

Efectos del financiamiento de las cooperativas en los ingresos de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo. Periodo 2022

Effects of cooperative financing on the income of tourism enterprises in the province of Chimborazo. Period 2022

Edgar Aníbal Rodríguez*

Universidad Nacional de Chimborazo.
Riobamba-Ecuador.
earodriguez@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-8727-5394>

Vivian Doménica Chauca Paredes

Universidad Nacional de Chimborazo.
Riobamba-Ecuador.
vivian.chauca@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0006-5181-8576>

Jorge Fernando Cruz Parra

Universidad Nacional de Chimborazo.
Riobamba-Ecuador.
fercruz2@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-4129-1292>

***Correspondencia:**

earodriguez@unach.edu.ec

Cómo citar este artículo:

Rodríguez, E., Chauca, V., & Cruz, J. (2024). Efectos del financiamiento de las cooperativas en los ingresos de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo. Periodo 2022. *Esprint Investigación*, 3(3), 29-42. <https://doi.org/10.61347/ei.v3i3.79>

Recibido: 11 de noviembre de 2024

Aceptado: 20 de diciembre de 2024

Publicado: 27 de diciembre de 2024

Resumen: La escasa disponibilidad de financiamiento accesible y sostenible por parte de las cooperativas limita la inversión, innovación y expansión de los emprendimientos turísticos en Chimborazo. El objetivo de este estudio fue determinar los efectos del financiamiento de las cooperativas en los ingresos de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo. La metodología se fundamentó en una investigación de campo no experimental con un enfoque mixto, utilizando un muestreo estratificado, cuya muestra fue de 220 emprendimientos. La recolección de datos se realizó mediante encuestas validadas con el coeficiente Alfa de Cronbach (0,743). El análisis de datos incluyó estadística descriptiva. Los resultados muestran una diversidad de criterios por parte de los emprendedores tanto en aspectos sociodemográficos como económicos. Además, se destaca que el acceso a crédito tiene un efecto positivo en los ingresos de los emprendimientos turísticos en comparación con aquellos que no lo tienen (p-valor = 0.033). Se evidencia una correlación negativa débil entre las variables crédito y rentabilidad para los grupos con y sin crédito (0.28). Por otro lado, el análisis financiero demuestra que el principal indicador de crecimiento son los ingresos de cada emprendimiento turístico durante el período analizado.

Palabras clave: Chimborazo, cooperativa, emprendimiento, financiamiento cooperativo.

Abstract: The limited availability of accessible and sustainable financing by cooperatives limits investment, innovation and expansion of tourism ventures in Chimborazo. The objective of this study is to determine the effects of cooperative financing on the income of tourism ventures in the province of Chimborazo. The methodology was based on non-experimental field research with a mixed approach, using a stratified sample, whose sample was 220 ventures. Data collection was carried out through surveys validated with Cronbach's Alpha coefficient (0.743). Data analysis included descriptive statistics. The results show a diversity of criteria on the part of the entrepreneurs in both sociodemographic and economic aspects. Furthermore, it is highlighted that access to credit has a positive effect on the income of tourism ventures compared to those that do not have it (p-value = 0.033), likewise, a weak negative evaluation is evident between the credit and profitability variables for the groups with and without credit (0.28), on the other hand, the financial analysis shows that the main growth indicator is the income of each venture tourist during the period analyzed.

Keywords: Chimborazo, cooperative, cooperative financing, entrepreneurship.

Copyright: Derechos de autor 2024 Edgar Aníbal Rodríguez, Vivian Doménica Chauca Paredes, Jorge Fernando Cruz Parra.



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

1. Introducción

La limitada disponibilidad de financiamiento accesible y sostenible ofrecido por las cooperativas a los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo restringe significativamente su capacidad de inversión, innovación y expansión, afectando negativamente el nivel de ingresos y la competitividad del sector turístico en la región. Esto genera un círculo vicioso de bajo desarrollo económico local, donde los emprendimientos enfrentan dificultades para acceder a créditos adecuados y, a su vez, las cooperativas encuentran barreras para evaluar y atender las necesidades financieras.

El financiamiento se define como “el proceso mediante el cual se proveen recursos económicos para actividades comerciales, adquisiciones o inversiones” (Walia & Chopra, 2023, p. 11). De acuerdo con Bea-Leyva et al. (2023) este recurso constituye el pilar de cualquier empresa, ya que la capacidad para gestionar eficientemente los recursos y seleccionar las fuentes de financiamiento adecuadas resulta vital para la salud financiera empresarial. En este sentido, el financiamiento se convierte en una estrategia para capitalizar el valor temporal del dinero, facilitando así la gestión de los flujos de efectivo futuros con el propósito de impulsar proyectos en curso.

Nguyen (2022) señala que las empresas cuentan con dos opciones para financiar proyectos de inversión: financiamiento interno y externo. El primero se basa en el uso de recursos propios de la empresa, mientras que el segundo implica obtener fondos de fuentes externas, como préstamos bancarios, emisión de bonos o la incorporación.

Las cooperativas de ahorro y crédito se definen como “empresas centradas en las personas, donde la propiedad es compartida y la gestión está a carga de sus miembros” (Purmiyati et al., 2022, p. 3). Asimismo, según García-Bravo et al. (2021) “son entidades socioeconómicas capaces de satisfacer las necesidades financieras de sus miembros y de impactar positivamente en el bienestar tanto de la comunidad como de la sociedad en general” (Alianza Cooperativa Internacional, 2024, p. 5).

En tanto, el emprendimiento se concibe como la “identificación de oportunidades relacionadas con el negocio a través de un proceso de uso de recursos existentes, nuevos o una recombinação de recursos de una manera innovadora y creativa” (Ratten, 2023, p. 35). Por otro lado, Gutterman (2020) lo entiende como la “creación y gestión de un nuevo negocio, asumiendo el riesgo inherente a cambio de obtener beneficios derivados de la explotación de oportunidades no satisfechas en el mercado, como las demandas de los consumidores que aún no están cubiertas” (p. 12).

Asimismo, la investigación se fundamenta a través de una revisión bibliográfica relacionada con el financiamiento de las cooperativas y los emprendimientos turísticos. Joza y Bojorque (2023) muestran que es fundamental el financiamiento para la creación de un emprendimiento, sin embargo, la falta de conocimiento sobre los procesos y requisitos no permite que se otorgue un crédito.

Además, Pesántez-Célleri et al. (2020) comprueban que el turismo comunitario es desarrollado de manera empírica por lo que se debe potenciar de manera estratégica el emprendimiento. En la misma línea, Inca y Lema (2022) demuestran que uno de los créditos más solicitados por parte de los emprendedores es el microcrédito, una fuente de financiamiento que fomenta la creación de emprendimientos.

Un estudio realizado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES, 2024) destaca la importancia del Bono de Desarrollo Humano (BDH) en la sostenibilidad y crecimiento de los emprendimientos. Cevallos-Silva et al. (2021) confirman la importancia de que el gobierno implemente una tasa de interés única y preferencial para los emprendedores. Mientras que, para Vallejo y Villacreses (2017) el financiamiento es un factor indispensable para emprender un negocio.

A pesar de la relevancia de los emprendimientos turísticos, se identificó un escaso desarrollo de investigaciones sobre el financiamiento sobre este sector, razón de suma importancia para promover el desarrollo de este tipo de estudios.

El turismo se destaca como una de las principales fuentes de ingresos a nivel mundial. Según Dogru et al. (2021), “es reconocido como un componente vital dentro de las economías nacionales en numerosos países, y puede generar beneficios significativos para las economías locales en destinos turísticos” (p. 215). Desde la perspectiva de Ortega et al. (2019), “el emprendimiento en Ecuador debe ser innovador y creativo al seleccionar y poner en marcha un negocio, generando continuamente nuevas ideas para su crecimiento y desarrollo, de ello dependerá el éxito o fracaso que pueda alcanzar” (p. 162).

En Ecuador se han realizado esfuerzos para generar e incrementar los ingresos del sector turístico. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF), “el país ha demostrado condiciones favorables y una sólida recuperación económica tras la pandemia, con un crecimiento del 2.9 % en 2022 y, además, entre 2021 y 2022, la inversión extranjera directa (IED) aumentó en un 21.7 %” (ONU Turismo, 2023). Se estima que el sector del turismo en Ecuador generó 1,181 millones de dólares en 2022.

En la tabla 1 se observa una limitante de crecimiento debido a la falta de financiamiento adecuado, lo cual impide que estos negocios puedan expandirse y mejorar sus servicios, por lo que es importante que cuenten con un apoyo financiero más robusto para fomentar su desarrollo.

Tabla 1

Ingresos por tipo de productos en Ecuador

Posición	Productos	Aporte en divisas	Variación porcentual
1	Camarón	5.676	53.8%
2	Banano y plátano	2.433	-6.7%
3	Turismo	1.181	73.9%
4	Otros elaborados en mar	1.121	10.4%
5	Flores naturales	710	3.8%

Nota. Tomado de Andrade (2023).

Asimismo, los representantes de estos emprendimientos identifican otro factor crítico: la promoción de sus servicios en función de la oferta y demanda. Sin una estrategia de marketing efectiva, muchos de ellos no logran atraer una cantidad suficiente de clientes, lo que restringe aún más su capacidad de crecimiento y sostenibilidad en el mercado. Por tanto, deben abordarse tanto las necesidades financieras como las estrategias de promoción para potenciar el desempeño y la competitividad de los emprendimientos turísticos en Riobamba.

Con estos antecedentes, la investigación parte con la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los efectos del financiamiento de las cooperativas en los ingresos de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo?, con el objetivo de determinar los efectos del financiamiento de las cooperativas en los ingresos de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo. Además, se comprobó si el financiamiento de las cooperativas tiene un efecto positivo en los ingresos de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo en el periodo 2022.

2. Metodología

La investigación se basó en el método deductivo, lo que permitió analizar si existe una relación directa entre el apoyo financiero de las cooperativas y el desempeño económico de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo. Además, se adoptó un enfoque mixto que facilitó, por un lado, la obtención de datos numéricos precisos sobre los emprendimientos turísticos de la provincia y, por otro, el análisis de las experiencias y percepciones de los actores claves a través de entrevistas con grupos de interés. El estudio se enmarcó en un diseño no experimental y tuvo un nivel de alcance correlacional.

La muestra estuvo compuesta por 220 emprendimientos turísticos seleccionados de un universo total de 426 registrados en la Subsecretaría de Turismo de Ecuador, empleando un muestreo estratificado. La principal técnica de recolección de datos fue la encuesta, implementada a través de un cuestionario de 32 preguntas diseñado para obtener información cuantitativa y cualitativa relevante para el análisis. Este cuestionario fue sometido a una prueba piloto en la provincia de Chimborazo y validado mediante el software Statistical Package for the Social Sciences. (SPSS).

3. Resultados

La tabla 2 presenta la caracterización de los emprendedores del sector turístico, clasificados según su régimen tributario: Régimen General (persona natural), RIMPE - Negocios Populares (persona natural), RIMPE - Emprendimientos (persona natural) y RIMPE - Emprendedores (persona jurídica). Este análisis revela que un cierto porcentaje de emprendimientos posee una estructura legal como persona jurídica, lo que indica que se trata de empresas formalmente constituidas con una administración y estructura organizacional establecida.

Tabla 2

Tipo de contribuyente de emprendedores

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Régimen General (persona natural)	41	18.64%
RIMPE – Negocios populares (persona natural)	87	39.55%
RIMPE – Emprendimientos (persona natural)	90	40.91%
RIMPE – Emprendedores (persona jurídica)	2	0.91%
Total	220	100.00

En la tabla 3 se observa una distribución significativa en la duración de los periodos de funcionamiento de los emprendimientos. Un 26.36 % tienen una duración de menos de un año, mientras que un 20.91 % tienen entre 1 y 3 años de actividad. Además, un 29.09 % tienen entre 3 y 5 años, un 11.82 % entre 5 y 10 años, un 9.55 % entre 10 y 20 años, y un 2.27 % tienen más de 20 años de actividad.

Tabla 3*Tiempo de funcionamiento de emprendimientos*

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 años	58	26.36%
Entre 1 a 3 años	46	20.91%
Entre 3 y 5 años	64	29.09%
Entre 5 a 10 años	26	11.82%
Entre 10 a 20 años	21	9.55%
Más de 20 años	5	2.27%
Total	220	100.00%

En la tabla 4 se muestra que el 50.45 % de los encuestados indica que el emprendimiento es propio. Para el 30 % se trata de un negocio familiar, mientras que el 10.91 % está conformado por socios, y el 8.64 % corresponde a otra categoría.

Tabla 4*Propietario del emprendimiento*

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Propio	111	50.45%
Familiar	66	30.00%
Socios	24	10.91%
Otro	19	8.64
Total	220	100.00%

Crédito en cooperativa

La tabla 5 muestra que el 31.36 % de los participantes no dispone de un crédito en una cooperativa de ahorro y crédito, por otro lado, el 68.64 % afirma tener un crédito en una cooperativa.

Tabla 5*Posesión de crédito en cooperativa de ahorro y crédito*

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
No	69	68.64%
Sí	151	31.36%
Total	220	100.00%

La tabla 6 expone que el 29.55 % de los emprendedores ha accedido a microcréditos. Un 6.82 % ha optado por créditos en bancos, mientras que un 12.27 % ha accedido a créditos específicos para emprendimientos. El 9.09 % ha utilizado créditos de consumo y un 9.55 % ha obtenido créditos de comercio. Asimismo, se observa que un pequeño porcentaje, el 0.45 %, ha accedido a créditos de vivienda. Además, el 0.91 % ha utilizado otro tipo de crédito, y el 31.36 % no ha accedido a ningún tipo de crédito.

Tabla 6*Tipo de crédito cooperativo accedido en el último año*

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Microcrédito	65	39.55%
Crédito de comercio	21	9.55%
Crédito de consumo	20	9.09%
Crédito para emprendimientos	27	12.27%
Crédito de vivienda	1	0.45%
Crédito en un banco	15	6.82%
Otro	2	0.91%
Ninguno	69	31.36%
Total	220	100%

La tabla 7 evidencia que la mayoría de los encuestados (56.36 %) aún mantiene el crédito que han solicitado, mientras que un 12.27 % han cancelado el crédito en su totalidad.

Tabla 7*Crédito activo o cancelado*

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si, aún lo mantiene	124	56.36%
No, se ha cancelado en su totalidad	27	12.27%
Ninguno	69	31.36%
Total	220	100.00%

La tabla 8 muestra que un 46.49 % de los encuestados identificó el riesgo de inversión personal como un desafío significativo. La inestabilidad del mercado y una ubicación mal acentuada también fueron preocupaciones importantes, con un 11.84 % y un 20.18 %, respectivamente. Además, un 3.07 % mencionó la falta de experiencia en la industria como un riesgo inicial. Otros factores no especificados representaron el 18.42 % de las respuestas.

Tabla 8*Riesgos al inicio del emprendimiento*

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Inestabilidad del mercado	27	11.84%
Falta de experiencia en la industria	7	3.07%
Riesgo de inversión personal	106	46.49%
Una ubicación mal acentuada	46	20.18%
Otro	42	18.42%
Total	228	100.00%

Alcance de objetivos

Los resultados revelan que el 87,73 % de los emprendedores encuestados considera que ha alcanzado los objetivos inicialmente planteados en sus emprendimientos, mientras que el 12,27 % afirma no haberlos cumplido. Para evaluar la hipótesis sobre el efecto positivo del financiamiento de las cooperativas en los ingresos de los emprendimientos turísticos de la provincia de Chimborazo durante 2022, se utilizó el análisis U de Mann-Whitney. Este enfoque fue implementado con el software Statistical Package for the Social Sciences (sistema estadístico SPSS).

La tabla 9 presenta los resultados de la prueba U de Mann-Whitney, mientras que la tabla 10 y la figura 1 muestran un diagrama de cajas (boxplot) que compara la rentabilidad entre dos grupos de emprendedores: aquellos que han accedido a crédito (SI.) y los que no (NO). Además, se llevó a cabo un análisis de regresión lineal para explorar la relación entre el rango mensual de ingresos del emprendimiento y diversas variables explicativas.

Tabla 9

Análisis de regresión lineal

	R	R ²	Anova: p-valor
¿De dónde proviene el principal ingreso de su familia?	0.285	0.081	< 0.001
¿A qué sector pertenece su emprendimiento?	0.125	0.016	0.065
¿Dónde opera su emprendimiento?	0.425	0.180	< 0.001
¿En qué áreas específicas han dirigido sus gastos dentro de su emprendimiento?	0.221	0.049	< 0.001

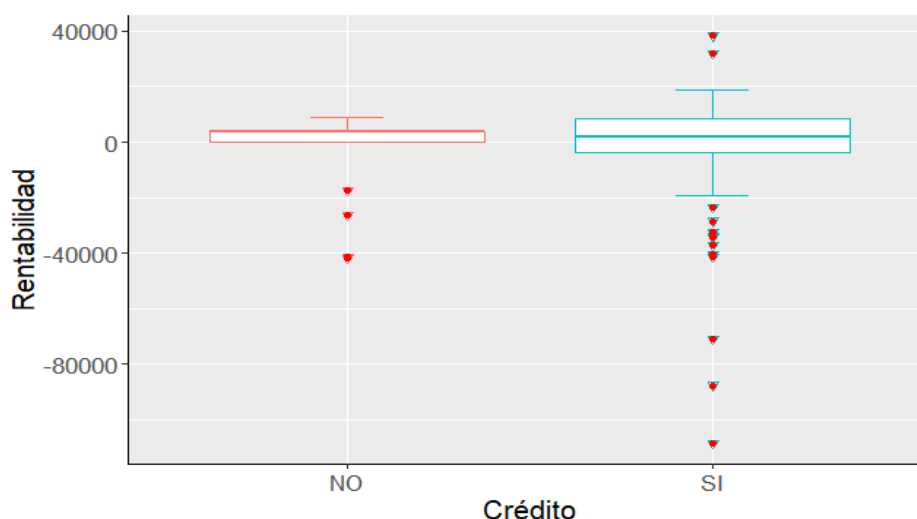
Los resultados evidencian que las variables “¿De dónde proviene el principal ingreso de su familia?”, “¿Dónde opera su emprendimiento?” y “¿En qué áreas específicas han dirigido sus gastos dentro de su emprendimiento?” tienen una influencia significativa en los ingresos, con valores de p menores a 0.001. En particular, la ubicación del emprendimiento (“¿Dónde opera su emprendimiento?”) explica el 18 % de la variabilidad en los ingresos ($R^2 = 0,180$), y se conforma como el factor de mayor impacto. Por el contrario, la variable “¿A qué sector pertenece su emprendimiento?” no mostró significancia estadística ($p = 0.065$), lo que sugiere que el sector no afecta de manera clara a los ingresos mensuales. Estos resultados subrayan la relevancia del origen de los ingresos familiares, la ubicación del emprendimiento y la gestión de gastos como factores claves en la rentabilidad.

La tabla 10 muestra la prueba U de Mann-Whitney donde se revela una diferencia estadísticamente significativa en la rentabilidad entre emprendedores con y sin acceso a crédito (p -valor < 0.05). Este resultado subraya la importancia del acceso al crédito como un factor determinante que influye en los resultados financieros de los emprendedores, lo que sugiere la necesidad de analizar cuidadosamente cómo dicho acceso impacta en las estrategias financieras y de inversión de estos actores económicos.

Tabla 10*Comparación de rentabilidad entre grupos*

Prueba estadística	p-Valor
U de Mann-Whitney	0.03305

En la figura 1 se observa que los emprendedores con acceso a crédito presentan una mayor dispersión en la rentabilidad, lo que indica que, aunque algunos logran altas ganancias (superiores a 40.000), otros experimentan pérdidas significativas (por debajo de -80.000). Esto sugiere que el acceso al crédito facilita la asunción de mayores riesgos, los cuales pueden traducirse en ganancias sustanciales.

Figura 1*Diagrama de cajas y bigotes: emprendimientos con crédito y sin crédito*

En ambos grupos, la mediana de rentabilidad es ligeramente superior a 0, aunque es más alta en los emprendedores con acceso a crédito. La representación gráfica mediante diagramas de caja y bigotes proporciona una visualización clara de la distribución y la variabilidad de los datos. Por otro lado, los emprendedores sin acceso a crédito muestran una rentabilidad más estable, con menor variabilidad y una cantidad reducida de valores atípicos extremos. Sin embargo, sus resultados financieros tienden a estar más cerca de 0, lo que podría reflejar limitaciones en su capacidad de crecimiento o expansión.

Análisis de correlación

La tabla 11 y la figura 2 muestran los coeficientes de correlación de Spearman entre las variables 'Crédito' y 'Rentabilidad', y proporcionan información sobre la fuerza y dirección de la relación entre estas dos variables.

Tabla 11*Matriz de correlación: crédito y rentabilidad*

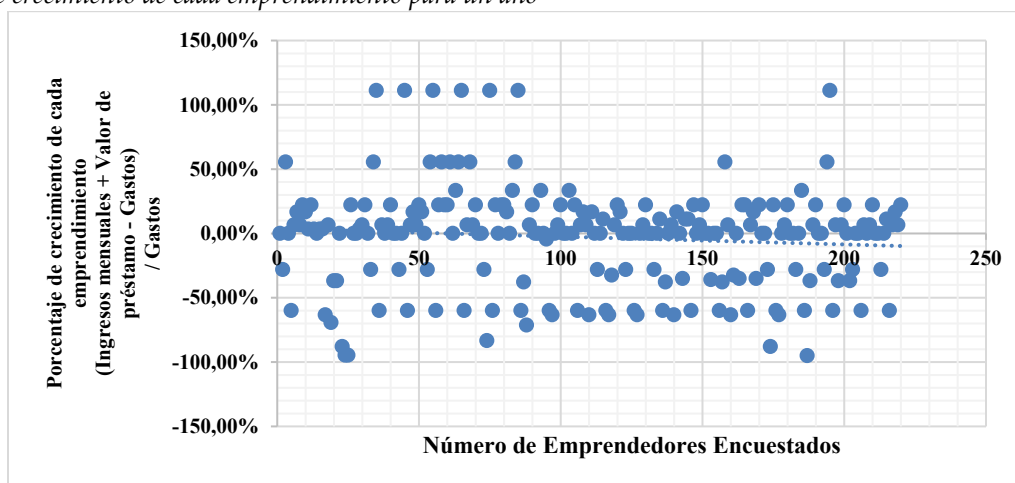
	Crédito	Rentabilidad
Financiamiento	1	0.28
Ingresos	0.28	1

Figura 2*Diagrama de correlación de emprendimientos con crédito y rentabilidad*

La figura 2 muestra que el coeficiente de correlación es 0.28, esto indica una correlación positiva baja entre ambas variables 'Financiamiento' e 'Ingreso', y sugiere una leve tendencia a que los ingresos aumenten cuando el financiamiento aumenta, pero la relación es débil; esto podría implicar que otras variables no consideradas en este análisis podrían tener una mayor influencia sobre los ingresos, o que la relación entre el financiamiento e ingresos es más compleja y no lineal.

Análisis financiero

A continuación, se presentan los resultados del análisis financiero y el porcentaje de crecimiento de cada emprendimiento en periodos de un año. La figura 3 evidencia una variación notable en las tasas de crecimiento de los emprendimientos. Según los datos recopilados, el 29.09 % de los emprendedores no lograron un crecimiento positivo, lo que refleja que sus ingresos y préstamos no superan los gastos, dificultando el cumplimiento de sus objetivos. En contraste, el 70.91 % de los emprendedores alcanzaron un crecimiento positivo, cumpliendo con los estándares y metas establecidos.

Figura 3*Porcentaje de crecimiento de cada emprendimiento para un año*

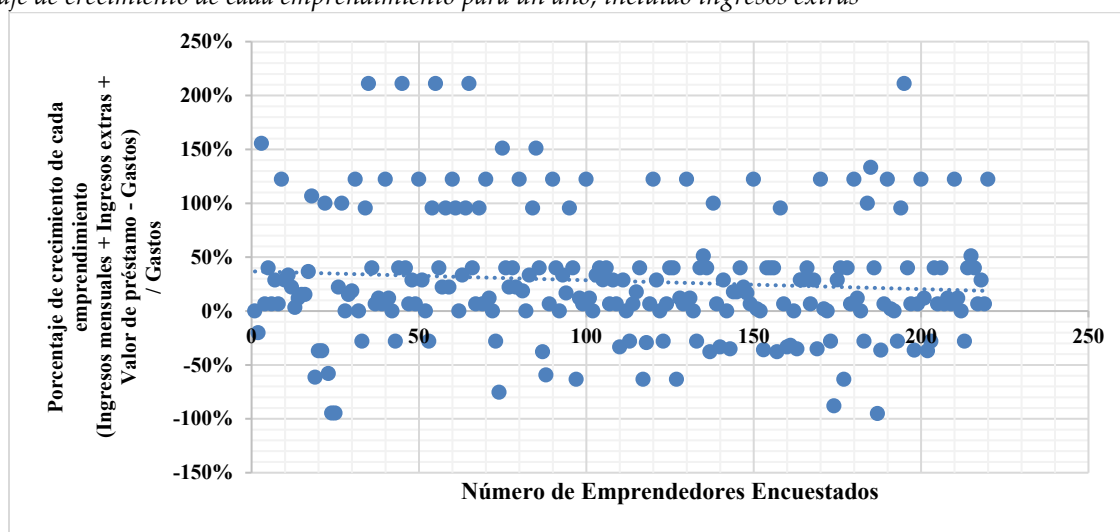
No obstante, la mayoría de los emprendimientos presentan un crecimiento financiero limitado. Este fenómeno podría estar influenciado por las condiciones del mercado, la capacidad de gestión, el acceso a recursos y el impacto de los préstamos. Además, la concentración de puntos cerca de la línea de

crecimiento cero indica que muchos emprendedores están apenas equilibrando sus ingresos y gastos, lo que plantea importantes desafíos para su sostenibilidad a largo plazo.

La figura 4 revela que el 19.09 % de los emprendedores no cuenta con un soporte financiero adecuado, ya que sus ingresos y préstamos no superan sus gastos, lo que les impide alcanzar un crecimiento positivo, por lo que en contraste, el 80.91 % de los emprendedores sí logran un crecimiento positivo, indicando que disponen de un soporte financiero suficiente para cumplir con sus objetivos; sin embargo, la figura también muestra que muchos emprendimientos presentan un crecimiento financiero limitado.

Figura 4

Porcentaje de crecimiento de cada emprendimiento para un año, incluido ingresos extras



4. Discusión

La predominancia masculina entre los propietarios de emprendimientos (61.36 %) sugiere que los roles de género tradicionales continúan influyendo en la actividad emprendedora. Esto se relaciona con la estructura familiar, donde los hombres suelen ser considerados los cabezas de hogar. Sin embargo, el 38.64 % de mujeres emprendedoras indica una creciente inclusión que merece atención. Como señalan Mustafa y Treanor (2022), a pesar de los beneficios sociales y económicos que reporta la actividad empresarial de las mujeres a nivel mundial, el emprendimiento sigue siendo un fenómeno dominado por hombres.

La edad más representativa de los emprendedores se encuentra entre 31 y 51 años (48.18 %), lo que indica una combinación de experiencia con las habilidades adquiridas a lo largo del tiempo. Esto coincide con los hallazgos de Azoulay et al. (2020), quienes descubrieron que los empresarios exitosos son de mediana edad, no jóvenes. La edad media de creación de una de cada mil empresas nuevas de más rápido crecimiento es de 45 años.

En cuanto a la educación de los encuestados, el 57.27 % ha completado al menos la secundaria, aunque solo el 20 % posee educación superior; esto sugiere que el emprendimiento no está estrictamente limitado por el nivel educativo formal, la experiencia y la motivación personal parecen ser factores más relevantes en el desarrollo de negocios. Según Jiménez et al. (2015) la educación secundaria y terciaria contribuye al emprendimiento formal al aumentar la autoconfianza, reducir la percepción de riesgo y mejorar el capital humano.

Los ingresos familiares muestran que el 31.82 % gana menos de \$1000, mientras que el 55 % se sitúa entre \$1000 y \$3000. La dependencia de un trabajo remunerado (47.73 %) y de un negocio propio (44.55 %) refleja una estrategia de diversificación económica para asegurar la estabilidad financiera. Sin embargo, la cantidad considerable de encuestados que reportan ingresos bajos indica la necesidad de políticas que apoyen a estos emprendedores.

La duración de los emprendimientos varía, tan solo el 26.36 % está funcionando en un tiempo menos a un año. Esta alta tasa de rotación puede ser un reflejo de los retos asociados con el inicio de un negocio. Además, la propiedad de los emprendimientos se reparte entre propietarios individuales (50.45 %) y familiares (30 %), lo que resalta la importancia de la familia en la dinámica empresarial de la comunidad. Para Yan et al. (2023) la persistencia empresarial es resulta esencial para el éxito de las empresas y el crecimiento personal de los emprendedores.

El 66.82 % de los emprendedores opera en el sector de servicios, lo que indica una tendencia hacia actividades menos intensivas en capital, pero altamente dependientes del mercado local. De acuerdo con Mason (2018) las empresas y profesiones relacionadas con los servicios constituyen una parte importante y creciente de la economía, al generar más del 79 % de todos los empleos en Estados Unidos.

Los resultados de este estudio sobre financiamiento y emprendimientos revelan que muchos emprendedores locales desconocen los procedimientos para obtener créditos, lo que limita su acceso a fuentes formales de financiamiento. Esto coincide con los hallazgos de Joza y Bojorque (2023), quienes reportan que el 93 % de los encuestados en su estudio identificaron la necesidad de acceso a facilidades de financiamiento, señalando como principales obstáculos el desconocimiento de los trámites y el incumplimiento de los requisitos. Asimismo, Pesántez-Céleri et al. (2020) concluyen que los conocimientos sobre emprendimiento son básicos para la participación en este tipo de iniciativas.

Este estudio también demuestra que el acceso a microcréditos de mayores montos mejora considerablemente la capacidad de los emprendedores para expandir sus negocios y asegurar su sostenibilidad. Inca y Lema (2022) destacan la relevancia del microcrédito cooperativo en la provincia de Chimborazo, al señalar que montos superiores a \$3,500 generan beneficios significativos para los emprendedores.

En relación con las barreras financieras, Cevallos-Silva et al. (2021) y Vallejo y Villacreses (2017) indican que el financiamiento es un factor esencial para los emprendimientos turísticos, aunque las entidades financieras no siempre facilitan el acceso a los recursos. En los resultados de la presente investigación también se observa que los emprendedores del sector turístico enfrentan dificultades similares, particularmente en la obtención de capital para innovar y mejorar sus ofertas de servicios, ya que el 68.64 % no posee créditos en cooperativas.

El riesgo de inversión personal (46.49 %) se destaca como la principal preocupación al iniciar un negocio. Sin embargo, un alto porcentaje (87.73 %) de los encuestados afirma haber alcanzado sus objetivos, lo que sugiere que, a pesar de los riesgos, muchos emprendedores logran adaptarse y prosperar. Koch y Menkhoff (2024) mencionan que una alta tolerancia al riesgo reduce las ganancias y la supervivencia empresarial, pues los empresarios deben estar dispuestos a asumir riesgos para gestionar con éxito sus negocios.

Finalmente, el 88.64 % de los encuestados confía en que sus negocios pueden cubrir sus necesidades y proporcionar la calidad de vida deseada. Este optimismo puede ser fundamental para la resiliencia empresarial en contextos desafiantes. En consecuencia, la hipótesis el acceso a crédito parece tener un efecto significativo en la dispersión de la rentabilidad, mientras que potencia el crecimiento, también

aumenta la probabilidad de pérdidas extremas, por lo cual los emprendedores que acceden a crédito deben estar preparados para gestionar tanto las oportunidades como los riesgos adicionales que conlleva.

En síntesis, el resultado del análisis estadístico, con un p-valor de 0.033, menor al nivel de significancia de 0.05, permiten aceptar la hipótesis de que el financiamiento de las cooperativas tiene un efecto positivo en los ingresos de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo durante el periodo 2022.

5. Conclusiones

Se concluye que la mayoría de los emprendedores turísticos reportan ingresos mensuales que oscilan entre \$1000 y \$4000, y es este el rango más común (43.18 %). Un porcentaje significativo también reporta ingresos entre \$500 y \$1000 (30.45 %). Un menor grupo genera ingresos superiores a \$4000, mientras que los ingresos menores a \$100 y aquellos entre \$100 y \$500 son menos frecuentes. Además, el 60 % de los encuestados cuenta con ingresos adicionales, principalmente en el rango de \$100 a \$1000 mensuales, lo que genera una diversificación financiera o una necesidad de complementar el ingreso principal.

El financiamiento otorgado por las cooperativas a los emprendimientos está enfocados a los microcréditos con un porcentaje del 34,09 %, crédito para nuevos emprendimientos 13,18 %, créditos de consumo con un 11,86 % y créditos en bancos con 21,82 %, las cuatro formas de créditos más comunes dentro del sector emprendedor. El principal indicador de crecimiento en los ingresos de los emprendimientos turísticos fue la facturación total generada. Este indicador reflejó de manera directa la evolución económica de los emprendimientos durante el período de estudio, destacándose como la métrica clave para evaluar su crecimiento.

Se determinó que el financiamiento proporcionado por las cooperativas posee un impacto positivo en los ingresos de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo. Aquellos emprendimientos que lograron acceder a financiamiento mostraron una mayor capacidad para invertir en infraestructura, promoción y expansión, lo que se reflejó en un crecimiento sostenido de sus ingresos.

Referencias

- Alianza Cooperativa Internacional. (2024). *Qué es una cooperativa*. <https://n9.cl/o0atp>
- Andrade, G. (6 de febrero de 2023). El turismo esperanza la economía del Ecuador, pero necesita impulso. *Revista Gestión*. <https://lc.cx/flgG3R>
- Azoulay, P., Jones, B. F., Kim, J. D., & Miranda, J. (2020). Age and High-Growth Entrepreneurship. *American Economic Review: Insights*, 2(1), 65-82. <https://doi.org/10.1257/aeri.20180582>
- Bea-Leyva, T. B., Muñoz-Gutiérrez, S., & Sánchez-Oramas, L. (2023). Gestión del financiamiento a través de la aplicación del método de rentabilidades. *Ciencias Holguín*, 19(1). <https://n9.cl/e02qq>
- Cevallos-Silva, W. P., Avalos-Peñañiel, V. G., & Torrez-Guananga, G. P. (2021). El financiamiento, un eje crítico en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón Riobamba. *Conciencia Digital*, 4(1.2), 299-315. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i1.2.1598>

- Dogru, T., Suess, C., & Sirakaya-Turk, E. (2021). Why do some countries prosper more in tourism than others? Global Competitiveness of Tourism Development. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(1), 215-256. <https://doi.org/10.1177/1096348020911706>
- García-Bravo, M. E., Hurtado-García, K. R., Ponce-Álava, V., & Sánchez-Moreira, J. M. (2021). Análisis del proceso de control interno en cooperativas de ahorro y crédito. *Cooperativismo y Desarrollo*, 9(1), 227-242. <https://n9.cl/3juxb>
- Guttermann, A. S. (2020). Definitions and types of entrepreneurship. *SSRN Electronic Journal*, 1-55. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3930375>
- Inca, M. M., & Lema, E. G. (2022). *El microcrédito cooperativo como instrumento financiero para el fomento del emprendimiento en la provincia de Chimborazo 2022* [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio institucional. <https://n9.cl/g6l5r>
- Jiménez, A., Palmero-Cámara, C., González-Santos, M. J., González-Bernal, J., & Jiménez-Eguizábal, J. A. (2015). The impact of educational levels on formal and informal entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(3), 204-212. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.02.002>
- Jorza, A. X., & Bojorque, E. (2023). El financiamiento y su incidencia en los emprendimientos locales del sector “La Revancha” de Manta 2022. *Revista Tejedora*, 6(12), 42-61. <https://doi.org/10.56124/tj.v6i12ep.0100>
- Koch, M., & Menkhoff, L. (2024). The non-linear impact of risk tolerance on entrepreneurial profit and business survival. *Small Business Economics*. <https://n9.cl/5xpdz>
- Mason, J. (2018). Entrepreneurship in knowledge-based services: Opportunity and challenges for new venture, economic, and workforce development. *Journal of Business Venturing Insights*, 10, e00092. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2018.e00092>
- MIES. (15 de mayo de 2024). *En Chimborazo, el Crédito de Desarrollo Humano impulsa la economía de familias vulnerables*. <https://n9.cl/jhqni>
- Mustafa, M., & Treanor, L. (2022). Gender and entrepreneurship in the new era: new perspectives on the role of gender and entrepreneurial activity. *Entrepreneurship Research Journal*, 12(3), 213-226. <https://doi.org/10.1515/erj-2022-0228>
- Nguyen, B. (2022). Small business investment: The importance of financing strategies and social networks. *International Journal of Finance & Economics*, 27(3), 2849-2872. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2302>
- ONU Turismo. (30 de junio de 2023). *La OMT pone el foco en la inversión en turismo en las Américas*. <https://n9.cl/6g015>
- Ortega, Z. M., Benítez, J. E., & Ruiz, H. E. (2019). Análisis y perspectiva del emprendimiento en el Ecuador. En L. P. Navarrete, & D. D. Ordóñez (ed.), *Un Espacio para la Ciencia* (pp. 161-174). Manglar Editores. <https://n9.cl/dfi29>
- Pesántez-Céleri, B. A., Erazo-Álvarez, J. C., Narváez-Zurita, C. I., & Moreno, V. P. (2020). Estrategias de emprendimiento para el turismo comunitario. *Koinonía*, 5(10), 806-832. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.717>
- Purmiyati, A., Handoyo, R. D., & Wisudanto. (2022). Technical efficiency analysis: Management factor as determinants of saving and credit cooperatives' health. *Journal of Co-Operative Organization and Management*, 10(2), 100186. <https://doi.org/10.1016/j.jcom.2022.100186>

- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79-90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>
- Vallejo, I. P., & Villacreses, M. A. (2017). *El financiamiento como elemento estratégico asociado en los emprendimientos turísticos* [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional. <https://n9.cl/km0gr>
- Walia, R., & Chopra, K. N. (2023). A Short note on the types, concepts, services and activities of financing and simulation for optimization for financial organization. *International Journal of Accounting and Finance Studies*, 6(1), 11-19. <https://doi.org/10.22158/ijafs.v6n1p11>
- Yan, J., Boss, A. D., & Reger, R. K. (2023). The unrelenting entrepreneur: Taking stock of research on entrepreneurial persistence and related constructs. *Journal of Business Venturing Insights*, 20, e00420. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00420>

Transparencia

Conflicto de interés

No existe conflicto de intereses entre los autores.

Fuente de financiamiento

La investigación tuvo un financiamiento valorado y corresponde a un componente del proyecto de investigación “Emprendimiento y sostenibilidad: un estudio económico financiero y de factibilidad para la creación de una incubadora de empresas en la provincia de Chimborazo-Ecuador”.

Contribución de autoría

Edgar Aníbal Rodríguez: Conceptualización, metodología, software, validación, análisis formal, investigación, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, administración del proyecto, recursos, supervisión.

Vivian Doménica Chauca Paredes: Software, validación, gestión de datos, visualización, redacción - revisión y edición, financiamiento, recursos.

Jorge Fernando Cruz Parra: Conceptualización, software, gestión de datos, visualización, análisis formal, redacción - preparación del borrador original, financiamiento, recursos.

Los autores contribuyeron activamente en el análisis de los resultados, revisión y aprobación del manuscrito final