2023?

1.1.2 Justificación del problema:

El financiamiento cooperativo y el crecimiento en los emprendimientos turísticos son temas que tienen una gran importancia en el contexto mundial de los emprendimientos, el manejo adecuado de los ingresos y el desarrollo del emprendimiento son elementos claves para un crecimiento de los emprendimientos turísticos esto resulta muy importante, realizar una investigación que determine si el financiamiento cooperativo es el factor de crecimiento en los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa período 2020-2023.

En primer lugar analizando sobre los artículos del financiamiento cooperativo y el crecimiento de los emprendimientos turísticos como es el crédito cooperativo impacto e incentivo en el micro empresario local desarrollado por Paulina del Pilar Chávez en el que se define que los emprendedores no disponen de suficiente capital propio y requieren ayuda externa, el crédito cooperativo es un mecanismo de estímulo para los sectores productivos el cual se ha demostrado que el modelo de asociación tiene un impacto económico y social en la localidad. No existen estudios en el cantón Baños de Agua Santa ya que es inexistente y muy escasa para ello esta investigación se desarrollará por la necesidad de conocer y tener información relevante y actualizada sobre este tema.

El financiamiento cooperativo es crucial para poder desarrollar la idea de negocio más conocido como el emprendimiento, pero la falta de capacitación y el acceso limitado a recursos financieros hacen que los emprendedores tengan desconocimiento de los servicios que cada cooperativa presta, la cual es una herramienta necesaria para tomar una decisión consciente sobre

el uso del dinero en lo que se va a invertir, en el caso de este cantón existe una gran variedad de turismo y población muy variada es muy relevante entender que existe gran variedad de emprendimientos turísticos y cómo se relaciona con el financiamiento cooperativo. En los últimos años el uso del financiamiento cooperativo, experimentado significativamente ya que las no cuentan con capital propio y deciden emprender para obtener nuevos ingresos y satisfacer sus necesidades por eso analizar si el financiamiento cooperativo es el factor de crecimiento de los emprendimientos turísticos y el nivel de financiamiento cooperativo dentro del crecimiento de los emprendimientos turísticos como son ventas y gastos requieren inversiones significativas en la mejora de infraestructura marketing y servicios para así atraer nuevos turistas.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Determinar el financiamiento cooperativo como factor de crecimiento en los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa, período 2020-2023.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa período 2020-2023.
- Analizar las fuentes de financiamiento cooperativo que aplican en los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa periodo 2020-2023.
- Establecer la relación del nivel del financiamiento cooperativo en el crecimiento de los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa periodos 2020-2023.

1.3 Hipótesis

El financiamiento cooperativo es un factor influyente en el crecimiento de los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa periodo 2020-2023.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del arte

De acuerdo con un recorrido bibliográfico sobre los emprendimientos turísticos del cantón baños de agua Santa se pudo identificar que Ramírez (2016) analiza los emprendimientos como factor del desarrollo turístico rural sostenible identifica las principales razones que influyen en el escaso desarrollo del turismo en la parroquia: falta de capacitación, baja calidad del servicio que ofrecen para acceder a financiamientos (p.87).

De la misma manera Mayea (2020) explora las fuentes de financiamiento alternativas para las pequeñas y medianas empresas con un método bibliográfico reconociendo la realidad que enfrentan las PYMES que no pueden financiarse de una manera correcta porque en la actualidad existen muchas fuentes de financiamiento (p.65).

Así también Menéndez *et al.* (2018) examina factores que influyen en el emprendimiento y su incidencia en el desarrollo económico del Ecuador viendo la relación que existe entre emprendedores y crecimiento económico (p.14) por otra parte, Figueroa *et al.* (2022) se direccionó a conocer el financiamiento del emprendimiento turístico desde una perspectiva de género realizando un estudio del programa de financiación emprendedur (p.23).

Horna *et al.* (2020) investigo perspectivas del financiamiento corporativo y el mercado de valores del Perú, analizando el análisis del comportamiento del mercado de valores peruano, en cuanto a las emisiones de bonos corporativo (p.75). Castro *et al.* (2023) análisis de escenarios de financiamiento para fortalecer la liquidez de la cooperativa de ahorro y crédito Sumak Samy Ltda., los resultados del estudio indican que la falta de estrategias de financiamiento está generando problemas de liquidez en la institución, que impide el desarrollo normal de sus actividades (p.78).

Pertuz *et al.* (2025) análisis de las estrategias de financiamiento alternativo para proyectos sociales, esta investigación resalta la importancia de la colaboración entre instituciones financieras, el gobierno y el sector privado para respaldar el desarrollo económico y social en Colombia, y proporciona un marco sólido para abordar la sostenibilidad financiera de los proyectos sociales (p.132). Quevedo *et al.* (2021) impacto del financiamiento crediticio en la rentabilidad de las pymes en la provincia del Guayas, año 2021 el estudio concluyó que el crédito puede ser un motor de crecimiento empresarial, pero su efectividad depende del uso estratégico de los recursos, la planificación financiera y la capacidad de gestión (p.3).

Barinaga *et al.* (2025) la relación estado-cooperativas: un debate contemporáneo desde la regulación, el financiamiento y la capacitación técnica, se concluyó que la articulación efectiva entre regulación, financiamiento y capacitación técnica es esencial para el desarrollo y éxito de las cooperativas (p.22). Por último, Chávez (2020) en su artículo el crédito cooperativo. impacto e incentivo en el microempresario local con una metodología que enmarca un análisis de contenido. seleccionando materiales literarios asumiendo criterios de calidad (p.66).

Finalmente, se puede identificar que Ramírez estudio sobre financiamiento, financiarización y problemas del desarrollo, en cambio Mayea analizo sobre la importancia del financiamiento en el sector microempresario, mientras que Menéndez *et al.* estudio el emprendimiento: factores esenciales para su constitución. Por medio de los estudios realizados sobre el financiamiento y los emprendimientos turísticos y su crecimiento, se identifica que tienen más relación con el financiamiento, por lo tanto, se puede verificar que no existen estudios que tengan alguna relación directamente con la temática propuesta, por lo tanto esta investigación es de gran importancia ya que nos permitirá identificar los tipos de financiamiento cooperativo y su crecimiento de los emprendimientos turísticos del cantón baños de Agua Santa.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 *Financiamiento*

El término financiamiento se refiere al acto de proporcionar fondos, recursos o capital para llevar a cabo un proyecto de inversión o una actividad específica en este contexto económico y empresarial el financiamiento es esencial para permitir el crecimiento y desarrollo de las empresas, así como para llevar a cabo proyectos de diversa índole (Tomassian, 2018).

Perdomo (2015) indica que el financiamiento es la obtención de recursos económicos que pueden ser tanto internos y externos los cuales son necesarios para la operación eficiente de la empresa (p.366).

Para el tipo de financiamiento que se elija se debe evaluar varios factores como: el tamaño de proyecto, riesgo involucrado, capacidad de pago y condiciones de mercado entre otros sirven para tomar las decisiones financieras adecuadas y es fundamental evaluar cuidadosamente las opciones disponibles y sus indicaciones en términos de costos, requisitos, intereses, plazos de pago que tiene cada uno de estos financiamientos (Lopez, 2020).

2.2.2 *Financiamiento cooperativo*

El financiamiento cooperativo como su nombre lo dice tiene sus raíces en un movimiento cooperativo, las cooperativas son organizaciones formadas por un grupo de personas con intereses comunes que se unen para satisfacer sus necesidades económicas, sociales o culturales a través de alguna colaboración y toma de decisiones democráticas. Tienen sus orígenes en el siglo XIX y se atribuyen a varias personas y eventos que promovieron una idea de cooperación como una forma de mejorar condiciones económicas de las comunidades. Uno de los precursores más destacados del cooperativismo fue Robert Owen, un empresario británico que fundo la primera cooperativa de consumo en 1.844 en Inglaterra (Fernandez, 2018).

El financiamiento cooperativo puede ser especialmente beneficioso para pequeñas empresas, agricultores, artesanos y comunidades rurales ya que brinda un acceso a recursos financieros y servicios que pueden no estar fácilmente disponibles a través de otras instituciones financieras además las cooperativas también promueven una inclusión financiera y fomentan el ahorro e inversión entre sus integrantes (Villareal, 2017).

Las cooperativas de ahorro y crédito son el ejemplo más común del financiamiento cooperativo estas instituciones son propiedad de sus socios o miembros que operan con el fin de proporcionar servicios de ahorro y préstamo. Los miembros de una cooperativa de ahorro y crédito aportan sus depósitos y a cambio pueden acceder a préstamos con tasas de interés favorables y otros servicios financieros (Fabara, 2022).

2.3 Tipos de financiamiento cooperativo

2.3.1 Tipos de créditos: son productos financieros que permiten a las personas acceder a dinero para de esta manera poder adquirir tanto bienes como servicios cuyo valor debe ser mayor al de los recursos con el que cuenta la persona (BCE, 2022).

Entre los tipos de créditos tenemos:

- **Crédito productivo:** son créditos otorgados a sujetos que registren ventas anuales iguales o superiores a 100.000 dólares cuyo financiamiento esté dirigido a diversas actividades productivas.
- **Crédito comercial:** se otorga a las personas naturales obligadas a llevar contabilidad o personas jurídicas que sus ventas anuales sean superiores a 100.000 dólares destinados a la adquisición o comercialización de bienes y servicios para sus actividades productivas y comerciales.
- **Crédito de consumo:** se otorga a personas naturales para la adquisición de los bienes o

pago de servicios, que generalmente han pactado el pago a corto o mediano plazo.

- **Crédito educativo:** crédito que otorgan a jóvenes y adultos que no cuentan con recursos suficientes para iniciar sus estudios.
- **Crédito inmobiliario:** se otorga con una garantía hipotecaria a personas naturales para la adquisición o construcción a mediano o largo plazo.
- **Microcrédito:** es el otorgado a la persona natural o jurídica que tengan un nivel de ventas anuales inferiores o igual a 100.000 o prestatarios que cuenten con garantía solidaria, destinada para actividades de producción o comercialización.

2.3.2 Tipos de tasas de interés: son un porcentaje que representan un monto de dinero y la rentabilidad de la inversión por un período determinado de tiempo desde la teoría económica son el precio del dinero en el tiempo (BCE, 2022).

- **Tasas de interés nominal:** es la tasa de interés que se transforma proporcionalmente para poder multiplicar o dividir por un número la cual se utiliza solo en el interés simple.
- **Tasa de interés efectiva:** es la tasa de interés la cual se transforma de una manera exponencial y es utilizada solo en el interés compuesto.
- **Tasas de interés variable:** es la tasa de interés la cual significa que el valor del préstamo o crédito no cambiará durante el plazo del préstamo.
- **Tasa de interés fija:** es cuando la tasa de interés del préstamo o crédito puede cambiar en función a la tasa de interés preferencial del mercado.

2.3.3 Tipos de servicios financieros: actividades ofrecidas por las instituciones financieras que implican la gestión del dinero y otros tipos de recursos (BCE, 2022).

- **Cuenta de ahorro:** es un producto de las instituciones financieras que permite guardar dinero con seguridad y facilita una planificación financiera en el manejo de recursos.

- **Depósitos a plazo:** es cuando se puede retirar después de un periodo de tiempo pactado con la institución financiera el cual genera un interés mayor a la cuenta de ahorro.
- **Tarjetas de crédito:** es el documento emitido por la institución financiera que permite al usuario disponer de la línea de crédito para poder adquirir bienes o servicios en establecimientos que sean afiliados.
- **Tarjetas de débito:** es usada para retirar dinero y pagar consumos de compras realizadas en todos los establecimientos que sean autorizados.
- **Remesas:** son las transferencias de dinero que son realizadas por personas que viven en otro país, es el dinero enviado por personas que trabajan en el extranjero a su país de origen y cobrado por su familia.

Según la ley de economía popular y solidaria en el que tenemos los servicios y obligaciones que tienen las COAC son:

Art.- 92.- Las cooperativas de ahorro y crédito, según el segmento en que se ubiquen y previa autorización de la Superintendencia, podrán realizar las siguientes actividades u operaciones:

- a) Recibir recursos de los socios en depósitos de ahorro a la vista, exigibles mediante la presentación de libretas de ahorro u otros mecanismos de pago y registro.
- b) Recibir depósitos a plazo fijo, exigibles al vencimiento de un período no menor de treinta días, libremente convenido por las partes. Pueden instrumentarse en un título valor, nominativo, a la orden o al portador, pueden ser pagados antes del vencimiento del plazo, previo acuerdo entre la cooperativa y el socio.
- c) Asumir obligaciones por cuenta de terceros a través de aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito, así como por el otorgamiento de garantías, fianzas y cartas de crédito

internas y externas, o cualquier otro documento, de acuerdo con las normas y usos internacionales.

- d) Recibir préstamos de instituciones financieras del país y del exterior.
- e) Otorgar préstamos hipotecarios y prendarios, con o sin emisión de títulos, así como préstamos quirografarios.
- f) Realizar operaciones de factoraje financiero, esto es, negociar letras de cambio, libranzas, pagarés, facturas y otros documentos que representen obligación de pago creados por ventas a crédito, así como el anticipo de fondos con respaldo de los documentos referidos.
- g) Efectuar servicios de caja y tesorería.
- h) Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos, así como emitir giros contra sus propias oficinas o las de instituciones financieras nacionales o extranjeras;
- i) Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósito para su custodia y arrendar casilleros o cajas de seguridad para depósitos de valores.
- j) Actuar como emisor de tarjetas de débito.
- k) Adquirir y enajenar bienes muebles e inmuebles para su servicio.
- l) Emitir obligaciones con respaldo en la cartera de crédito hipotecaria o prendaria propia o adquirida, se originen en operaciones activas de crédito de otras instituciones financieras.
- m) Abrir oficinas operativas (sucursales y agencias), y agencias no financieras en el territorio nacional.
- n) Participar en la distribución de productos, servicios y programas estatales, actuar como entidades de pago de dichos programas y efectuar créditos o prestar servicios relacionados con aquellos (LOEPS, 2024).

2.4 Factor de crecimiento

El término factor de crecimiento puede referirse a cualquier elemento o variable que influye positivamente en el crecimiento económico de un país, región o industria. Estos factores pueden incluir inversiones, productividad, innovación, tecnología, educación, infraestructura entre otros (Rodríguez, 2019).

Emprendimiento y negocios: en el contexto empresarial los factores de crecimiento se refieren a elementos internos y externos que contribuyen al éxito de una empresa o emprendimiento estos factores pueden tener calidad, innovación o servicio, marketing efectivo, acceso a financiamiento, adaptabilidad del mercado entre otros (Vargas, 2020).

2.5 Medición del factor de crecimiento

En el caso de la presente investigación se consideran los siguientes indicadores de medición considerando las propuestas de Lazcano *et al.* (2012) (BID, 2019).

- **Ganancias o utilidades:** es un método infalible para determinar el crecimiento se debe analizar el año presente con el año anterior contando con un historial de ventas y ganancia antes y después de impuestos.
- **Ventas:** este indicador es el que se debe tener cuidado y análisis es el principal factor para crecer, el mayor volumen de ventas no necesariamente refleja las ganancias y ver si se mantienen ventas por clientes y facturas y por las unidades vendidas de cada producto.
- **Ingresos:** permitirán ver el rendimiento que se ofrece a los inversionistas con ventas de contado y a crédito, gastos fijos y pagos por deuda. Control de compras con plazos adecuados y manejo estratégico de deudas.
- **Oferta de servicios:** medio por el cual la empresa se aproxima a los clientes y usuarios y promocionan su negocio con detalles y pormenores de cada servicio o producto.

- **Expansión:** se analiza si es necesario aumentar personal, ampliar sedes, adquirir maquinarias y nuevas tecnologías sin que el valor de las finanzas sufra ningún cambio (BOLD, 2021).

Se considera con un alto nivel de crecimiento aquellas empresas que pasan de microempresas, pequeñas empresas en un periodo menor a 5 años y sus ventas mínimas anuales llegan al menos a 100.000 dólares Lazcano *et.al.* (2012), así mismo de acuerdo con el Banco Interamericano de desarrollo considera que el emprendimiento dinámico es aquel que logra un crecimiento sostenido de más del 35% en facturación anual durante los primeros 5 y 6 años.

2.6 Emprendimiento

Un emprendimiento puede definirse como cualquier intento de creación de una empresa que cuenta con el trabajo por cuenta propia o una expansión ya sea por una sola persona opera un grupo de personas el desarrollo económico puede ser variado (Ministerio de Educación, 2016).

Según Barros (2019) varios emprendimientos son hoy programas negocio o sistemas que sirven para el desarrollo diario de las personas algunos de los emprendimientos más conocidos a nivel mundial son:

- **Google:** fue fundada en 1998 con Larry Page fue creada para analizar cómo se conectan las páginas web con otras, revolucionó en la era de la navegación y la tecnología.
- **Snapchat:** es un servicio creado para comunicarse mediante imágenes y videos la cual tuvo muy buena acogida por la población mundial y es un medio de comunicación.
- **Uber:** es una compañía que conecta con servicios de taxi mediante teléfonos móviles esto surgió por la perseverancia de Kalanick y poder innovar un servicio que acoja necesidades de los consumidores.
- **Coca -Cola:** creado por John Stith Pemberton el 8 de mayo de 1886 era un farmacéutico

de la ciudad de Atlanta donde vendía un remedio para combatir dolores de cabeza y náuseas luego lo convirtió en una bebida refrescante muy acogida a nivel mundial.

2.6.1 Emprendimientos en el Ecuador

- **Nobis:** es una empresa ecuatoriana de moda y ropa que ha ganado un reconocimiento internacional por su calidad y diseño de prendas de abrigo.
- **La Fabril:** es una empresa líder en fabricación de productos y cuidado personal y limpieza.
- **Camari:** se dedica a la producción de chocolates de alta calidad que se utiliza cacao orgánico y métodos artesanales que son exportados a nivel internacional.
- **EcuaShoes:** marca de calzado sostenible que produce zapatos de ecológicos y de cuero con un enfoque en la moda sostenible.
- **Cervecería nacional:** es una de las empresas líderes en la industria cervecera ecuatoriana y produce marcas populares como Pilsener, Club y dorada (Forbes, 2020).

2.7 Emprendimiento turístico

El turismo es considerado como un factor de motivación para muchos emprendedores que crean negocios y siente la necesidad de crear un lugar para sacarlo adelante con el propósito de obtener una rentabilidad en el mercado.

En Ecuador existen alrededor de 21.046 emprendimientos turísticos registrados desde el año 1970. En el cantón Baños de Agua Santa desde el año 2020 se han registrado 126 emprendimientos turísticos (MINTUR, 2024).

2.7.1 Emprendimientos turísticos más reconocidos a nivel nacional:

En Ecuador, algunos emprendimientos turísticos destacados a nivel nacional son la Casona D'Alameda, la Cervecería de Santa Cruz, y la Ecofinca María Soledad en Tungurahua. Otros emprendimientos exitosos incluyen Burbujas al aire libre en Tababela, Kawsay Ballons cerca de

Otavaló, y Agave Spirit en la zona de la Mitad del Mundo.

- **Casona D'Alameda:** Boutique hotel en Quito con habitaciones de estilo, balcones, terrazas y eventos exclusivos.
- **Cervecería de Santa Cruz:** Primera cervecería artesanal de las islas Galápagos, con recorrido por la planta.
- **Burbujas al aire libre:** Emprendimiento en Tababela con burbujas, campers, domos, cabañas, jacuzzis, columpios y hamacas.
- **Ecofinca María Soledad:** Finca en el Valle Quillán con crianza de trucha, producción agropecuaria limpia, restaurante, áreas de camping, ecotienda y observación de naturaleza.
- **Kawsay Ballons:** Vuelos cautivos a orillas del Lago San Pablo, cerca de Otavaló.
- **Agave Spirit:** Tour de experiencia agave de la Mitad del Mundo, con historia, clases y productores (Ministerio de Turismo, 2023).

2.7.2 Emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa:

Baños de Agua Santa ofrece una amplia gama de emprendimientos turísticos, desde la Casa del Árbol y el Puente Colgante hasta actividades de aventura y termas naturales. El cantón se ha convertido en un destino popular para turistas que buscan relajación, aventura y conexión con la naturaleza, también cuenta con emprendimientos locales que han tenido gran acogida por los turistas tanto nacionales como internacionales estos emprendimientos turísticos se dividen en:

2.7.2.1 Actividades de Aventura:

- **Cascada El Pailón del Diablo:** Un lugar icónico para el canyoning, rafting y puenting.
- **La Casa del Árbol:** Con un puente colgante y columpios, ofrece vistas panorámicas.
- **Puente Colgante de San Francisco:** Un lugar emblemático para disfrutar de vistas panorámicas y actividades emocionantes.

2.7.2.2 Experiencias Naturales y Culturales:

- **Termas:** Baños cuenta con diversas termas de origen volcánico, como las Termas de la Virgen y las Termas el Salado.
- **Basilica de la Virgen de Agua Santa:** Un importante lugar de peregrinación y devoción religiosa.
- **Cascada El Manto de la Novia:** Un lugar para disfrutar de la naturaleza y tomar fotos memorables.
- **Miradores:** Diversos miradores ofrecen vistas espectaculares del volcán Tungurahua y la zona oriental.

2.7.2.3 Emprendimientos Innovadores:

- **Las manos de Dios:** Un nuevo proyecto turístico con un par de manos gigantes, un puente de madera y una casa del duende.
- **Nido del Águila:** Un hotel familiar con vistas panorámicas al volcán Tungurahua.
- **Ojos del Volcán:** Un mirador con vistas espectaculares al volcán Tungurahua.

2.7.2.4 Otras opciones de emprendimientos turísticos :

- **Guía de turismo:** Incluye nuevos atractivos como la Mano de la Pachamama y el Pailón del Diablo nocturno.
- **Actividades en Illuchi:** Existe miradores espectaculares hacia la zona oriental y una vista increíble de los atractivos turísticos.
- **Recorrido por la Sierra Norte:** Hay nueve rutas para disfrutar de la Sierra Norte del país (Cámara de Turismo de Baños, 2024).

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 Método de investigación deductivo

Según Newman (2020) el método deductivo consiste en la obtención de conclusiones generales a partir de aspectos particulares es decir este método parte de la hipótesis específica para poder obtener información general del objeto de estudio (p.182). La cual se aplicó al momento en el que se determinó si el financiamiento cooperativo es el factor de crecimiento para los emprendimientos del cantón Baños de Agua Santa.

3.2 Tipo de investigación

3.2.1 De campo: se acudió a los emprendimientos del Cantón Baños de Agua Santa lugar donde se obtuvo la información necesaria con el propósito de dar cumplimiento los objetivos planteados. Según Rhoton (2022) es el proceso que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan sin ser manipulados.

3.2.2 Documental: se realizó a través de una recolección de información en los distintos emprendimientos turísticos del cantón sobre qué tipo de financiamiento cooperativo tienen y el crecimiento que han tenido desde su creación. Según Ortega (2020) es una técnica cualitativa en la cual se recopilan y se selecciona la información a través de las lecturas de documentos libros revistas en orden lógico.

3.3 Diseño de investigación

3.3.1 No experimental: se utilizó este diseño ya que no existió manipulación de variables dependiente como independiente en este caso el financiamiento cooperativo y el factor de crecimiento. Según Escamilla (2021) es aquel diseño que es realizado sin manipular las variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en

su contexto natural para después analizarlos.

3.4 Nivel de investigación

3.4.1 *Correlacional causal:* La investigación fue de tipo correlación causal ya que tuvo el propósito de medir el grado de relación que existió entre dos o más conceptos o variables que poseen una variación conjunta y también se comprobó estadísticamente si el crecimiento del emprendimiento turístico depende del financiamiento cooperativo.

3.5 Enfoque de investigación

3.5.1 *Enfoque Mixto:* Se utilizó un enfoque mixto tanto cuantitativo como cualitativo ya que con los datos recolectados realizamos tablas en el programa SPSS nos sirvió para comprobar la hipótesis establecida para poder dar una solución viable de este problema.

3.6 Población de estudio

Para la ejecución de la investigación se recurrió a identificar todos los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa del año 2020 al año 2023 con un total de 126 que están en la base de datos del Ministerio de turismo (ver tabla 1).

Tabla 1.

Población total de emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa.

Tipo de emprendimiento turístico	Número
Agencia de viaje dual	1
Bares	5
Cafeterías	9
Casas de huéspedes	5
Discotecas	4
Hostales	31
Hostería	1
Hoteles	10
Operadores turísticos	29
Restaurantes	31
Total, de emprendimientos	126

Nota: La tabla muestra el total de emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa desde el año 2020-2023 que constituyen el universo de esta población. Fuente: MINTUR (2024).

3.7 Tamaño de muestra

Se determina el tamaño de muestra utilizando la muestra para población finita. El presente estudio empleo un muestreo probabilístico, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1)(\frac{e}{Z})^2 + (p * q)}$$

Donde:

n= Tamaño de la población

N= Población

Z= Nivel de confianza (95%) 1,96

e= Error de la muestra (5%)

p= Probabilidad a favor (50%)

q= Probabilidad en contra (50%)

$$n = \frac{126 * 0,5 * 0,5}{(126 - 1)(\frac{0,05}{1,96})^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 96$$

En base a los resultados de la muestra aplicando la formula anterior se encuestaron a 96 emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa (ver tabla 2).

Tabla 2.

Muestra total de la población.

TIPO	Número de emprendimientos	Porcentaje	Número de encuestas
Agencia de viaje dual	3	2,38%	2
Balnearios	1	0,79%	1
Bares	5	3,97%	3
Cafeterías	9	7,14%	7
Casa de huéspedes	5	3,97%	3
Discotecas	2	1,59%	1
Hostales	29	23,02%	23
Hostería	1	0,79%	1
Hoteles	10	7,94%	7
Operadores turísticos	29	23,02%	23
Refugios	1	0,79%	1
Restaurantes	31	24,6%	24
TOTAL	126	100%	96

Nota: Se muestra el total de los emprendimientos turísticos. Fuente: Elaboración propia.

3.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.8.1 Encuesta: nos permitió obtener información importante referente al tipo de emprendimiento, financiamiento cooperativo y algunos datos característicos de los emprendedores se aplicó a todos los dueños de cada emprendimiento.

3.9 Determinación de los instrumentos de la recogida de información

3.9.1 Cuestionario: se efectuó una lista de preguntas que fueron realizadas con el objetivo de obtener respuestas relacionadas al financiamiento cooperativo y el crecimiento del emprendimiento turístico.

3.10 Valides y confiabilidad del instrumento SPSS

Para poder determinar la confiabilidad del instrumento que es la encuesta se recurrió a al análisis estadístico mediante el Alfa de Cronbach en el programa IBM SPSS ya que es un programa muy confiable para este tipo de estudio, nos ayuda a medir la fiabilidad de los ítems planteados para esta investigación, se realizó una prueba piloto con 20 emprendedores del Cantón Baños de Agua Santa que cumplieron con las características de la muestra de nuestro estudio tal como la muestra la tabla 3 en el total de los casos analizados.

Se realizó una validación de los ítems por parte de la Tutora del proyecto de investigación siendo la Responsable encargada del Grupo Semillero de investigación.

Tabla 3.

Estadísticas de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Nota: a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento. Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO IV

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados del índice de Alfa de Cronbach muestran un 96,90% (tabla 4) según la encuesta aplicada a 96 emprendedores turísticos del Cantón Baños de Agua Santa esto quiere decir que los datos proporcionados son confiables ya que el indicador según la tabla tiene un valor mayor al 0,9 es decir es excelente (ver tabla 5).

Tabla 4.

Tablas estadísticas de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alda de Cronbrach	N de elementos
,969	96

Nota: Fiabilidad del cuestionario. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.

Coefficientes de confiabilidad

Rangos	Magnitud
Coeficiente alfa > 0.90	Excelente
Coeficiente alfa > 0.80	Bueno
Coeficiente alfa > 0.70	Aceptable
Coeficiente alfa > 0.60	Cuestionable
Coeficiente alfa > 0.50	Pobre
Coeficiente alfa < 0.50	Inaceptable

Nota: Grado de confiabilidad del cuestionario. Fuente: Elaboración propia.

4.1 Caracterización de los emprendedores del Cantón Baños de Agua Santa

4.1.1 Género de los emprendedores

El 60,40% de los emprendedores turísticos son de género masculino, el 38,50% son de género femenino, mientras que el 1% prefiere no decir su género. Por lo tanto, se observa que la mayoría de los emprendedores turísticos son de género masculino en el Cantón Baños de Agua Santa, los cuales son los encargados de dar el sustento económico día a día a su familia y encargarse

de los emprendimientos (ver tabla 6).

Tabla 6.

Género de los emprendedores

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	37	38,50%
Masculino	58	60,40%
Prefiero no decirlo	1	1%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestran el género de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.1.2 Edad de los emprendedores

Los emprendedores turísticos tienen una edad entre 18 a 25 años con el 6,30%, 77% entre 26 a 45 años, el 14,60% 46 a 55 años y por último el 2,10% más de 56 años. Se concluye que la edad más representativa es entre 26 a 45 años son emprendedores que han decidido optar por un emprendimiento que ayude y sea sustento para sobresalir día a día con su familia ya que algunos de ellos no han podido conseguir trabajo por sus estudios y han decidido emprender (ver tabla 7).

Tabla 7.

Edad de los emprendedores

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-25 años	6	6,30%
26-35 años	37	38,50%
36-45 años	37	38,50%
46-55 años	14	14,60%
56 años a más	2	2,10%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra la edad de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.1.3 Estado civil de los emprendedores

El 66,70% de los emprendedores turísticos son casadas es decir los emprendimientos nacen de la idea de emprender junto a su familia y sus hijos, el 25% son solteras, debido a que algunos estudian pero no consiguen trabajo rápido y deciden tener una nueva idea de negocio para sustentar su día a día, el 4,20% son divorciadas que por una u otra razón no se ha entendido con sus familias y han decidido emprender por manera separada para tener un sustento económico, el 1% son viudas, y en unión de hecho y por último el 2,10% son otro estado civil como puede ser unión libre. La mayoría de los emprendedores son casados es decir estos emprendimientos nacen de una idea familiar para poder tener un ingreso para sustentar su día a día esto quiere decir que los emprendimientos son ideas familiares, también existe emprendedores solteros ya que han emprendido porque no han podido obtener trabajo de acuerdo con su estudio y poder salir adelante de una u otra manera (ver tabla 8).

Tabla 8.

Estado civil de los emprendedores.

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	24	25%
Casado	64	66,70%
Divorciado	4	4,20%
Unión de hecho	1	1%
Viudo	1	1%
Otro	2	2,10%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra el estado civil de la población. Fuente: Elaboración propia base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.1.4 Nivel de educación

El nivel de educación refleja 20,80% tecnología, 27,10% secundaria, 44,80% educación superior, 2,10% primaria, 5,20% otro tipo de educación. La mayoría son universitarios, debido a la situación del país no existe empleos pese a sus estudios.(ver tabla 9).

Tabla 9.

Nivel de educación de los emprendedores

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	2	2,10%
Secundaria	26	27,10%
Tecnología	20	20,80%
Superior	43	44,80%
Otro	5	5,20%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra el nivel de educación de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.1.5 Es usted cabeza de familia

El 66,70% de emprendedores turísticos son cabeza de familia, 20,80% no lo son, 12,50% su conyugue la cabeza de familia. La mayoría de los emprendedores son cabeza de familia, con la obligación de buscar un ingreso para subsistir con su familia. (ver tabla 10).

Tabla 10.

Cabeza familiar de los emprendedores

Cabeza familiar	Frecuencia	Porcentaje
Si	64	66,70%
No	20	20,80%
Conyugue	12	12,50%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra si es cabeza de familia de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado

a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.1.6 *Núcleo familiar*

Los datos más representativos sobre el núcleo familiar, en un 60,40% este compuesto por 4 a 8 personas en su núcleo familiar incluida la persona encuestada, el 38,50% son de 0 a 3 personas que son la pareja y un hijo, el 1% por 9 a más personas. El núcleo familiar de la mayoría de los emprendedores turísticos está compuesto por 4 a 8 personas esto quiere decir que son la pareja con sus hijos, y en algunos casos con sus padres, se observa que se procura malgastar el dinero debido a la difícil situación del país que existe mucho desempleo y mucha inseguridad en el país (ver tablas 11).

Tabla 11.

Núcleo familiar de los emprendedores

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
0 -3 personas	37	38,50%
4-8 personas	58	60,40%
9 a más personas	1	1,10%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra el núcleo familiar de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.1.7 *Principal ingreso*

El 85,40% su principal ingreso es del emprendimiento turístico ya que cada emprendedor toma la decisión de crear un negocio y emprender para así poder obtener un ingreso o ganancia para el bienestar y cuidado de su familia, mientras que el 7,30% son otros ingresos ya sea por negocios específicamente no el emprendimiento turístico o por trabajos en empresas públicas o privadas o ingresos de la familia, el 6,30% su principal ingreso es del cónyuge ya que algunas no

son cabeza familiar cómo es el género femenino y tienen otro trabajo el cual es su principal ingreso que asumen la mayor parte de responsabilidad económica y por último el 1% su principal ingreso es de un bono que reciben de manera mensual o semestral. En conclusión el principal ingreso de la mayoría de los emprendedores es la ganancia que obtienen por el emprendimiento turístico debido a que esto se ha convertido en una manera de poder sobresalir teniendo así un ingreso para su familia debido a que hoy en día se ha podido evidenciar que existe mucho desempleo y lo mejor es optar crear un emprendimiento desarrollando ideas y vivir de manera digna el día a día, teniendo la capacidad de cubrir necesidades básicas y una estabilidad financiera (ver tabla 12).

Tabla 12.
Principal ingreso de los emprendedores

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Emprendimiento	82	85,40%
Hijos	0	0%
Conyugue	6	6,30%
Bono	1	1%
Otro	7	7,30%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra el principal ingreso de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.1.8 Valor del principal ingreso

Un 28,10% su ingreso mensual esta entre el rango de hasta 1.000 dólares, 26% con un ingreso de hasta 500 dólares, 19,80% hasta 3.000 dólares, 17,70% hasta 6.000 dólares mientras el 8,30% de 6.001 dólares en adelante. El ingreso mensual está en un rango razonable debido a que con esto pueden sustentar todos sus gastos personales, familiares y gastos como del negocio que puede ser maquinaria, infraestructura, materia prima (ver tabla 13).

Tabla 13.

Valor de su principal ingreso

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
0 a 500 USD	25	26%
501 a 1000 USD	27	28,10%
1011 a 3000 USD	19	19,80%
3001 a 6000 USD	17	17,70%
6001 a más USD	8	8,30%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra el valor de su principal ingreso de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2 Los emprendimientos turísticos del cantón Baños de Agua Santa período 2020-2023.

4.2.1 Zona del emprendimiento

La mayoría de los emprendimientos turísticos han sido creados en la zona urbana el 89,60% es decir dentro del Cantón Baños de Agua Santa y el 10,40% en la zona rural como son los operadores turísticos y algunos hostales se encuentran en las afueras del Cantón. Se concluye que la mayoría son en la zona urbana, ya que los turistas buscan lo más cercano y atractivo, mejorando poco a poco para satisfacer necesidades de la población (ver tabla 14).

Tabla 14.

Zona del emprendimiento turístico.

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Urbana	83	86,50%
Rural	13	13,50%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra la zona del emprendimiento turístico de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del

cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2.2 *Número de trabajadores*

La mayoría de los emprendimientos como el 58,30% cuenta con un total de 0 a 3 trabajadores, el 37,50% con 4 a 8 trabajadores, el 4,20% con 9 a 21 trabajadores. El mayor porcentaje de emprendimientos cuentan con pocos trabajadores, la mayoría son emprendimientos familiares y no cuentan con ingresos, para poder pagar a más trabajadores, es notable que pocos emprendimientos tienen entre 9 a 21 trabajadores, generalmente son hoteles, hostales, restaurantes los que necesitan más personal para poder cumplir con las obligaciones y dar todos los servicios que ofrecen a los turistas y a la población del cantón de una manera amable y satisfactoria (ver tabla 15).

Tabla 15.

Número de trabajadores del emprendimiento turístico

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
0-3 trabajadores	56	58,30%
4-8 trabajadores	36	37,50%
9-21 trabajadores	4	4,20%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra número de trabajadores de los emprendimientos turísticos. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2.3 *Sector*

El 89,60% de emprendimientos turísticos pertenecen al sector de servicios, 6,30% a otro sector puede ser industrial, artesanal, agrícola y el 4,20% al sector de comercio. La mayor parte de emprendimientos turísticos se encargan de brindan servicios ya sea de alimentos, hospedajes,

cafeterías, transporte entre otros servicios , en el sector de comercio está el circuito de cascadas que brindan los operadores turísticos (ver tabla 16).

Tabla 16.

Sector del emprendimiento turístico

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Comercio	4	4,20%
Servicios	86	89,50%
Otro	6	6,30%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra el sector del emprendimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2.4 Tipo de emprendimiento

El 24% de los emprendimientos turísticos son hostales, el 24% restaurantes, 7,30% cafeterías, 7,30% hoteles, 24% operadores turísticos, 4,20% bares, 3,10% casa de huéspedes, 2,10% agencias de viajes, 1% hosterías, 1%, refugios, 1% balnearios y por último el 1% son discotecas. La gran parte de emprendimientos turísticos son hostales ya que optan por crear uno de estos para brindar alojamiento a los turistas ya sean nacionales o extranjeros satisfaciendo las necesidades de los turistas también se tiene con un porcentaje alto los restaurantes ya que se encargan de brindar servicios de alimentación para que puedan disfrutar de cada uno de sus sabores y menús. También son operadores turísticos y agencias de viaje brindan servicios para transportar a los turistas en sus chivas y diferentes paquetes de viaje a los distintos lugares turísticos del cantón cada uno encargado de cumplir las necesidades de los turistas y dar lo mejor de sus servicios, luego están las cafeterías que ofrecen espacios sociales para los turistas y proporcionan un ambiente relajante, los bares y discotecas son de gran ayuda para el entretenimiento de los turistas y de la

población, los refugios junto con los balnearios ofrecen experiencias de bienestar, relajación y contacto con la naturaleza (ver tabla 17).

Tabla 17.

Tipo de emprendimiento turístico

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viajes	2	2,10%
Balnearios	1	1%
Bares	4	4,20%
Cafeterías	7	7,30%
Casa de huéspedes	3	3,10%
Discotecas	1	1%
Hostales	23	24%
Hostería	1	1%
Hoteles	7	7,30%
Operadores turísticos	23	24%
Refugios	1	1%
Restaurantes	23	24%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de emprendimiento turístico de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2.5 A quien pertenece el emprendimiento turístico

El 47,90% de los emprendimientos es propio, el 34,40% son emprendimientos de la familia, el 10,40% son de socios y el 7,30% son otro puede ser de grupos de amigos o asociaciones. La mayoría de los emprendimientos optan por ser propios debido a que son sus ideas de negocios que nacen de la idea de cada uno y también en algunos casos son creadas para tener un ingreso más en su cartera y algunos emprendedores prefieren hacerlo solas para no tener que compartir ni dividir sus ganancias en algunos casos optan por emprender con sus familias los cuales aportan para la creación del emprendimiento turístico una opción viable para los emprendedores generando

una mayor comunicación y confianza con el compromiso de fomentar el espíritu emprendedor y llegar al acuerdo de dividir sus ingresos y gastos (ver tabla 18).

Tabla 18.

Propietario del emprendimiento turístico

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Propio	46	47,90%
Familia	33	34,40%
Socios	10	10,40%
Otro	7	7,30%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra a quien pertenece el emprendimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2.6 Funcionamiento del emprendimiento

El 39,60% tienen sus emprendimientos turísticos en locales propios como son hostales, hoteles, balnearios, casas de huéspedes, el 33,30% son locales arrendados como pueden ser cafeterías, discotecas, restaurantes, el 24% locales de familia y el 3% funcionan en otros locales. La gran parte de emprendedores tienen negocios propios para evitar pagar cantidades de dinero por arriendo esto ayuda a obtener ganancias y tener una expansión (ver tabla 19).

Tabla 19.

Lugar de funcionamiento del emprendimiento turístico

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Local Propio	38	39,60%
Local de arriendo	32	33,30%
Local de la familia	23	24%
Otro	3	3,10%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra donde funciona el emprendimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2.7 Oferta del emprendimiento

El 59,40% oferta servicios, el 13,50% bienes, el 8,30% oferta productos y el 18,80% oferta productos, bienes y servicios. La gran parte de emprendimientos tienen como oferta los servicios ya que la mayoría son restaurantes, hoteles, cafeterías, agencias de viaje, entre otro. Junto a esto los servicios de alimentos, servicios de alojamiento que deben ser acompañados con un buen trato hacia el cliente (ver tabla 20).

Tabla 20.

Oferta del emprendimiento turístico

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Productos	8	8,30%
Bienes	13	13,50%
Servicios	57	59,40%
Todas las anteriores	18	18,80%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra que oferta el emprendimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2.8 Relación de si se encuentra inscrito en el SRI con el tipo de contribuyente

La mayoría de los emprendedores están inscritos en el SRI el 32,30% pertenecen al RIMPE emprendedor, el 33,30% pertenecen a RIMPE Negocio Popular, el 17,20% son personas naturales, el 10,80% son personas jurídicas y el 5,40% están registrados como artesanos, mientras el 3,10% de emprendimientos no están inscritos y el 4,10% se encuentran en trámite haciendo documentos

para poder estar al día con sus obligaciones. La mayoría son RIMPE negocio popular debido a que sus ventas anuales superan el valor establecido y brindan servicios. Es muy importante encontrarse inscrito en el SRI para tener su funcionamiento y obligaciones en regla ya que el no estar inscrito tiene muchas consecuencias como multas (ver tabla 21).

Tabla 21.

Se encuentra inscrito en el SRI. Tipo de contribuyente

		¿Qué tipo de contribuyente es?					
		Emprendedor	Negocio popular	Artesano	Persona natural	Persona jurídica	En trámite
Inscrito en el SRI	SI	32,30%	33,30%	5,40%	17,20%	10,80%	1,10%
	NO	0%	0%	0%	0%	0%	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de contribuyente de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2.9 Expansión

Los emprendedores del cantón Baños de Agua Santa en relación con la expansión del emprendimiento turístico el 42,70% ha podido expandirse como negocio mientras el 57,30% no lo han logrado. Esto se debe a que sus ventas no han sido altas y a situaciones como pandemia, inseguridad en el Ecuador y muchas razones que han preferido en algunos casos en invertir en materia prima que en infraestructura y la obtención de nuevas sucursales (ver tabla 22).

Tabla 22.

Expansión del emprendimiento turístico

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	41	42,70%
No	55	57,30%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra si existió expansión del emprendimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2.10 Dificultades

El 58,30% de los encuestados pasan por la dificultad de la falta de financiación, 51,10% por la competencia que existe entre emprendimientos, 43,80% falta de conocimiento y un 51% por intentar crecer rápido como negocio, el 46,90% tiene miedo al fracaso y el 54,10% tiene riesgo financiero sus ventas no fueron muy favorables (ver tabla 23).

Tabla 23.

Dificultades que enfrente a inicios de su actividad emprendedora

Indicadores	Falta de Financiación		Competencia		Falta de conocimiento de negocio		Intentar crecer rápido		Miedo al fracaso		Riesgo financiero	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Muy en desacuerdo	12	12,50%	10	10,40%	13	13,50%	9	9,40%	14	14,60%	9	9,40%
En desacuerdo	14	14,60%	13	13,50%	17	17,70%	20	20,80%	26	27,10%	20	20,80%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	14	14,60%	24	25%	24	25%	18	18,80%	11	11,50%	15	15,60%
De acuerdo	39	40,60%	35	36,50%	31	32,30%	41	42,70%	35	36,50%	37	38,50%
Muy de acuerdo	17	17,70%	14	14,60%	11	11,50%	8	8,30%	10	10,40%	15	15,60%
TOTAL	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%

Nota: La tabla muestra las dificultades del emprendimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.2.11 Sector del emprendimiento y oferta

Los emprendimientos turísticos que ofrecen productos bienes y servicios pertenecen con un 11,10% a el sector de comercio, los que ofrecen productos en un 100% a el sector de servicios, ninguno pertenece al sector industrial ni agrícola ni artesano, en un 10,40% pertenecen a otro

sector. La mayoría de los emprendimientos pertenece al sector de comercios y servicios ya que son los encargados de brindar servicios de comida, estadía, tours dentro de la ciudad entre otros (ver tabla 24).

Tabla 24.

Sector y oferta del emprendimiento

		¿A qué sector pertenece su emprendimiento turístico ?					
		Comercio	Servicios	Industrial	Agrícola	Artesanía	Otro
Oferta	Productos	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Bienes	0,0%	91,7%	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%
	Servicios	2,1%	87,5%	0,0%	0,0%	0,0%	10,4%
	Todas las anteriores	11,1%	88,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Nota: La tabla muestra la oferta y el sector del emprendimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3 Financiamiento de los emprendimientos turísticos

4.3.1 *Tipo de financiamiento*

El 79,20% ha optado por el sistema cooperativo, el 12,50% financiamiento con ayuda de su familia, el 4,20% ha tenido un financiamiento de amigos, mientras que el 2,10% ha sido de bancos, y el otro 2% ha sido financiamiento propio. Se ha podido observar que el financiamiento cooperativo ha sido una alternativa que ha tenido la mayoría de los emprendedores (ver tabla 25).

Tabla 25.

Tipo de financiamiento del emprendimiento

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Propio	2	2,10%
Amigos	4	4,20%
Familia	12	12,50%
Bancos	2	2,10%

Cooperativa	76	79,20%
TOTAL	96	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de financiamiento. Fuente: Elaboración propia con base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.2 Tipo de financiamiento cooperativo por el que fue aplicado

El 71,10% ha optado por obtener un financiamiento por algún tipo de créditos en las cooperativas de ahorro y crédito, el 11,80% por los tipos de servicios financieros que cada cooperativa brinda a sus socios, el 17,10% por las distintas tasas de interés las cuales pueden ser bajas y accesibles para los emprendedores. Se ha podido evidenciar que la mayoría de los emprendedores han obtenido créditos de las cooperativas de ahorro y crédito que son alternativas viables para cada emprendedor cada una se acomoda a sus necesidades con requisitos pueden cumplir cada uno de los emprendedores, algunos emprendedores optaron por los tipos de tasas de interés ya que consideran que son más factibles, los que han tenido algún tipo de servicio financiero han venido ahorrando para la creación de su emprendimiento (ver tabla 26).

Tabla 26.

Tipo de financiamiento cooperativo

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Tipos de créditos	54	71,10%
Tasas de interés	13	17,10%
Servicios financieros	9	11,80%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de financiamiento cooperativo de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.2.1 Tipo de crédito

El 38,90% de los emprendedores han optado por un crédito comercial, 25,90% crédito de consumo, microcrédito el 22,20%, crédito productivo con el 7,40% y con un 5,60% un crédito inmobiliario. La gran parte de emprendedores optan por un crédito comercial debido a que cumple con las necesidades y el monto que cada uno de los emprendedores busca (ver tabla 27).

Tabla 27.

Tipo de créditos

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Crédito productivo	4	7,40%
Crédito comercial	21	38,90%
Crédito de consumo	14	25,90%
Crédito inmobiliario	3	5,60%
Microcrédito	12	22,20%
TOTAL	54	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de crédito aplicado. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.2.2 Tipo de tasa de interés

Los emprendedores han elegido el financiamiento cooperativo en un 44,40% por una tasa de interés fija, 33,30% efectiva, 22,20% tasa de interés nominal. Algunos emprendedores optan por una tasa de interés fija es más viable y con plazos accesibles para su pago (ver tabla 28).

Tabla 28.

Tipo de tasa de interés

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Tasa de interés nominal.	2	22,20%
Tasa de interés efectiva.	3	33,30%
Tasa de interés fija.	4	44,40%
TOTAL	9	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de tasa de interés aplicado. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.2.3 Tipo de servicios financieros

En un 61,50% los emprendedores tienen una cuenta de ahorro, 23,10% depósitos a plazo, y en un 15,40% tarjetas de crédito, entre las respuestas obtenidas de los emprendedores que han optado por un tipo de servicio financiero cooperativo se ha obtenido que el mayor porcentaje tienen cuentas de ahorro, debido a que existe emprendedores que usan este servicio para tener su dinero de forma segura y es de gran ayuda para los emprendedores (ver tabla 29).

Tabla 29.

Tipos de servicios financieros

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Cuenta de ahorro	8	61,50%
Depósitos a plazo	3	23,10%
Tarjeta de crédito/ debito	2	15,40%
TOTAL	13	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de servicio financiero aplicado. Fuente: Elaboración propia con la base de datos aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.3 Relación del tipo de financiamiento y tipo de emprendimiento

Los resultados muestran las respuestas de los emprendedores sobre qué tipo de financiamiento han obtenido, los emprendimientos turísticos tienen un financiamiento propio con un 50% en cafeterías y el 50% en hostales. El financiamiento por amigos ha sido usado por el 25% en bares, el 50% en hostales, y el 25% en operadores turísticos. Mientras que el financiamiento

por la familia ha sido el 8,3% en bares, 16,70% en cafeterías, 25% en hostales, 8,30% en hosterías, 25% en hoteles, 16,70% en operadores turísticos.

El financiamiento por bancos ha sido usado por el 50% en lo que son bares y el 50% en hostales. El financiamiento de cajas no ha sido usado por ningún emprendimiento turístico. Por último, el financiamiento cooperativo por el 2,6% en agencias de viajes, 1,3% en balnearios, 1,3% en bares, 5,3% cafeterías, 3,9% en casa de huéspedes, 1,3% discotecas, 21,1% en hostales, 5,3% hoteles, 26,30% en operadores turísticos, 1,3% en refugios, y por el 30,3% en restaurantes.

Las hosterías no han tenido financiamiento cooperativo. En conclusión, tienen financiamiento propio con mayor porcentaje los emprendimientos turísticos como las cafeterías y los hostales puede ser que hayan tenido dinero ahorrado lo que quiere decir que tienen su propio capital y evita que los emprendedores se endeuden, en cambio el financiamiento por parte de los amigos con mayor porcentaje han sido los emprendimientos turísticos por bares y operadores turísticos con la ventaja de que sus interés y plazos de pago sean más accesibles que no afecten al emprendedor, en el financiamiento por parte de la familia ha sido hosterías, cafeterías seguido por hoteles, bares y operadores turísticos, en el financiamiento por bancos es usado por bares y hostales ayuda a la obtención de dinero y contribuyen la estabilidad económica, el financiamiento por cajas no ha sido utilizado por ningún emprendimiento turístico ya que no es una forma muy común de financiamiento la mayoría de emprendedores turísticos buscan algo que sea más conocido y accesible este financiamiento es más usado cuando las empresa tiene más gastos que ingresos y por último tenemos el financiamiento cooperativo que ha sido muy usado por los restaurantes, operadores turísticos, hostales, hoteles, cafeterías casas de huéspedes y con un pequeño porcentaje en lo que son balnearios bares, discotecas y refugios, tiene mayor flexibilidad,

interés competitivos y un enfoque de bienestar tanto social como comunitario incluyendo tasas de interés más bajas, brindando seguridad y confianza.

Por lo tanto, los emprendedores turísticos optan por el financiamiento cooperativo en gran porcentaje para así poder hoy tener un crecimiento dentro de su emprendimiento con una generación de empleo y aumento de oportunidades (ver tabla 30).

Tabla 30.

Tipo de emprendimiento con el tipo de financiamiento

		¿Qué tipo de emprendimiento turístico tiene?											
		Agencia de viajes	Balnearios	Bares	Cafeterías	Casa de huéspedes	Discotecas	Hostales	Hosterías	Hoteles	Operadores turísticos	Refugios	Restaurantes
Financiamiento	Propio	0,0%	0,0%	0,0%	50%	0,0%	0,0%	50%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Amigos	0,0%	0,0%	25%	0,0%	0,0%	0,0%	50%	0,0%	0,0%	25,%	0,0%	0,0%
	Familia	0,0%	0,0%	8,3%	16,7%	0,0%	0,0%	25%	8,3%	25%	16,7%	0,0%	0,0%
	Bancos	0,0%	0,0%	50%	0,0%	0,0%	0,0%	50%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Cajas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Cooperativas	2,6%	1,3%	1,3%	5,3%	3,9%	1,3%	21,1%	0,0%	5,3%	26,3%	1,3%	30,3%

Nota: La tabla muestra el tipo de financiamiento con el tipo de emprendimiento turístico de la población emprendedora del Cantón

Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.4 Ventajas del financiamiento cooperativo

En esta pregunta se ha obtenido que los emprendedores están de acuerdo con 34,20% que las cooperativas brindan bajas tasas de interés también que piden pocos requisitos un 36,80% de acuerdo de la manera adecuada de brindar sus servicios con un 52,60%, y un 55,30% que dan un tiempo adecuado para poder pagar el total del crédito o deuda esto quiere decir que para los emprendedores es beneficioso optar por este tipo de financiamiento ya que es muy accesible y conveniente (ver tabla 31).

Tabla 31.

Ventajas del financiamiento cooperativo

Indicadores	Bajas tasas de interés		Pocos requisitos		Manera adecuada de brindar servicios		Tiempo adecuado	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Muy en desacuerdo	25	32,90%	21	27,60%	10	13,20%	10	13,20%
En desacuerdo	22	28,90%	22	28,90%	22	28,90%	18	23,70%
De acuerdo	26	34,20%	28	36,80%	40	52,60%	42	55,30%
Muy de acuerdo	3	3,90%	5	6,60%	4	5,30%	6	7,90%
TOTAL	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%

Nota: La tabla muestra las ventajas del financiamiento cooperativo de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.5 Utilización del financiamiento cooperativo

El 44,70% utilizó el financiamiento cooperativo en la infraestructura de su negocio, el 43,40% utilizó en materia prima, el 43,40% ha sido utilizado en mobiliaria de manera muy frecuente y la adquisición de bienes ha sido poco frecuente con un 35,50%, pero la adquisición de

un predio ha sido nada frecuente y este financiamiento ha servido para esta adquisición con un 55,30% la mayoría de los emprendedores ha utilizado el financiamiento para la creación de su emprendimiento como son obtención de materia prima y el lugar donde se va a desarrollar el emprendimiento (ver tabla 32).

Tabla 32.

Utilización del financiamiento cooperativo

Indicadores	Infraestructura		Materia Prima		Mobiliaria		Adquisición de bienes		Adquisición de un predio	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Nada frecuente	7	9,20%	8	10,50%	8	10,50%	19	25%	42	55,30%
Poco frecuente	32	42,10%	29	38,20%	27	35,50%	27	35,50%	20	26,30%
Ni frecuente ni nada frecuente	2	2,6%	3	3,90%	3	3,90%	1	1,30%	1	1,30%
Frecuente	1	1,30%	3	3,90%	5	6,60%	3	3,90%	3	3,90%
Muy frecuente	34	44,70%	33	43,40%	33	43,40%	26	34,20%	10	13,20%
TOTAL	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%

Nota: La tabla muestra la utilización del financiamiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.6 Cantidad de financiamiento cooperativo

El valor que han obtenido los emprendedores de financiamiento con un 21,10% de 0 a 5.000 USD, 7,90% de 5.001 a 10.000 USD, el 21,10% el valor de 10.001 a 20.000 USD, el 22,40% de 20.001 a 30.000 USD, el 27,50% un valor entre los 30.001 a más de 60.001 USD. Según los datos el valor más representativo es entre 5.000 a 30.000 dólares monto que los emprendedores se han endeudado para así poder crear y sobresalir con su emprendimiento para satisfacer las necesidades de sus clientes dando así una mejor atención para ellos (ver tabla 33).

Tabla 33.

Monto del financiamiento cooperativo

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
0 a 5000 USD	16	21,10%
5001 a 10000 USD	6	7,90%
10001 a 20000 USD	16	21,10%
20001 a 30000 USD	17	22,40%
30001 a 40000 USD	3	3,90%
400001 a 60000 USD	9	11,80%
60.001 a más USD	9	11,80%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra el monto del financiamiento. Fuente: Elaboración propia base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.7 Tiempo del financiamiento cooperativo

El 75% tienen financiamiento con una duración de 1 a 5 años, el 13,20% son 5 a 10 años, 7,9% superan 10 años. La mayoría de los beneficiarios optan por plazos intermedios. Estos valores reflejan un porcentaje menor accede a financiamientos a largo plazo. Puede ser falta de necesidad, acceso restringido o preferencia por otras fuentes de financiamiento (ver tabla 34).

Tabla 34.

Tiempo del financiamiento

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Hasta 6 meses	1	1,30%
Hasta 1 año	2	2,60%
Entre 1 año a 5 años	57	75%
Entre 5 a 10 años	10	13,20%
Mas de 10 años	6	7,90%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra el tiempo del financiamiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.8 Atraso en los pagos de su financiamiento cooperativo

El 38,2% de los emprendedores admiten haberse atrasado en los pagos. Esto sugiere que un número significativo de prestatarios enfrenta dificultades en el cumplimiento de sus obligaciones financieras. Un 61,80% dicen no haber tenido retrasos en sus pagos, lo que indica que casi la mitad de los emprendedores mantiene una buena gestión de sus obligaciones financieras con la cooperativa (ver tabla 35).

Tabla 35.

Atraso en el financiamiento

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	38,20%
No	47	61,80%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra el atraso en el financiamiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.9 Razones del atraso de su financiamiento

Una de las principales razones de que el emprendedor se pudo haber atrasado en sus pagos es bajo en ventas con un 23,70%. La caída en ventas más significativa identificada. La pérdida de un pedido importante porcentaje alto en nada importante 10,50% que una enfermedad con poco importante con 11,80% no afecta en los atrasos de estos pagos mientras que con un 10,50% por la competencia, falta de gestión 13,20% en poco impórtate, aunque la falta de gestión no es el factor predominante, algunos emprendedores la consideran un problema leve, todos estos afectan a los emprendedores porque a veces no logran reunir todo el valor del pago de su financiamiento generando así mora por cada día de atraso (ver tabla 36).

Tabla 36.

Razones del atraso

Indicadores	Bajo en ventas		Enfermedad		Perdida de un pedido importante		Competencia		Falta de gestión	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Otro	48	63,20%	48	63,20%	48	63,20%	48	63,20%	48	63,20%
Nada importante	1	1,30%	7	9,20%	8	10,50%	6	7,90%	3	3,10%
Poco importante	2	2,60%	9	11,80%	7	9,20%	3	3,90%	10	10,40%
Neutral	5	6,60%	4	5,30%	6	7,90%	8	10,50%	8	8,30%
Importante	2	2,60%	3	3,90%	2	2,60%	3	3,90%	3	3,10%
Muy importante	18	23,70%	5	6,60%	5	6,60%	8	10,50%	4	4,20%
TOTAL	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%

Nota: La tabla muestra las razones del atraso de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.10 Tipo de emprendimiento con tipo de financiamiento cooperativo

El acceso a cualquier tipo de créditos en restaurantes y operadores turísticos (29,6%), hostales (20,4%) y cafeterías (7,4%), agencias de viajes, balnearios, refugios, hosterías, bares y hoteles porcentaje mínimo. Tasa de interés: restaurantes (30,8%) y operadores turísticos (23,1%), hostales (15,4%). No solo créditos también a tasas de interés. Servicios financieros balnearios y operadores turísticos (11,1% cada uno), restaurantes (33,3%) mayor grado de confianza por parte de cooperativas. En conclusión, balnearios, agencias de viajes y refugios presentan escaso acceso al financiamiento cooperativo, lo que esto podría reflejar limitaciones en su estructura financiera o dificultades en los procesos de solicitud. Estas tendencias indican una necesidad de fomentar la inclusión financiera cooperativa para sectores turísticos menos atendidos (ver tabla 37).

Tabla 37.

Emprendimiento con financiamiento cooperativo

Tipo de financiamiento cooperativo	¿Qué tipo de emprendimiento turístico tiene?											
	Agencia de viajes	Balnearios	Bares	Cafeterías	Casa de huéspedes	Discotecas	Hostales	Hosterías	Hoteles	Operadores turísticos	Refugios	Restaurantes
Tipos de créditos	0,0%	0,0%	1,9%	7,4%	1,9%	1,9%	20,4%	0,0%	5,6%	29,6%	1,9%	29,6%
Tasas de interés	15,4%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	15,4%	0,0%	7,7%	23,1%	0,0%	30,8%
Servicios financieros	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%	33,3%

Nota: La tabla muestra el tipo de financiamiento cooperativo según el emprendimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.3.11 Nivel de financiamiento con emprendimiento turístico

La tabla 38 reflejan que el financiamiento cooperativo ha sido considerado un factor influyente en el crecimiento de emprendimientos turísticos como bares, balnearios y refugios, con un 100% de respuestas afirmativas en estos sectores. Así mismo, restaurantes, hostales y operadores turísticos presentan altos niveles de impacto positivo, con porcentajes superiores al 65%.

En disconformidad, hoteles y discotecas no perciben influencia significativa del financiamiento cooperativo, lo que sugiere la existencia de otras fuentes de apoyo financiero o necesidades más complejas. En cambio, las hosterías tienen un porcentaje del 0% porque no consideran que el financiamiento cooperativo a ayudado en el crecimiento de su emprendimiento. Esta diferencia evidencia la importancia de diseñar estrategias de financiamiento diferenciadas según el tipo y escala del emprendimiento turístico (ver tabla 38).

Tabla 38.

Financiamiento con crecimiento

Tipo de emprendimiento turístico	Si	No	Tal vez
Agencia de viajes	50,0%	50,0%	0,0%
Balnearios	100,0%	0,0%	0,0%
Bares	100,0%	0,0%	0,0%
Cafeterías	25,0%	25,0%	50,0%
Casa de huéspedes	0,0%	33,3%	66,7%
Discotecas	0,0%	100,0%	0,0%
Hostales	81,3%	6,3%	12,5%
Hosterías	0,0%	0,0%	0,0%
Hoteles	50,0%	50,0%	0,0%
Operadores turísticos	65,0%	20,0%	15,0%
Refugios	100,0%	0,0%	0,0%
Restaurantes	69,6%	13,0%	17,4%

Nota: La tabla muestra el crecimiento de los emprendimientos de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4 Relación del nivel del financiamiento cooperativo con el crecimiento emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa periodos 2020-2023.

4.4.1 Ingresos

4.4.1.1 Ingreso mensual del emprendimiento

El 39,60% tienen ingresos mensuales de 1001 dólares a 3000 dólares, el 27,10% 501 dólares a 1000 dólares, el 15,60% 3001 dólares a 6000 dólares, el 12,50% de cero a 500 dólares y un 5,20% de 6001 dólares a más. Se ha podido observar que la mayoría de los emprendimientos no tiene ingresos tan bajos y es un valor razonable con el que puedan sobresalir y poder pagar todos sus gastos del emprendimiento (ver tabla 39).

Tabla 39.

Rango mensual de ingresos

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
0 a 500 USD	12	12,50%
501 a 1000 USD	26	27,10%
1001 a 3000 USD	38	39,60%
3001 a 6000 USD	15	15,60%
6001 a más USD	5	5,20%
Total	96	100,0

Nota: La tabla muestra el rango mensual de ingresos del emprendimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.2 Gastos

4.4.2.1 Gastos mensuales del emprendimiento

El 27,60% destina entre 0 y 500 USD, y un 26,30% entre 501 y 1.000 USD, lo que indica que casi la mitad de los emprendedores tienen costos operativos relativamente bajos. El 34,20%,

el grupo más grande, tiene gastos de 1.001 a 3.000 USD, lo que podría indicar mayor inversión en personal, insumos o promoción. Solo un 11,90% de los emprendedores reporta gastos superiores a 3.000 USD, lo que sugiere que pocos emprendimientos tienen altos costos operativos. La mayoría de los emprendimientos operan con gastos relativamente bajos, lo que podría indicar negocios pequeños o con alta eficiencia en costos (ver tabla 40).

Tabla 40.

Monto de gastos mensuales del emprendimiento turístico

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 500 USD	21	27,60%
De 501 a 1000 USD	20	26,30%
De 1001 a 3000 USD	26	34,20%
De 3001 a 6000 USD	4	5,30%
De 6001 a más USD	5	6,60%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra los gastos de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.2.2 Gastos operativos

Entre los principales gastos operativos del negocio turístico de los emprendedores están en nivel neutral el personal y salarios y alquiler y servicios públicos con el 31,60%, marketing y publicidad 35,50%, otros gastos operativos: 32,90%. Esto refleja una postura moderada por parte de los encuestados, quienes no consideran estos gastos como determinantes, pero tampoco insignificantes. En nada importantes costos de suministros 27,60%. Esto quiere decir que estos gastos no impactan significativamente en los resultados generales, lo cual puede deberse a su variabilidad y a su capacidad de influir directamente en el desempeño financiero y comercial del emprendimiento. Estos gastos como salarios, alquiler, servicios públicos, marketing, entre otros

gastos, tiene un gran impacto de manera directa en la utilidad y rentabilidad del emprendimiento turístico (ver tabla 41).

Tabla 41.

Gastos operativos del emprendimiento

Indicadores	Personal y salarios		Costos de suministros		Alquiler y servicios públicos		Marketing y publicidad		Otros gastos operativos	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Nada importante	16	21,10%	21	27,60%	10	13,20%	9	11,80%	8	10,50%
Poco importante	15	19,70%	15	19,70%	11	14,50%	10	13,20%	11	14,50%
Neutral	24	31,60%	15	19,70%	24	31,60%	27	35,50%	25	32,90%
Importante	16	21,10%	14	18,40%	22	28,90%	23	30,30%	18	23,70%
Muy importante	5	6,60%	11	14,50%	9	11,80%	7	9,20%	14	18,40%
TOTAL	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%

Nota: La tabla muestra los gastos operativos de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.2.3 Gastos con ingresos

El análisis de la relación entre ingresos y gastos mensuales de los emprendimientos turísticos muestra una correlación directa en los extremos: aquellos con ingresos de hasta 500 USD ajustan sus gastos al mismo rango (75%), mientras que el 80% de quienes generan más de 6.001 USD también registran gastos equivalentes. Sin embargo, en los segmentos intermedios, especialmente en el rango de 501 a 1.000 USD, se observa una alta dispersión de gastos, lo que podría reflejar estrategias de reinversión o falta de planificación financiera. Este comportamiento sugiere la necesidad de fortalecer la gestión financiera en ciertos grupos, promoviendo la sostenibilidad y el equilibrio operativo en los emprendimientos turísticos, existe un valor equilibrado en cada monto de inversión con los gastos de los emprendimientos lo cual no genera déficit ni pérdida (ver tabla 42).

Tabla 42.

Gastos con ingresos

¿Cuáles son los gastos mensualmente de su emprendimiento turístico?						
		De 0 a 500 USD	De 501 a 1000 USD	De 1001 a 3000 USD	De 3001 a 6000 USD	De 6001 a más USD
¿Con su emprendimiento turístico, que rango mensual obtiene de ingresos?	0 A 500	75,0%	8,3%	16,7%	0,0%	0,0%
	501 A 1000	45,5%	18,2%	31,8%	0,0%	4,5%
	1001 A 3000	3,7%	51,9%	40,7%	3,7%	0,0%
	3001 A 6000	10,0%	10,0%	60,0%	20,0%	0,0%
	6001 A MAS	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	80,0%

Nota: La tabla muestra los gastos con los ingresos de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente:

Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.3 Ventas

4.4.3.1 Ventas proyectadas en el año

Un 14,50% estima ingresos bajos (hasta 2000 USD). Los grupos con proyección de ingresos entre 2001 y 9000 USD suman un 52,60%, un 32,90% espera superar los 9001 USD.

La mayoría de los emprendimientos proyecta ventas por encima de 2001 USD, lo que refleja expectativas de crecimiento y estabilidad. Es relevante analizar cómo influyen factores como el financiamiento, estrategias de marketing y ubicación en estos resultados (ver tabla 43).

Tabla 43.

Valor de ventas proyectadas

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 2000 USD	11	14,50%
De 2001 a 5000 USD	20	26,30%
De 5001 a 9000 USD	20	26,30%
De 9001 a más USD	25	32,90%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra el valor de ventas de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.3.2 Rendimiento de ventas en el último trimestre

El 42,10% calificó su desempeño como regular, el 25% lo considera bueno y 22,40% excelente, lo que indica que cerca del 47,40% de los negocios tuvo un rendimiento positivo. El 6,60% reporta ventas bajas, lo que puede reflejar problemas de mercado, baja demanda o estrategias comerciales poco efectivas o existe mucha competencia a su alrededor. El 3,90% no está seguro de su rendimiento, lo que podría sugerir falta de seguimiento financiero y descuido tanto en gastos, ingresos e inversión o falta de conocimiento (ver tabla 44).

Tabla 44.

Rendimiento de ventas

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	17	22,40%
Bueno	19	25%
Regular	32	42,10%
Bajo	5	6,60%
No estoy seguro	3	3,90%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra el rendimiento de las ventas de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.4 Inversión

4.4.4.1 Perspectivas de inversión a futuro

Dentro de las perspectivas de inversión a futuro que tienen los emprendedores son movilidad con el 61,80%, inmuebles con el 69,70%, maquinaria con el 77,60%, y más personal con el 42,10%. Para los emprendedores las perspectivas que cada uno de ellos tiene son tener movilidad para así poder brindar servicios ellos mismo y no tener que estar buscando convenio con otras empresas para así poder disminuir un gasto, la inversión en inmuebles es muy importante para que el emprendimiento tenga más acogida y sea innovador y agradable para los clientes, adquirir maquinarias para ir mejorando en algunos emprendimientos los productos que brindan y por ultimo contratar más personal debido a que son pocos colaboradores y en algunos casos esto causa estrés y mucha presión del trabajo y así cada uno tenga su obligación y no con carga laboral. Cada una de estas perspectivas son de gran ayuda en el emprendimiento para así planificar y gestionar cambios, y retos al futuro permitiendo tomar buenas decisiones para el crecimiento del emprendimiento (ver tabla 45).

Tabla 45.*Perspectivas de inversión*

Indicadores	Movilidad		Inmuebles		Maquinaria		Mas personal	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Nada importante	9	11,80%	1	1,30%	2	2,60%	6	7,90%
Poco importante	6	7,90%	12	15,80%	5	5,60%	8	10,50%
Neutral	7	9,20%	6	7,90%	7	9,20%	27	35,50%
Importante	7	9,20%	4	5,30%	3	3,90%	3	3,90%
Muy importante	47	61,80%	53	69,70%	59	77,60%	32	42,10%
TOTAL	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%

Nota: La tabla muestra las perspectivas de inversión. Fuente: Elaboración propia con el cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.4.2 Inversión en el emprendimiento

Un 14,50% invirtió entre 0 y 500 USD, gastos mínimos, 46% entre 501 y 3.000 USD, 27,60% destinó entre 3.001 y 6.000 USD, reflejando una inversión significativa, probablemente en infraestructura, equipamiento o marketing. Solo un 11,80% invirtió más de 6001 USD. La mayoría de los emprendedores realizó algún tipo de inversión, lo que indica una visión de crecimiento y sostenibilidad en el sector. La baja cantidad de inversiones altas puede deberse a dificultades en el acceso a financiamiento o incertidumbre en el mercado turístico (ver tabla 46).

Tabla 46.*Inversión del emprendimiento turístico*

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 500 USD	11	14,50%
De 501 a 1000 USD	14	18,40%
De 1001 a 3000 USD	21	27,60%
De 3001 a 6000 USD	21	27,60%
De 6001 a más USD	9	11,80%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra la inversión. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.4.3 Actividades de marketing y promoción para su negocio turístico

La mayor inversión se encuentra en el rango de 1.001 a 3.000 USD 32,90%, 15,80% de los emprendedores invierte entre 0 y 500 USD, 18,40% 501 y 1.000 USD, 23,70% invierte 3.001 y 6.000 USD, 9,20% destina más de 6.001 USD, reflejando emprendimientos con mayor capacidad financiera o enfoque estratégico en marketing digital y tradicional (ver tabla 47).

Tabla 47.

Actividades de marketing

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 500 USD	12	15,80%
De 501 a 1000 USD	14	18,40%
De 1001 a 3000 USD	25	32,90%
De 3001 a 6000 USD	18	23,70%
De 6001 a más USD	7	9,20%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra el monto de actividades de marketing. Fuente: Elaboración con base de datos cuestionario aplicado a emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.4.4 El crecimiento en función a la inversión

Los ingresos 35,50%,ventas 38,60%, inmuebles 32,90%, materia prima 31,60%, utilidades 31,60%, ingresos favorables y sistema contable 31,60%, presupuesto 32,90%, estructura organizacional 31,60%. Todos presentan valores superiores al 30%. El mayor porcentaje en ventas del 2022 (38,60%), lo que indica un fuerte desempeño comercial durante el año 2022, le siguen ingresos del 2022 (35,50%) y presupuesto de auxilio y nuevos inmuebles con 32,90%, indica una valoración positiva tanto en generación de recursos como inversión en infraestructura muy favorable, lo cual sugiere un entorno organizacional y financiero estable, con expectativas positivas hacia la gestión realizada, este resultado respalda la idea de una administración efectiva, capaz de generar confianza y resultados satisfactorios (ver tabla 48).

Tabla 48.

Crecimiento del emprendimiento

Indicadores	I.S		V.S		N.I		M.P		U.A		S.C		P.A		E.O		I.F	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Nada favorable	7	9,20%	13	17,10%	14	18,40%	13	17,10%	13	17,10%	14	18,40%	13	17,10%	13	17,10%	13	17,10%
Poco favorable	8	10,50%	23	30,30%	23	30,30%	23	30,30%	24	31,60%	23	30,30%	23	30,30%	23	30,30%	23	30,30%
Ni favorable ni desfavorable	13	17,1%	7	9,20%	9	11,80%	11	14,50%	10	13,20%	10	13,20%	10	13,20%	10	13,20%	11	14,50%
Favorable	21	27,60%	5	6,60%	5	6,60%	5	6,60%	5	6,60%	5	6,60%	5	6,60%	6	7,90%	5	6,60%
Muy favorable	27	35,50%	28	36,80%	25	32,90%	24	31,60%	24	31,60%	24	31,60%	25	32,90%	24	31,60%	24	31,60%
TOTAL	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%

Nota: La tabla muestra el sector del emprendimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año

2024.Referencia:I.S: ingresos superiores, V.S: ventas superiores, N.I: nuevos inmuebles, M.P: materia prima, U.A: utilidades altas, S.C:

sistema de contabilidad, P.A: presupuesto de auxilio, E.O: estructura organizacional, I.F: ingresos favorables. Fuente: Elaboración propia

con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.4.5 Tipo de financiamiento cooperativo con la inversión

Tras este cruce de variables obtenemos que los emprendedores turísticos con inversión de 0 a 500 USD, tienen mayor porcentaje de financiamiento recibido entre 20.001 a 30.000 USD (36,4%), seguido por 10.001 a 20.000 USD (18,2%) y 0 a 5.000 USD (27,3%). Es llamativo que un emprendimiento con tan baja inversión reciba montos de financiamiento relativamente altos, lo que podría indicar: posiblemente, estos emprendimientos no necesitaban grandes inversiones iniciales, pero apostaban por crecer rápidamente con ayuda externa o también este financiamiento fue utilizado para temas personales. Inversión de 501 a 3.000 USD. Se observa que tienen una inversión de 501 a 1.000 USD. Reciben financiamiento principalmente en rangos 20.001 a 30.000 USD (28,6%) y 10.001 a 20.000 USD (21,4%) 1.001 a 3.000 USD: También se destaca el rango 20.001 a 30.000 USD (14,3%) y una distribución más homogénea en otras categorías. Esto sugiere que emprendimientos con inversión moderada suelen recibir financiamiento intermedio, lo que puede reflejar una estrategia de crecimiento gradual y planificación más estructurada. Emprendimientos con inversión de 3.001 a 6.000 USD, se observa una dispersión de financiamiento rangos intermedios y altos. El 28,6% que recibe entre 0 a 5.000 USD, lo que podría indicar que iniciaron con capital propio y buscaron apoyo mínimo. También se distribuyen en rangos de 20.001 a 30.000 USD (23,8%) y 60.001 a más (19%). Inversiones altas (más de 6.000 USD): el 44,4% reciben financiamiento de 10.001 a 20.000 USD, y un 33,3% el rango de 40.001 a 60.000 USD. Los emprendimientos con mayor inversión inicial están recibiendo apoyos más sustanciales, lo cual es coherente con la expectativa de que mayores inversiones requieren mayor respaldo financiero. La categoría de financiamiento entre 20.001 y 30.000 USD es más frecuente en casi todos los niveles, lo que quiere decir que podría ser el rango preferido o más accesible por parte de los emprendedores (ver tabla 49).

Tabla 49.

Inversión con financiamiento

		¿Cantidad de financiamiento cooperativo que usted aplica en su emprendimiento turístico?							
		De 0 a 5.000 USD	De 5.001 a 10.000 USD	De 10.001 a 20.000 USD	De 20.001 a 30.000 USD	De 30.001 a 40.000 USD	De 40.001 a 60.000 USD	De 60.001 a 100.000 USD	De 100.001 a más USD
Inversión	De 0 a 500 USD	27,3%	0,0%	18,2%	36,4%	0,0%	18,2%	0,0%	0,0%
	De 501 a 1000 USD	21,4%	14,3%	21,4%	28,6%	0,0%	7,1%	0,0%	7,1%
	De 1001 a 3000 USD	19,0%	14,3%	19,0%	14,3%	14,3%	4,8%	0,0%	14,3%
	De 3001 a 6000 USD	28,6%	4,8%	14,3%	23,8%	0,0%	9,5%	0,0%	19,0%
	De 6001 a más USD	0,0%	0,0%	44,4%	11,1%	0,0%	33,3%	0,0%	11,1%

Nota: La tabla muestra el monto del financiamiento con la inversión de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.4.6 Inversiones significativas en mejoras o expansión de su emprendimiento turístico

El 32,90% de los emprendedores invirtió en mejoras y expansión, el 21,10% solo destinó recursos a expansión, el 13,20% realizó mejoras sin expansión, el 23,70% no ha realizado ninguna inversión significativa, el 9,20% no ha efectuado mejoras. El 67,20% de los emprendedores ha realizado inversiones, lo que es una señal positiva para la evolución del sector turístico. El 32,80% no ha invertido o ha realizado inversiones mínimas, lo que podría ser un indicador de dificultades financieras o falta de incentivos para reinvertir (ver tabla 50).

Tabla 50.

Inversión

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si, en mejoras	10	13,20%
Si, en expansión	16	21,10%
Si en mejoras y en expansión	25	32,90%
No, ninguna inversión significativa	18	23,60%
No, ninguna mejora	7	9,20%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra las inversiones de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.5 El crecimiento

4.4.5.1 Nivel de financiamiento cooperativo y su relación con crecimiento

Un 64,50% considera que el financiamiento cooperativo ha sido un factor clave en el crecimiento de su negocio. La mayoría de los beneficiarios encuentran en este tipo de financiamiento un apoyo para el desarrollo del emprendimiento turístico. El 18,40% no ha sido influyente, 17,10% tal vez. Estas cifras podrían relacionarse con dificultades al acceso del financiamiento, no haber encontrado algún beneficio para el emprendimiento (ver tabla 51).

Tabla 51.*Influye el financiamiento en el crecimiento*

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	49	64,50%
No	14	18,40%
Tal vez	13	17,10%
TOTAL	76	100%

Nota: La tabla muestra la influencia del financiamiento. Fuente: Elaboración propia base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.5.2 Expectativas de crecimiento para su emprendimiento turístico

Las expectativas de cada emprendedor son sucursales a nivel local 28,90% y a nivel regional 31,60% de acuerdo, mejor competitividad 33,30%, ser una marca reconocida 38,20%, inversión en inmuebles 47,40% y en tecnología 40,80%, muy importante, una de sus expectativas son nuevas sucursales dentro del cantón Baños de Agua Santa y a nivel nacional en algunas ciudades del Ecuador para así ser reconocida a nivel local y nacional dando a conocer sus productos, servicios, la inversión en inmuebles y en tecnología para estar más actualizado en sistemas de facturación, promocionando sus servicios y mejorando cada día a día (ver tabla 52).

Tabla 52.*Expectativas de crecimiento*

Indicadores	Sucursales a nivel local		Sucursales a nivel regional		Mejor competitividad		Ser una marca reconocida		Inversión en inmuebles		Inversión en tecnología	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Muy desacuerdo.	9	11,80%	9	11,80%	6	7,90%	4	5,30%	4	5,30%	5	6,60%
Desacuerdo	9	11,80%	9	11,80%	3	3,90%	2	2,60%	4	5,30%	1	1,30%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	20	26,30%	22	28,90%	14	18,40%	4	5,30%	18	23,70%	17	22,40%
De acuerdo	22	28,90%	24	31,60%	32	42,10%	29	38,20%	36	47,40%	31	40,80%
Muy de acuerdo	16	21,10%	12	15,80%	21	27,60%	37	48,70%	14	18,40%	22	28,90%
TOTAL	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%

Nota: La tabla muestra las expectativas Fuente: Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.5.3 La competencia para el crecimiento sostenible en el emprendimiento turístico

Para el crecimiento del emprendimiento pese a la competencia la innovación continua 60,50%, colaboraciones estratégicas 42,10%, satisfacer al cliente 52,60% y adaptarse a cambios 59,20% muy importantes. Los emprendedores tienen una innovación continúa mejorando sus productos el local, teniendo buenos proveedores satisfaciendo así al cliente, se adaptan a cambios como cambiar de lugar su local que sea más amplio y cómodo para sus clientes (ver tabla 53).

Tabla 53.

Como manejas la competencia para el crecimiento

Indicadores	Innovación continua		Colaboraciones estratégicas		Satisfacer al cliente		Adaptarse a cambios y oportunidades	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Nada importante	1	1,30%	1	1,30%	3	3,90 %	1	1,30%
Poco importante	4	5,30%	14	18,40%	6	7,90%	8	10,50%
Neutral	13	17,10%	13	17,10%	9	11,80%	14	18,40%
Importante	12	15,80%	16	21,10%	18	23,70%	8	10,50%
Muy importante	46	60,50%	32	42,10%	40	52,60%	45	59,20%
TOTAL	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%

Nota: La tabla muestra como maneja la competencia Fuente: Elaboración propia con la base de datos aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.4.5.4 Factores más influyentes en el crecimiento de un emprendimiento

En los factores más influyentes dentro del crecimiento del emprendimiento tenemos la constancia considerado muy importante con un 72,40% debido a que hay que tener dedicación y responsabilidad, también está la pasión con un 69,70% muy importante por atender el emprendimiento, junto a esto el análisis con un 61,80% y la flexibilidad con un 56,60%, la sociabilidad con 65,80%, la creatividad con el 75% y también es muy fundamental la educación con el 67,10% y la visión con el 75% que se tiene con el emprendimiento a donde se quiere llegar y que se quiere lograr (ver tabla 54).

Tabla 54.

Factores para el crecimiento

Indicadores	Constancia		Pasión		Análisis		Flexibilidad		Sociabilidad		Creatividad		Educación		Visión	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Nada importante	4	5,30%	2	2,60%	7	9,20%	6	7,90%	4	5,30%	2	2,60%	2	2,60%	2	2,60%
Poco importante	9	11,80%	17	22,40%	14	18,40%	20	26,30%	11	14,50%	5	6,60%	13	17,10%	3	3,90%
Neutral	3	3,9%	2	2,60%	3	3,90%	2	2,60%	5	6,60%	6	7,90%	5	6,60%	3	3,90%
Importante	5	6,60%	2	2,60%	5	6,60%	5	6,60%	6	7,90%	6	7,90%	5	6,60%	8	10,50%
Muy importante	55	72,40%	53	69,70%	47	61,80%	43	56,60%	50	65,80%	57	75%	51	67,10%	57	75%
TOTAL	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%	76	100%

Nota: La tabla muestra los factores de crecimiento de la población emprendedora del Cantón Baños de Agua Santa del año 2024. Fuente:

Elaboración propia con la base de datos del cuestionario aplicado a los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, 2024.

4.5 HIPOTESIS

La hipótesis de la investigación se comprobará a través de dos modelos, que son:

- Modelo de reducción – modelo de factorización
- Modelo de regresión múltiple

4.5.1 *Modelo de reducción o de factorización*

Este modelo consiste en la eliminación de términos del modelo, como el término correspondiente a una variable predictora o la interacción entre variables predictoras. La reducción del modelo permite simplificar un modelo y aumentar la precisión de las predicciones. Puede reducir los modelos en cualquier grupo de comandos de Minitab, incluyendo regresión, ANOVA, DOE y fiabilidad.

Para la aplicación de este modelo se consideraron los siguientes factores: ingreso mensual, ventas proyectadas, gastos mensuales, inversión del año anterior, marketing y promoción, mejoras y expansión del emprendimiento. Los resultados permiten identificar que el modelo tiene un valor de **KMO = 63,8%** (Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo 0,638) que el tamaño de la muestra es aceptable para realizar un análisis factorial. Aunque no es excelente ($>0,80$), supera el mínimo recomendado de 0,60 lo cual valida la calidad del análisis. Asimismo, el análisis factorial permite identificar las variables en un solo componente, denominado COMPONENTE CRECIMIENTO. Estas variables están relacionadas principalmente como son; ingresos con 86,4%, ventas proyectadas con 81,4% y los gastos mensuales con el 85,5%. Estos tres factores presentan cargas factoriales superiores a 80%, lo cual indica que están fuertemente asociados al financiamiento cooperativo. En otras palabras, el comportamiento de los ingresos, ventas y gastos mensuales explican de manera importante la variabilidad en el crecimiento del emprendimiento turístico (ver tabla 55).

Tabla 55.*Unión de factores*

Matriz de componente ^a	
Modelos	Componente 1
¿Con su emprendimiento turístico, que rango mensual obtiene de ingresos?	,864
¿Cuál ha sido el valor de ventas proyectadas en este año?	,814
¿Cuáles son los gastos mensualmente de su emprendimiento turístico?	,855
¿Cuánto invirtió en su emprendimiento turístico el año pasado?	,249
¿Cuánto destinó a actividades de marketing y promoción para su negocio turístico?	,011
¿Ha realizado inversiones significativas en mejoras o expansión de su emprendimiento turístico?	,006

Nota: Unión de los factores de crecimiento. Fuente: Elaboración propia.

Luego de haber realizado la segunda reducción de factores en la cual se ha considerado los siguientes factores: ingreso mensual, ventas proyectadas, gastos mensuales e inversión. Permite identificar que se tiene un valor de **KMO** igual al 71,10% este valor indica que el tamaño de la muestra es notable para realizar un análisis factorial. Aunque no es excelente ($>0,80$), supera el mínimo recomendado de 70% lo cual valida la calidad del análisis.

Así mismo el segundo análisis factorial se ha obtenido en el componente 1 de CRECIMIENTO: valor de ingresos con 86,5%, ventas 81,5 %, gastos el 85,4%,y el 24,5% con inversión datos más representativos de esta reducción en el que se evidencia que el crecimiento de los emprendimientos depende de los ingresos que tiene el emprendimiento (ver tabla 56).

Tabla 56.*Reducción de factores 2*

Matriz de componente ^a	
	Componente 1
¿Con su emprendimiento turístico, que rango mensual obtiene de ingresos?	,865
¿Cuál ha sido el valor de ventas proyectadas en este año?	,815
¿Cuáles son los gastos mensualmente de su emprendimiento turístico?	,854
¿Cuánto invirtió en su emprendimiento turístico el año pasado?	,245

Nota: Reducción de factores. Fuente: Elaboración propia.

4.5.2 Modelo de regresión múltiple

Este modelo sirve para analizar el efecto de dos o más variables independientes sobre una dependiente también sirve para predecir el valor de una variable dependiente conociendo el valor y la influencia de las variables independientes incluidas en el análisis.

Para la aplicación del modelo de regresión se ha considerado las variables que corresponden al crecimiento identificado en el anterior, en un primer análisis, las variables que se consideraron son las que se presentan en la fórmula.

$$\text{Formula 1 } Fy = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4$$

Donde:

Y= El financiamiento cooperativo

X1= Ingresos mensuales

X2= Valor de Ventas

X3= Gastos mensuales

X4= Inversión

X5= Factor de crecimiento

Tabla 57.

Modelos de las variables

Modelos	Variable dependiente	Variable independiente
Modelo 1	Ingresos mensuales	Tipo de financiamiento cooperativo
Modelo 2	Valor de Ventas	Tipo de financiamiento cooperativo
Modelo 3	Gastos mensuales	Tipo de financiamiento cooperativo
Modelo 4	Inversión	Tipo de financiamiento cooperativo
Modelo 5	Factor de crecimiento	Tipo de financiamiento cooperativo

Nota: Modelos de variables dependientes del crecimiento e independiente del financiamiento cooperativo. Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del análisis de regresión múltiple son:

Tabla 58.

Resultados de los modelos

RESULTADO DE LOS MODELOS	R	R cuadrado	Sig
Modelo 1:Ingresos mensuales	,219 ^a	,048	,057 ^b
Modelo 2: Valor de Ventas	,143 ^a	,020	,219 ^b
Modelo 3:Gastos mensuales	,144 ^a	,021	,215 ^b
Modelo 4:Inversión	,127 ^a	,016	,273 ^b
Modelo 5: Factor de crecimiento	,178 ^a	,032	,123 ^b

Nota: Resultados de la unión de los modelos. Fuente: Elaboración propia.

Una vez identificado, se procedió a evaluar la hipótesis de investigación a través de la correlación entre distintas variables independientes y la variable dependiente. Para ello se utilizaron modelos de regresión cuyos resultados se presentan en la tabla anterior, se realiza el análisis:

Coefficiente de correlación (R): Los valores de R en todos los modelos indican una correlación positiva baja entre las variables estudiadas y la expansión del emprendimiento. Los valores de R oscilan entre 12,7% y 21,90%

Se observa que el R cuadrado en todos los casos es muy bajo (entre 0,1% y 4,8%), lo que sugiere que las variables independientes explican solo un pequeño porcentaje de la expansión del emprendimiento.

Significancia (Sig): El valor de Sig (p-valor) determina si la relación es estadísticamente significativa: Ningún modelo alcanza un nivel de significancia estadística menor a 0,05 que comúnmente aceptado para confirmar hipótesis.

Sin embargo, los modelos de ingresos mensuales (,057) presentan valores cercanos al nivel de significancia. En conclusión: aunque los modelos no alcanzan una significancia estricta

($p < 0,05$), algunos de ellos, especialmente ingresos mensuales, muestran una tendencia hacia una posible relación positiva con el crecimiento del emprendimiento.

El financiamiento cooperativo no es influyente en el crecimiento de los emprendimientos.

Cambio de variables

Análisis: Los resultados obtenidos son: $R = ,274$: el coeficiente de correlación indica una relación positiva moderada entre las variables independientes y el tipo de financiamiento cooperativo. Esto sugiere que a medida que los emprendimientos gestionan mejor sus aspectos financieros y comerciales, el tipo de financiamiento cooperativo tiende a variar o adaptarse.

R cuadrado $= ,075$: el modelo explica un 7,5% de la variabilidad del tipo de financiamiento cooperativo, lo cual, aunque bajo, es más alto que en los modelos anteriores. Esto indica que los factores analizados tienen cierta influencia en el tipo de financiamiento.

$Sig = ,231$ el valor de significancia es superior al 1 de 0,05 lo que implica que, estadísticamente, no se puede afirmar que existe una relación significativa entre las variables analizadas (ver tabla 59).

Cambio de variables :

Tabla 59.

Cambio de variables

Modelo	R	Resumen del modelo	
		R cuadrado	Sig.
1	,274 ^a	,075	,231 ^b

Nota: Cambio de variables dependientes e independientes. Fuente: Elaboración propia.

Variable dependiente: Tipo de financiamiento cooperativo

Variable independiente: predictores: (Constante), ¿Cuánto invirtió en su emprendimiento turístico el año pasado?, ¿Cuáles son los gastos mensualmente de su emprendimiento turístico?, ¿Cuál ha sido el valor de ventas proyectadas en este año?, ¿Con su emprendimiento turístico, que

rango mensual obtiene de ingresos?

Discusión:

Castro *et al.* (2023) enfoca un estudio de la falta de estrategias de financiamiento está generando problemas de liquidez en la institución, que impide el desarrollo normal de sus actividades y dificulta su crecimiento institucional. En el ámbito financiero, el índice de liquidez es un pilar fundamental para el crecimiento y fortalecimiento de la institución, también Chávez (2020) determina que los emprendedores no disponen suficiente capital propio y requieren ayuda externa; el crédito cooperativo es un mecanismo de estímulo para los sectores productivos; se ha demostrado que el modelo de asociación tiene un impacto económico y social. Menéndez *et al.* (2018) considera que los emprendimientos en el país requieren mejorar condiciones de entorno y financiamiento; generar espacios para la innovación y desarrollo de mercados; promover la vocación y competencias emprendedores. Sin embargo, Quevedo *et al.* (2021) establece que un crédito puede ser un motor de crecimiento empresarial, pero su efectividad depende del uso estratégico de los recursos, la planificación financiera y la capacidad de gestión. Barinaga *et al.* (2025) concluye que el financiamiento y capacitación técnica es esencial para el desarrollo y éxito de las cooperativas. Además, recalcó la necesidad de un enfoque integrado por parte del estado para maximizar el potencial económico de cooperativas en el panorama contemporáneo.

En el caso de esta investigación, se determinó que el crecimiento de los emprendimientos se enfoca en el valor de ventas proyectas, valor de ingresos y gastos que los emprendedores realizan. Los emprendimientos que cuentan con un acceso al financiamiento y tienen conocimientos de los servicios que brindan las COAC son esenciales para el éxito de los emprendimientos esto quiere decir que no solo el acceso al capital es un factor significativo sino también desarrollar actividades que sean administrativas y financieras.

5 CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Se concluye que los tipos de financiamiento pueden ser: propio, por amigos, familiar y el financiamiento cooperativo. Los tipos de financiamiento cooperativo más comunes utilizados por los emprendedores turísticos del cantón Baños de Agua Santa son tipo de crédito, servicios financieros, tasa de interés.

El tipo de crédito más usado por los emprendedores en un 38,90% es el crédito comercial cuenta con opciones accesibles para los emprendedores.

Se identificó que los tipos de emprendimientos turísticos más comunes en el cantón Baños de Agua Santa son : agencia de viajes, balnearios, bares, cafeterías, casa de huéspedes, discotecas, hostales, hosterías, operadores turísticos, refugios, restaurantes, estos emprendimientos para lograr iniciar su emprendimiento tuvieron que atravesar algunas

Se concluye que el crecimiento de los emprendimientos turísticos no depende del financiamiento cooperativo.

5.2 RECOMENDACIONES

Después de haber conocido los tipos de financiamiento cooperativo más relevantes en el Cantón Baños de Agua Santa, se recomienda que por parte de las cooperativas de ahorro y crédito se realicen campañas de planes de educación financiera para que tengan conocimiento los emprendedores, facilitando una toma de decisiones y una buena elección de tipo de financiamiento.

Al conocer que el crecimiento de los emprendimientos turísticos depende de factores como son : ingresos, ventas, es muy importante tener una verificación de los ingresos y gastos que se realizan mensualmente.

Se recomienda analizar otros factores que no estén relacionados con el financiamiento cooperativo como por ejemplo con el financiamiento propio, bancario, familiar, amigos y de cajas.

6 BIBLIOGRAFÍA

- Barinaga, E., Matamoros, C. R., & Rueda, Y. F. (2025). La relación Estado-Cooperativas: un debate contemporáneo desde la regulación, el financiamiento y la capacitación técnica. *Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, 82-96.
- Castro-Loja, R. M., & Vásconez-Acuña, L. G. (2023). Análisis de escenarios de financiamiento para fortalecer la liquidez de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sumak Samy Ltda. *MQRInvestigar*, 555-577.
- Horna Zegarra, I. E. (2020). Perspectivas del financiamiento corporativo y el mercado de valores del Perú. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 135-152.
- Quevedo, S. S., Salvatierra, J. K., Dávalos, J. M., & Barrera, E. E. (2021). Impacto del financiamiento crediticio en la rentabilidad de las PYMES en la provincia del Guayas, año 2021. *Polo del Conocimiento*, 331-350.
- Banco Central del Ecuador. (17 de AGOSTO de 2017). *BCE*, 3. Tipos de créditos: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/RegTasas184.pdf>
- Barros, C. (23 de abril de 2019). *Forbes*. Los 10 emprendimientos más exitosos del mundo: <https://www.guioteca.com/emprendimiento/los-10-emprendimientos-mas-exitosos-del-mundo-como-partieron-y-lograron-lo-que-son-hoy/>
- BCE. (31 de agosto de 2022). *Educación financiera y monetaria*. Un acercamiento al mundo de las tasas de interés: <https://www.bce.fin.ec/educacion-financiera/articulos/un-acercamiento-al-mundo-de-las-tasas-de-interes>

- BCE. (23 de mayo de 2023). *Scotiabank*. Tipos de créditos:
<https://www.scotiabankcolpatria.com/educacion-financiera/finanzas-personales/tipos-de-credito>
- BID. (2019). *Banco Interamericano de Desarrollo informe anual 2019: Estados financieros*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo. doi:<http://dx.doi.org/10.18235/0002272>
- BOLD. (29 de marzo de 2021). *Indicadores de crecimiento de una empresa ¿Cómo medirlo?* Crecimiento empresarial: <https://bold.com.ec/indicadores-para-medir-el-crecimiento-de-una-empresa/>
- Cámara de Turismo de Baños. (23 de mayo de 2024). *CAMTUR*. (b. travel, Editor) Recuperado el 8 de marzo de 2024, de Emprendimientos turisticos del canton Baños de Agua Santa: <https://www.banostravel.com/>
- Chavez & Ceron. (2020). El crédito cooperativo. Impacto e incentivo en el microempresario local. *Revista científica*, 6(3), 600-618. El crédito cooperativo. Impacto e incentivo en el microempresario local.
- Escamilla, M. (19 de Febrero de 2021). *Aplicación básica de los métodos científicos*. Diseño no experimental:https://www.uaeh.edu.mx/docencia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- Fabara, G. (2022). *Las cooperativas de ahorro y credito*. Universidad Andina Simon Bolivar, Área de Derecho, Ecuador.<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8800/1/T3852-MDFBS-Fabara-Las%20cooperativas.pdf>
- Fernandez, M. E. (2 de agosto de 2018). Las cooperativas: organizaciones de la economía social e instrumentos de participación ciudadana. *Revista de ciencias sociales*, 12(2), 237-253. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28011651004.pdf>

- Forbes. (18 de mayo de 2020). *Forbes*. Emprendimientos en el Ecuador:
<https://www.guioteca.com/emprendimiento/los-10-emprendimientos-en-el-Ecuador-como-partieron-y-lograron-lo-que-son-hoy/>
- INEC. (20 de marzo de 2022). *La Hora*. Provincias con mayor inversión en el turismo:
<https://www.lahora.com.ec/tungurahua/tungurahua-la-cuarta-provincia-con-mayor-inversion-en-turismo/>
- Lazcano & Plaza. (2012). *Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento en la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil (CEUPS)*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil (CEUPS).
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2699>
- LOEPS. (2024). *Ley de la economía popular y solidaria*. Ministerio de inclusión económica y social. Quito: Ieps. Recuperado el 8 de mayo de 2024, de https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley_economia_popular_solidaria.pdf
- Lopez, M. (2020). Fuentes de financiamiento a mediano y largo plazo y su costo. En V. E. Erossa, *Administración financiera* (págs. 166-238). Facultad de contaduría y ciencias administrativas. <https://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/academia%20de%20finanzas/finanzas%20ii%20mauricio%20a.%20chagolla%20farias/administracion%20financiera%20capitulo%206.pdf>
- Mayea, Y. Y. (2020). Fuentes de financiamiento alternativas para las pequeñas y medianas empresas. *Revista científica*, 966-977.
- Menéndez, Bazaña & Pico. (2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*.

- Ministerio de Educación. (2016). Emprendimiento y gestión. En C. Dávila, & J. Paez (Ed.), *Emprendimiento y gestión* (págs. 165-178). Ecuador, Quito, Ecuador: Maya.
https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/08/MINEDU_Libro_Emprendimiento-2-BGU-ilovepdf-compressed.pdf
- Ministerio de Turismo. (9 de abril de 2023). *Ecuador travel*. (travelec, Editor, & T. Ecuador, Productor) Recuperado el 12 de abril de 2024, de Emprendimientos turísticos del Ecuador:
<https://ecuador.travel/emprendimientos-turisticos-del-2020-en-ecuador/>
- MINTUR. (6 de marzo de 2024). *Ministerio de Turismo*. Catastros Turísticos:
<https://servicios.turismo.gob.ec/>
- Newman, D. (6 de julio de 2020). El razonamiento inductivo y deductivo. *Laurus*, 12(2), 182.
<https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>
- Ortega, C. (24 de enero de 2020). *Question Pro*. Investigación documental:
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-documental/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20documental%20es%20una,%2C%20peri%C3%B3dicos%2C%20bibliograf%C3%ADas%2C%20etc.>
- Orús, A. (12 de Octubre de 2023). *Organización mundial del turismo*. Turismo en el mundo datos estadísticos: <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#topicOverview>
- Perdomo. (2015). *Planeación Financiera*. Mexico: ECAFSA.
<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/17740/capitulo3.pdf>
- Pertuz Espinosa, F., Torres Mayo, C., & Ramos Palacios, S. M. (2025). Análisis de las estrategias de financiamiento alternativo para proyectos sociales. [*Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia*].

- Polanco, D. (16 de marzo de 2020). Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. *Siembra*, 7(1), 60-69. doi:<https://doi.org/10.29166/siembra.v7i1>
- Ramírez, H. P. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Scielo*.
- Rhoton, S. (15 de Abril de 2022). *Investigación de campo*. En:significados.com: <https://www.significados.com/investigacion-de-campo/>
- Rodríguez, C. A. (2019). *¿Qué factores influyen en el crecimiento económico?* Negocios y Economía. The Conversation Academic. <https://theconversation.com/que-factores-influyen-en-el-crecimiento-economico-180074>
- Tomassian, G. C. (2018). *Financiamiento de la infraestructura para la integración regional* (Vol. 259). Santiago de Chile, Naciones Unidas: Cepal. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/a237b589-d4bd-4d3e-a6f9-12aa9e9c3c1b/content>
- UNWTO. (9 de Mayo de 2023). *Organización mundial del turismo*. Nuevos datos apuntan a una recuperación total del turismo con un vigoroso arranque en 2023: <https://www.unwto.org/es/news/nuevos-datos-apuntan-a-una-recuperacion-total-del-turismo-con-un-vigoroso-arranque-en-2023>
- Vargas, M. A. (2020). Emprendimientos: factores esenciales para su constitución. *Revista venezolana de gerencia*, 25(90), 709-720. <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/29063559024.pdf>
- Villareal, F. (2017). *Inclusión financiera de pequeños productores rurales* (147 ed.). Santiago: Cepal. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cf33be13-7f5e-403f-8fc5-1622975a36ee/content>

Williams Figueroa & Albert Kimbu. (2022). Financiamiento del emprendimiento turístico: una perspectiva de género sobre la reproducción de las desigualdades. *Routledge*.

ANEXOS

Anexo 1: Estado de arte

AUTOR	TÍTULO DEL ARTÍCULO	OBJETIVOS	CONCLUSIONES	SIMILITUDES
(Ramírez, 2016)	Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible	El objetivo del presente artículo fue investigar el desarrollo turístico rural aplicando un análisis estructural como herramienta de diagnóstico. Se aplicó la matriz causa-problema-efecto-solución como herramienta de gestión para dirigir las actividades emprendedoras.	En la parroquia Tachina los emprendimientos carecen de formalidad y fortalecimiento; no aportan al desarrollo que debería tener la parroquia, a pesar de ser la más cercana a la cabecera cantonal y provincial. Se identificaron las principales razones que influyen en el escaso desarrollo del turismo en la parroquia: falta de capacitación, baja calidad del servicio que ofrecen, pocas facilidades para acceder a financiamientos.	Es un enfoque cualitativo comprendió entrevistas focalizadas a los actores representativos de distintos sectores y entrevistas en profundidad a nativos de diferentes grupos.
(Mayea, 2020)	Fuentes de financiamiento alternativas para las pequeñas y medianas empresas.	El objetivo de este artículo es mostrar información acerca de las ventajas, desventajas y restricciones que pueden enfrentar este tipo de empresas al momento de acceder a las	La falta de conocimiento de las PYMES que no pueden financiarse de una manera correcta porque en la actualidad existen muchas fuentes de financiamiento de esta manera permiten a los empresarios poder	Metodología bibliográfica, se realizó una investigación que reconozca la realidad que enfrentan las PYMES en lo que es las fuentes de financiación, también descriptiva para conocer las

		fuentes de financiación. Cabe recalcar que las garantías y requisitos para utilizar una fuente de financiamiento, dependen en mayor medida de su trayectoria en el mercado, su historial comercial y capacidad de endeudamiento.	elegir lo más conveniente para su empresa al momento de acceder a un crédito hay que tomar decisiones buenas ya que si tomamos decisiones a la ligera se puede generar grandes pérdidas económicas y también provocar una liquidación	distintas alternativas de financiamiento.
(Menéndez, Bajaña & Pico, 2018)	Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador	El objetivo fue analizar la relación entre emprendedores y crecimiento económico, considerando los factores que favorecen el emprendimiento. Para ello, el trabajo se divide en dos partes. Una teórica en la que se exponen los diferentes aspectos relacionados con los emprendedores según diversos autores. Y empírica, analizando la relación entre emprendimiento y crecimiento económico.	Se obtuvo que, para impulsar el emprendimiento en el país, se requiere, entre otras cosas lo siguiente: mejorar condiciones de entorno y financiamiento; generar espacios para la innovación y desarrollo de mercados; promover la vocación y competencias emprendedores	Método bibliográfico ya que se investigó en varios libros, revistas sobre el desarrollo de los emprendimientos a lo largo de los años y los factores para que estos sobresalgan.

(Williams Figueroa & Albert Kimbu, 2022)	El financiamiento del emprendimiento turístico desde una perspectiva de género	La economía política feminista proporciona un punto de partida para comprender esta reproducción de las desigualdades a través de intervenciones políticas que han buscado abordar las fallas percibidas del mercado.	Los resultados de este estudio muestran cómo las mujeres participan menos como solicitantes en el plan de financiación y tienen menos éxito. Esto puede explicarse, en parte, porque es más probable que las mujeres se centren en tipologías de negocios que tienen menos éxito cuando se evalúan las solicitudes.	Este estudio analiza, desde una perspectiva de género, el programa de financiación Emprendetur que tuvo como objetivo apoyar a empresas del sector turístico español a través de las grandes áreas o subprogramas de 'Investigación y Desarrollo', 'Productos Innovadores'
(Chavez & Ceron, 2020)	El crédito cooperativo. Impacto e incentivo en el microempresario local	El objetivo de este estudio fue analizar el crédito cooperativo y su impacto e incentivo en el microempresario local. A este propósito se realizó una revisión documental-bibliográfica de trabajos relacionados con esta temática.	Los emprendedores no disponen suficiente capital propio y requieren ayuda externa; el crédito cooperativo es un mecanismo de estímulo para los sectores productivos; se ha demostrado que el modelo de asociación tiene un impacto económico y social en la localidad.	Para la selección de los materiales literarios se asumieron criterios de calidad metodológica y científica, aportes y año de publicación entre 2015 a 2020
(Horna Zegarra, 2020)	Perspectivas del financiamiento corporativo y el mercado de valores del Perú	Revisar el comportamiento en el mercado de valores peruano relativo a las emisiones de bonos corporativos comparativamente durante los periodos 2005-	El análisis del comportamiento del mercado de valores peruano, en cuanto a las emisiones de bonos corporativos durante los periodos 2005-2010 y 2015-2019, evidencia un	Financiamiento corporativo y el mercado de valores

		2010 y 2015-2019, como reflejo de la situación del mercado actual peruano.	desarrollo favorable del sector financiero del país. El aumento en la colocación de bonos, junto con la disminución de las tasas de interés, refleja una mayor confianza en el mercado y mejores condiciones de financiamiento para las empresas	
(Castro-Loja & Vásquez-Acuña, 2023)	Análisis de escenarios de financiamiento para fortalecer la liquidez de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sumak Samy Ltda.	Encontrar escenarios de financiamiento para mejorar la liquidez de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sumak Samy Ltda.	Los resultados del estudio indican que la falta de estrategias de financiamiento está generando problemas de liquidez en la institución, lo que impide el desarrollo normal de sus actividades y dificulta su crecimiento institucional. En el ámbito financiero, el índice de liquidez es un pilar fundamental para el crecimiento y fortalecimiento de la institución, a medida que tiene como fin diagnosticar la capacidad de una entidad para generar suficiente dinero en efectivo.	Financiamiento y liquidez
(Barinaga, Matamoros,	La relación Estado-Cooperativas: un	Examinar las dinámicas entre el Estado y las	Se concluyó que la articulación efectiva entre	financiamiento y la capacitación técnica.

& Rueda, 2025)	debate contemporáneo desde la regulación, el financiamiento y la capacitación técnica.	cooperativas a través de tres dimensiones fundamentales: regulación, financiamiento y capacitación técnica	regulación, financiamiento y capacitación técnica es esencial para el desarrollo y éxito de las cooperativas. Además, se subrayó la necesidad de un enfoque integrado por parte del Estado para maximizar el potencial económico de las cooperativas en el panorama contemporáneo.	
(Pertuz Espinosa, Torres Mayo, & Ramos Palacios, 2025)	Análisis de las estrategias de financiamiento alternativo para proyectos sociales	Explorar y comprender fuentes de financiamiento alternativas a las tradicionales, como las donaciones gubernamentales, para la ejecución exitosa de proyectos sociales en Colombia	Esta investigación resalta la importancia de la colaboración entre instituciones financieras, el gobierno y el sector privado para respaldar el desarrollo económico y social en Colombia, y proporciona un marco sólido para abordar la sostenibilidad financiera de los proyectos sociales	Financiamiento alternativo
(Quevedo, Salvatierra, Dávalos, & Barrera, 2021)	Impacto del financiamiento crediticio en la rentabilidad de las PYMES en la provincia del Guayas, año 2021	Evidenciar la relación entre el acceso al crédito empresarial y los indicadores financieros clave como ingresos por ventas, utilidad neta, patrimonio y activos	El estudio concluyó que el crédito puede ser un motor de crecimiento empresarial, pero su efectividad depende del uso estratégico de los recursos, la planificación financiera y la	Financiamiento crediticio en la rentabilidad de las PYMES

			capacidad de gestión. Los hallazgos confirman una relación significativa entre el financiamiento y el desempeño económico de las PYMES, destacando la necesidad de mejorar la educación financiera y diseñar productos crediticios adaptados a las particularidades del segmento empresarial ecuatoriano.	
--	--	--	---	--

Anexo 2: Formato de encuesta

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA PERIODO 2020-2023

Objetivo: El presente cuestionario tiene como objetivo determinar el financiamiento cooperativo como factor de crecimiento en los emprendimientos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa periodo 2020-2023.

Instrucciones: Se solicita por favor, completar de la manera más veras la respuesta, ya que tiene fines académicos. Se garantiza que la información proporcionada será tratada de manera anónima.

Consentimiento informado: La información que nos brinde será tratada de manera confidencial y anónima. En ningún caso sus respuestas serán presentadas acompañadas de su nombre o de algún dato que lo identifique. Su participación es totalmente voluntaria y puede darla por terminada en cualquier momento.

Correo:

Nombre del emprendimiento turístico:

DATOS GENERALES DEL EMPRENDEDOR
1. Indique su género a) Femenino b) Masculino c) Prefiero no decirlo d) Otro
2. Indique el rango de su edad a) 18-25 años b) 26-35 años c) 36-45 años d) 46-55 años e) 56 años a más
3. Indique su estado civil a) Soltero/a b) Casado c) Divorciado d) Unión Libre e) Viudo f) Otra
4. Nivel de educación a) Primaria b) Secundaria c) Tecnología d) Superior e) Otra
5. ¿Es usted cabeza de familia? a) Sí b) No c) Conyugue
6. ¿Cuántas personas componen su núcleo familiar incluyendo usted? a) 0-3 personas b) 4- 8 personas c) 9 a más personas
7. ¿De dónde proviene su principal ingreso? a) Emprendimiento turístico b) Hijos c) Conyugue d) Bono e) Otra
8. ¿Cuál es valor del ingreso mensual aproximado de su familia? a) De 0 a 500 USD b) De 501 a 1000 USD

c) De 1001 a 3000 USD d) De 3001 a 6000 USD e) De 6001 a más USD
DATOS DEL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO
9. Zona del emprendimiento turístico a) Urbana b) Rural
10. Número de trabajadores del emprendimiento turístico a) 0 a 3 trabajadores b) 4 a 8 trabajadores c) 9 a 20 trabajadores d) 21 a 40 trabajadores
11. ¿A qué sector pertenece su emprendimiento turístico ? a) Comercio b) Servicios c) Industrial d) Agrícola e) Artesanía f) Otra
12. ¿Qué tipo de emprendimiento turístico tiene? a) Agencia de viaje dual b) Bares c) Balneario d) Cafeterías e) Casa de huéspedes f) Discotecas g) Hostales h) Hostería i) Hoteles j) Operadores turísticos k) Refugio l) Restaurantes
13. ¿ A quién pertenece el emprendimiento turístico? a) Propio b) Familia c) Socios d) Otra
14. ¿Donde funciona su emprendimiento? a) Local Propio b) Local Arrendado c) Local De la familia d) Otra
15. ¿Qué oferta a través de su emprendimiento turístico? a) Productos b) Bienes c) Servicios

d) Todas las anteriores					
16. ¿Se encuentra inscrito en el SRI?					
a) Sí					
b) No					
17. ¿Qué tipo de contribuyente es?					
a) RIMPE Emprendedor					
b) RIMPE Negocio Popular					
c) Artesano					
d) Persona Natural					
e) Persona Jurídica					
f) En trámite					
g) Otro					
18. ¿A existido una expansión del emprendimiento turístico? (remodelación de infraestructura, nueva maquinaria, inmuebles)					
a) Sí					
No					
19. ¿Cuáles fueron las dificultades con la que tuvo que enfrentarse a inicios de su actividad emprendedora?					
	1. Muy desacuerdo	2. Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
Falta de Financiación					
Competencia					
Falta de conocimiento de negocio					
Intentar crecer rápido					
Miedo al fracaso					
Riesgo financiero					
20. ¿Con su emprendimiento turístico, que rango mensual obtiene de ingresos?					
a) De 0 a 500 USD					
b) De 501 a 1000 USD					
c) De 1001 a 3000 USD					
d) De 3001 a 6000 USD					
e) De 6001 a más USD					
21. ¿Qué tipo de financiamiento utilizo en su emprendimiento?					
a) Propio Salta a la pregunta 21.1					
b) Amigos Salta a la pregunta 21.1					
c) Familia Salta a la pregunta 21.1					
d) Bancos Salta a la pregunta 21.1					
e) Cajas Salta a la pregunta 21.1					
f) Cooperativo Salta a la pregunta 22					
21.1.¿Cuáles fueron las razones por la que usted no opto por el financiamiento cooperativo?					

	1.Nada importante	2.Poco Importante	3.Neutral	4.Importante	5.Muy importante
Falta de flexibilidad					
Riesgo de solvencia					
Falta de diversidad de productos financieros					
Limitaciones de monto					
Condiciones rigurosas					

21.2¿Usted estaría dispuesto a optar por el financiamiento cooperativo?
a) Sí
b) No
c) Tal vez
Se envía el cuestionario

FINANCIAMIENTO COOPERATIVO

22. Usted cree que el financiamiento cooperativo tiene:

	1.Muy desacuerdo	2.Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
Bajas tasas de interés					
Pocos requisitos					
Manera adecuada de brindar sus servicios					
Tiempo adecuado					

23. De los siguientes tipos de financiamiento cooperativo, ¿Cuál aplico para su emprendimiento turístico ?
a) Tipos de créditos Salta a la pregunta 23.1
b) Tasas de interés Salta a la pregunta 23.2
c) Servicios financieros Salta a la pregunta 23.3

TIPO DE CRÉDITO

23.1.¿Qué tipo de crédito accedió?
a) Crédito productivo Salta a la pregunta 24
b) Crédito comercial Salta a la pregunta 24
c) Crédito de consumo Salta a la pregunta 24
d) Crédito Educativo Salta a la pregunta 24
e) Crédito inmobiliario Salta a la pregunta 24
f) Microcrédito Salta a la pregunta 24

TASA DE INTERÉS

23.2. ¿Qué tasa de interés accedió?
a) Tasa de interés nominal. Salta a la pregunta 24
b) Tasa de interés efectiva. Salta a la pregunta 24
c) Tasa de interés variable. Salta a la pregunta 24
d) Tasa de interés fija. Salta a la pregunta 24

TIPO DE SERVICIO FINANCIERO

23.3. ¿Qué tipo de servicio financiero utilizo?

a) Cuenta de ahorro Salta a la pregunta 24 b) Depósitos a plazo Salta a la pregunta 24 c) Tarjeta de crédito / débito Salta a la pregunta 24 d) Remesas Salta a la pregunta 24					
UTILIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO COOPERATIVO					
24. ¿El financiamiento cooperativo recibido en que se utilizó?					
	1.Nada frecuente	2.Poco frecuente	3.Ni frecuente ni nada frecuente	4.Frecuente	5.Muy frecuente
Infraestructura					
Materia prima					
Mobiliaria					
Adquisición de bienes					
Adquisición de un predio					
25. ¿Cantidad de financiamiento cooperativo que usted aplica en su emprendimiento turístico?					
a) De 0 a 5.000 USD b) De 5.001 a 10.000 USD c) De 10.001 a 20.000 USD d) De 20.0001 a 30.000 USD e) De 30.0001 a 40.000 USD f) De 40.0001 a 60.000 USD g) De 60.0001 a más USD					
26. ¿Para qué tiempo es su financiamiento cooperativo?					
a) Hasta 6 meses b) Hasta 1 año c) Entre 2 a 5 años d) Entre 6 a 10 años e) Más de 10 años f) Ninguno g) Otro...					
27. Alguna vez se atrasado en los pagos de su financiamiento cooperativo					
a) Si Salta a la pregunta 27.1 b) No Salta a la pregunta 28					
RAZONES POR LAS QUE SE ATRASO EN EL PAGO					
27.1.Si usted se atrasó en el pago de su financiamiento ¿Cuáles fueron las razones?					
	1.Nada importante	2.Poco importante	3.Neutral	4.Importante	5.Muy importante
Bajo en ventas					
Enfermedad					
Perdida de un pedido importante					
Competencia					
Falta de gestión					
CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO					

28. ¿Cómo emprendedor ha notado un crecimiento en función de los invertido al principio del emprendimiento?					
	1.Nada favorable	2.Poco favorable	3.Ni favorable ni desfavorable	4. Favorable	5.Muy favorable
Los ingresos del año 2022 han sido superiores a los del 2023					
Las ventas del año 2022 han sido superiores a las ventas del año 2023.					
Se ha podido invertir en nuevos inmuebles.					
Se ha podido invertir en materia prima.					
Las utilidades son altas en comparación al año 2022.					
Cuenta con un sistema de contabilidad actualizado.					
Se cuenta con un presupuesto de auxilio para cualquier imprevisto.					
Ha existido una estructura organizacional con mayor número de cargos a los trabajadores.					
Los ingresos han sido favorables en comparación con los gastos realizados.					
29. ¿Cuál ha sido el valor de ventas proyectadas en este año? a) De 0 a 2000 USD b) De 2001 a 5000 USD c) De 5001 a 9000 USD d) De 9001 a más USD					
30. ¿El nivel de financiamiento cooperativo obtenido ha sido un factor influyente para el crecimiento de su emprendimiento turístico? a) Sí b) No c) Tal vez					
31. ¿ Cuáles son sus expectativas de crecimiento para su emprendimiento turístico?					
	1.Muy desacuerdo	2.Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo

Sucursales nivel local.					
Sucursales nivel regional					
Mejor competitividad.					
Ser una marca reconocida.					
Inversión en inmuebles.					
Inversión en tecnología.					

32. ¿Cuáles son los gastos mensualmente de su emprendimiento turístico?
a) De 0 a 500 USD
b) De 501 a 1000 USD
c) De 1001 a 3000 USD
d) De 3001 a 6000 USD
e) De 6001 a más USD

33. ¿Cómo manejas la competencia para asegurar el crecimiento sostenible de tu emprendimiento turístico?

	1.Nada importante	2.Poco importante	3.Neutral	4.Importante	5.Muy importante
Innovación continua					
Colaboraciones estratégicas					
Satisfacer al cliente					
Adaptarse a cambios y oportunidades					

34. ¿Qué factores consideras más influyentes en el crecimiento de un emprendimiento?

	1.Nada importante	2.Poco importante	3.Neutral	4.Importante	5.Muy importante
Constancia					
Pasión					
Análisis					
Flexibilidad					
Sociabilidad					
Creatividad					
Educación					
Visión					

35. ¿Cuáles son sus perspectivas de inversión a futuro?

	1.Nada importante	2.Poco importante	3.Neutral	4.Importante	5.Muy importante
Movilidad					
Inmuebles					
Maquinaria					

Más personal					
--------------	--	--	--	--	--

36. ¿Cuánto invirtió en su emprendimiento turístico el año pasado?
a) De 0 a 500 USD
b) De 501 a 1000 USD
c) De 1001 a 3000 USD
d) De 3001 a 6000 USD
e) De 6001 a más USD

37. ¿Cuáles fueron sus principales gastos operativos en el negocio turístico?

	1.Nada importante	2.Poco importante	3.Neutral	4.Importante	5.Muy importante
Personal y salarios					
Costos de suministros					
Alquiler y servicios públicos					
Marketing y publicidad					
Otros gastos operativos					

38. ¿Cómo evaluaría el rendimiento de sus ventas en el último trimestre?
a) Excelente
b) Bueno
c) Regular
d) Bajo
e) No estoy seguro

39. ¿Ha realizado inversiones significativas en mejoras o expansión de su emprendimiento turístico?
a) Sí, en mejoras
b) Sí, en expansión
c) Sí en mejoras y en expansión
d) No, ninguna inversión significativa
e) No, ninguna mejora
f) Ninguna de las anteriores
g) Otro...

40. ¿Cuánto destinó a actividades de marketing y promoción para su negocio turístico?
a) De 0 a 500 USD
b) De 501 a 1000 USD
c) De 1001 a 3000 USD
d) De 3001 a 6000 USD
e) De 6001 a más USD