UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

TEMA:

¨ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR DEL SECTOR TURISTICO EN EL CANTON SUCUA POST PANDEMIA"

AUTOR(ES):

Cinthya Mabel Chicaiza Caicedo

Jeidy Adamary Mendoza Salinas

DOCENTE – TUTOR:

Dr. Luis Oswaldo Manosalvas Vaca PhD.

PUYO – PASTAZA – ECUADOR

2022

"Análisis del comportamiento emprendedor del sector turístico en el cantón Sucúa post pandemia"

Jeidy Adamary Mendoza Salinas[1]
ja.mendozas@uea.edu.ec
Cinthya Mabel Chicaiza Caicedo[1]
cm.chicaizac@uea.edu.ec
Dr. Luis Oswaldo Manosalvas Vaca[1]
lmanosalvas@uea.edu.ec
[1]Universidad Estatal Amazónica, Facultad Ciencias de la Vida, Carrera de Turismo[1]

Resumen:

La presente investigación se llevó a cabo en el cantón Sucúa de la provincia de Morona Santiago teniendo como objetivo analizar el comportamiento emprendedor de los servicios turísticos tras haber pasado el Covid-19, tomando en cuenta que el turismo es fuente para el crecimiento económico y que algunos de los establecimientos se vieron obligados a cerrar. En esta investigación se analizaron dos variables las competencias emprendedoras y la autoeficacia emprendedora. Se utilizaron instrumentos de medición válidos y confiables en los cuales se aplicó un diseño descriptivo y transversal mediante una ruta cuantitativa, de la misma manera se plantearon estrategias mediante una evaluación externa e interna del Cantón y en base a los resultados obtenidos, los resultados indicaron que existe de una débil a media competencia y autoeficacia emprendedora lo cual podría incidir en el comportamiento emprendedor post pandemia en los prestadores de servicio turístico del Cantón Sucúa.

Palabras clave:

Competencia emprendedora, autoeficacia emprendedora, post Covid

Abstract:

The present investigation was carried out in the Sucúa canton of the province of Morona Santiago with the objective of analyzing the entrepreneurial behavior of tourist services after having passed the Covid-19, taking into account that tourism is a source for economic growth and that some of the establishments were forced to close. In this research, two variables were analyzed: entrepreneurial skills and entrepreneurial self-efficacy. Valid and reliable measurement instruments were used in which a descriptive and transversal design was applied through a quantitative route, in the same way strategies were proposed through an external and internal evaluation of the Canton and based on the results obtained, the results indicated that There is weak to medium competition and entrepreneurial self-efficacy, which could affect post-pandemic entrepreneurial behavior in tourism service providers in the Sucúa Canton.

Key words:

Entrepreneurial competence, entrepreneurial self-efficacy, post covid

Introducción:

El turismo se ha convertido en el fenómeno social más importante del mundo moderno, ya que de la misma manera es el responsable de grandes transformaciones a nivel mundial, globalización y turismo han ido conjuntamente en los últimos años, no obstante, el enorme “éxito” del turismo, ha producido grandes impactos, sin embargo, la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, mostró la precariedad del sector turístico a escala global, resultando así que los grandes destinos turísticos sean los más afectados (Luzuriaga, 2020). El turismo se ha posicionado como una actividad de ocio en las que produce más contacto social, todo esto cambió con la llegada

inesperada de la pandemia en el 2020, deteniendo así el mundo y el turismo, y con ello se llegó al abandono en lo que fue un confinamiento masivo (Navarro D. J., 2022).

Según Rodríguez (2021) indico que el turismo ecuatoriano durante los últimos años ha tenido un crecimiento notorio permitiendo que sea uno de los sectores más importantes al obtener ingresos económicos para el país, como también las actividades petroleras, bananeras, cacaoteras y camaroneras. La pandemia Covid-19 en el año 2020 ha sido una causa para frenar el desarrollo y crecimiento del país, e incluyendo al sector turístico. Tras la pandemia mundial el sector turístico ecuatoriano se vio bastante afectado y provoco que el turismo no se desarrolle de manera adecuada, generando así una baja demanda de los productos turísticos obteniendo así un menor ingreso económico.

La provincia de Morona Santiago también se vio afectada en varios sectores turísticos como en hoteles, hosterías, balnearios, restaurantes y todos los negocios vinculados al sector turístico, debido a la emergencia sanitaria, varios emprendedores de la localidad esperaban a la cura del virus para poder reactivar las actividades comerciales con normalidad (Cañizares, 2022).

En varios cantones de la provincia, tras la culminación del estado de excepción, se dedicaron a trabajar en varias acciones para la reactivación del turismo tales como: la evaluación y adecuación y promoción a través de diferentes medios, establecimiento de señaléticas con la finalidad de reactivar el sector turístico y manteniendo las medidas de bioseguridad de la población (Cañizares, 2022).

La actividad turística se ha desarrollado muy rápido hasta ocupar un espacio de liderazgo en la vida de todas las personas, en función de quienes lo perciben, como de quienes permiten

obtener ese disfrute. Para las dos partes, representa el tener una nueva calidad de vida para las personas (Rojas & Shiguango, 2020).

La actividad turística ayuda con la creación de pequeñas y medianas empresas, y así ayudando a la interacción entre sí con el objetivo de lograr un aumento en sus niveles de desarrollo y transformación de estas, obteniendo ventajas financieras (Ortega, 2018).

Las competencias constituyen uno de los ejes primordiales de las habilidades que un empresario debería tener para ser la base para dirigir la formación de los emprendedores. Las competencias se han introducido con fuerza en varios escenarios como son la economía, la empresa y la misma educación. En contexto los emprendimientos han ido adquirido importantes impactos de fenómenos en el avance económico y social, así creando fuentes de trabajo y explorando nuevas oportunidades de inversiones para que la competitividad sea el crecimiento de las herramientas en el descubrimiento de los emprendimientos (Rojas & Shiguango, 2020).

Planteamiento del problema:

Tras el covid-19 el emprendimiento ha cobrado importancia a nivel mundial como un factor clave para generar sostenibilidad y desarrollo local en el país. Ecuador no ha sido la excepción a esa realidad; pero con las diferentes problemáticas que acarrea la pandemia causada por el virus SARS-CoV-2 (Covid-19), ha ocasionado la inserción de nuevos emprendimientos que están impulsados por la desalentadora situación socio-económica del país. Entonces, el objetivo de esta investigación es analizar el comportamiento emprendedor de los prestadores de servicio del Cantón Sucúa mediante la evaluación de las Competencias y la Autoeficacia emprendedora. Sin embargo, la pandemia COVID-19 en el año 2020 se mostró como una de las causas para limitar el desarrollo y el crecimiento del país, incluyendo al turismo (Garabiza & Franco, 2022).

Formulación del problema o preguntas de investigación:

¿Cómo está determinado el comportamiento emprendedor de los servidores turísticos del cantón Sucúa tras haber pasado una pandemia?

Objetivo General:

Analizar el comportamiento emprendedor de los servidores turísticos en el cantón Sucúa post pandemia.

Objetivos específicos:

- Identificar el perfil demográfico de los emprendedores de servicios turísticos en el cantón Sucúa post pandemia.
- Evaluar las características de emprendimiento mediante las competencias y la autoeficacia emprendedora en los prestadores de servicios turísticos.
- Proponer estrategias que ayuden a potencializar a los emprendimientos turísticos en el cantón.

Justificación de la investigación:

La pandemia sanitaria del COVID-19, ha logrado implantar crisis en todo tipo ya sea relaciones económicas o sociales, por lo que trajo consigo secuelas impactantes que perjudico la actividad turística y su economía (ingresos económicos). La empresa turística se encuentra obligada a adecuar el funcionamiento interno y buscar medidas de distanciamiento social, que son apoyadas con tecnologías de información y comunicación integral, las empresas grandes, medianas, pequeñas y microempresas que están relacionadas en el turismo y se adaptan a los nuevos sistemas de operación y administración (Cabanilla, Ocaña, Garrido, & Molina, 2021).

El segmento que tiene mayor relevancia durante la pandemia fue de los viajes familiares; ya que es de desplazamientos cortos, las excursiones de los fines de semana o las aventuras de un día se han realizan principalmente por grupos familiares, siendo el segmento el que ha mantenido económicamente a los pequeños negocios turísticos, por lo que se mantendrá siendo clave en la etapa post pandemia (Padilla, Lluglla, Álvarez, & Ramírez, 2021).

Es por ello que la siguiente investigación tuvo como objetivo principal analizar el comportamiento emprendedor, las competencias y la autoeficacia emprendedora de los prestadores de servicios turísticos del cantón Sucúa, estableciendo los factores internos y externos que influyen al momento de emprender en el sector turístico dentro del cantón, los cuales pueden ayudar a identificar las problemáticas que tienen los emprendimientos en el desarrollo de la actividad turística. La importancia de esta investigación radica en conocer el comportamiento, la competencia emprendedora y la evaluación de la autoeficacia emprendedora post pandemia, el cual conlleva a establecer estrategias del desarrollo emprendedor para los propietarios que prestan servicios turísticos.

Materiales y métodos/metodología:

Localización:

El área de estudio, es en el cantón Sucúa, ubicada en la Amazonia ecuatoriana, provincia de Morona Santiago.

El cantón Sucúa tiene una extensión de 893 km². Se encuentra ubicado al este de la provincia de Morona Santiago, limita al norte con el cantón Morona, al sur con los cantones de Logroño y Santiago, al este con el cantón Morona y al oeste con las provincias de Cañar y Azuay.

Figura 1. Mapa Geográfico del cantón Sucúa



Método de investigación:

Esta investigación se realizó por el método o ruta cuantitativa por lo que se realizó encuestas en la investigación, el método cuantitativo se fundamenta en la inducción probabilística del positivismo lógico, la medición intensa, controlada y objetiva, que permite al investigador tener inferencias más allá de los datos (Ochoa, Nava, & Fusil, 2020), de la misma manera siguió un horizonte transversal ya que aporta evidencia en lo relacionado con la investigación sobre la existencia de asociaciones entre las variables, considerándose como el primer escalón en los niveles de evidencia del grupo en las observacionales analíticas (Vega, Maguiña, Soto, Lama, & Correa, 2021).

Se implementó un diseño descriptivo o llamadas también investigaciones diagnósticas, que tienen como finalidad el describir y especificar la frecuencia y las características de cualquier proceso que se puede someter a un análisis, es decir que recolectan y analizan los datos sobre diversos conceptos de una población determinada (Garcimartín, 2016).

Los instrumentos de medición que se aplicaron son encuestas que son validadas y confiables de autoeficacia y competencias emprendedoras.

El cálculo de la muestra se realizó mediante un muestreo no probabilístico ya que se utilizó la información del catastro turístico del Cantón Sucúa en donde se evidencia la existencia de 46 negocios turísticos a los cuales se les realizó el análisis en su totalidad.

Para el análisis del primer objetivo de la investigación, se procedió a evaluar los aspectos demográficos de los emprendedores del cantón Sucúa, mediante la aplicación de un instrumento de medición que analiza los aspectos demográficos relacionados al emprendedor

Con el segundo objetivo de la investigación, se aplicaron los instrumentos de medición que miden el constructo competencia y autoeficacia emprendedora, para analizar de manera descriptiva las características de los emprendedores turísticos del cantón Sucúa post pandemia, los datos fueron calculados mediante el programa SPSS (Statiscial Program Social Science) Versión 25 para obtener la valoración de las dimensiones de los constructos mediante un baremo estadístico que agrupo las respuestas en tres categorías: débil, medio y fuerte.

En el tercer objetivo de la investigación, se proponen estrategias que ayuden a potencializar al turismo del cantón mediante metodología de análisis estratégico de evaluación externo e interno, y uso de matrices de evaluación de factores externos (MEFE) evaluación de factores internos (MEFI) culminando con el diseño de un FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) para desarrollar eventuales estrategias que mejoren el comportamiento emprendedor de los prestadores de servicio turístico del Cantón Sucúa.

CONSTRUCTO COMPETENCIA EMPRENDEDORA

Para realizar la investigación se adoptó el cuestionario de competencias emprendedoras de los autores Barroso y Santos (2012), el cual consta de 55 preguntas, que está conformada en 11 dimensiones con respuesta en escala de Likert en 5 categorías que va desde 1 (totalmente de acuerdo) a 5 (totalmente desacuerdo)

Tabla 1. Constructo competencia emprendedora

CONSTRUCTO COMPETENCIA EMPRENDEDORA
Dimensión1 Espíritu emprendedor. Se refiere a características como lo son "olfato del negocio", el tener la idea entre "ceja y ceja" y obtener una idea ya sea contra "viento y marea" **Ítem (1,2,3,4,5)** **Dimensión2 Deseo de tener un negocio.** Implica el sentir la necesidad de llevar a cabo un negocio. Disposición a sacrificar las ganancias de un inicio por el largo plazo. **Ítem (6,7,8)** **Dimensión3 Experiencia técnica previa.** **Conocimiento sobre el negocio, los procesos y del producto. Para** alcanzar el éxito de la empresa, la persona debe conectarse con su negocio por un período no menor a 5 años. **Ítem (9,10,11,12,13,14)** **Dimensión4 Tolerancia al riesgo.** Es la facultad para afrontar los riesgos calculados. Es decir, la facultad de tomar riesgos en base a un estudio o plan establecido. **Ítem (15,16,17,18,19)**

Dimensión5 Responsabilidad.

Disposición a dedicar los esfuerzo y horas de trabajo, muchas veces sin recompensas.

Ítem (20,21,22,23,24,25)

Dimensión6 Capacidad de reponerse y aprender.

Implica la tenacidad y perseverancia. El no sentirse derrotado ante un fracaso, pero y sacar beneficio de los errores. **Ítem (26,27,28,29)**

Dimensión7 Capacidad de trabajar con otros.

Capacidad de saber entenderse con los socios, de escoger a los adecuados y saber trabajar en equipo**. Ítem (30,31,32,33,34)**

Dimensión8 Credibilidad.

A ofrecer productos de calidad, respetar a clientes, demostrar aprecio a sus trabajadores. En sí, es hacer bien las cosas, tener integridad y actuar de acuerdo con sus principios. **Ítem (35,36,37,38,39)**

Dimensión9 Priorizar.

Habilidad suficiente para establecer sus prioridades y cumplirlas. **Ítem (40,41,42,43,44)**

Dimensión10 Familia y Negocio.

La parte del éxito empresarial se logra mediante un adecuado manejo de las relaciones familiares, introducir una gerencia profesional y con la capacidad de preparar la empresa para su sucesión. **Ítem (45,46,47,48,49)**

Dimensión11 Cualidades del emprendedor. Capacidad al desarrollar las habilidades y capacidades internas, como las prácticas y las estrategias necesarias para la supervivencia y el crecimiento de la empresa. **Ítem (50,51,52,53,54,55)**

CONSTRUCTO AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA

De la misma manera, para realizar la investigación se utilizó el cuestionario de Autoeficacia emprendedora de los autores Juan Moriano, Francisco Palací y José Morales en (2006), el cual está estructurado mediante 23 preguntas, conformada en 6 dimensiones con respuesta en escala de Likert de 5 categorías que va desde 1 (completamente incapaz) a 5 (perfectamente capaz).

Tabla 2. Constructo autoeficacia Emprendedora

CONSTRUCTO AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA
Dimensión1 Afrontar cambios inesperados. Creencia sobre la capacidad de trabajar bajo la incertidumbre. El adentrarse al mundo de creación de empresas, dejando el confort de trabajar por cuenta distinta en una empresa ya establecida, requiere la tolerancia a la ambigüedad y a la adaptación de cambios. **Ítem (11,15,20)** **Dimensión2 Construir un entorno innovador.** Se centra en la capacidad de un individuo para estimular su creatividad, iniciativa y la responsabilidad de las personas que trabajan con él. El emprendedor debe creer en la

capacidad para construir el entorno a partir de cero que facilite la innovación. **Ítem (14,18,21,22)**

Dimensión3 Definir el objetivo central del negocio.

Es fundamental ya que, si una persona se cree no es capaz de establecer el propósito de su negocio, entonces resulta que es poco probable que se sienta motivado para empezar su propia aventura empresarial. **Ítem (5,10,23)**

Dimensión4 Desarrollar los recursos humanos claves.

Creencia en su propia habilidad para atraer y para retener individuos que son claves en la creación de la nueva empresa. Además, resulta esencial que el emprendedor conozca la importancia del involucrar a otros en el proceso de creación de la empresa. **Ítem (1,4,9)**

Dimensión5 Descubrir nuevos productos y oportunidades de mercado.

El emprendedor debe de creer en su capacidad creativa para descubrir nuevas oportunidades que le permitan desarrollar los productos o servicios, y adaptarse al cambio del mercado. **Ítem (3,6,8,12,16,17,19)**

Dimensión6 Iniciar relaciones con inversores.

El proceso de empezar a crear una nueva empresa comienza, el emprendedor debe creer ser eficaz para realizar actividades que pueden consumir la mayoría de su tiempo. **Ítem (2,7,13)**

Análisis y resultados:

Análisis de confiabilidad de los instrumentos

El coeficiente alfa de Cronbach es la fórmula general para valorar la fiabilidad de una herramienta en el que la respuesta a los ítems es de dos o tiene más de dos valores, el alfa de Cronbach manifiesta esta consistencia interna al inicio de la covariación entre los ítems del test o cuestionario, de tal manera que cuanto es mayor la covariación, es mayor puntuación alfa (Rodríguez & Reguant, 2020)

Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad de Competencia Emprendedora

Alfa de Cronbach	N de elementos
,843	55

Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad de Autoeficacia Emprendedora

Alfa de Cronbach	N de elementos
,815	23

Los resultados del alfa de Cronbach indican que las herramientas Competencia emprendedora y autoeficacia emprendedora son instrumentos confiables debido a que se acerca a 1 caso contrario menor de 0,5 ya no sería confiable el instrumento de medición.

Resultado 1:

Para el cumplimiento del primer objetivo se Identificó el perfil demográfico de los emprendedores de servicios turísticos en el Cantón Sucúa. Mediante variables que permitieron obtener información acerca de los emprendedores turísticos, y a su vez se realizó análisis descriptivo de cada una de las variables planteadas en la encuesta y así determinar el comportamiento de los empresarios en ámbito personal, profesional y empresarial.

Perfil demográfico del emprendedor

Tabla 6. Género del encuestado

Género_del_encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	19	40,4	41,3	41,3
	Masculino	27	57,4	58,7	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

Aproximadamente del 57% son de género masculino mientras que el 43% son de género femenino, lo que nos indica que existe una mayor cantidad de emprendedores turísticos de género masculino.

Tabla 7. Edad del encuestado

Edad_del_encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	26-35	6	12,8	13,0	13,0
	36-45	17	36,2	37,0	50,0
	46-55	21	44,7	45,7	95,7
	Mas de 55 años	2	4,3	4,3	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La mayor cantidad de emprendedores turísticos con más del 70% están entre 30-55 lo que podemos decir que son empresarios adultos jóvenes.

Tabla 8. Tipo de servicio ofertado

Tipo_de_servicio_ofertado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alojamiento	12	25,5	26,1	26,1
	Alimentos y bebidas	22	46,8	47,8	73,9
	Operacion e intermediación	4	8,5	8,7	82,6
	Parques de distracción	8	17,0	17,4	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		

Total	47	100,0	

La mayor cantidad de empresas turísticas corresponde a alimentos y bebidas con el 50%, seguido de alojamiento con un 23.9 y parques de distracción con un 17.4%.

Tabla 9. Ingresos mensuales de su negocio

Ingresos_mensuales_de_su _negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	501 a 1000$	24	51,1	52,2	52,2
	1001 a 1500$	12	25,5	26,1	78,3
	1501 a 2000$	5	10,6	10,9	89,1
	Mayor a 2001$	5	10,6	10,9	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

En los resultados se indica que los ingresos mensuales de los emprendimientos de servicios turísticos, va, entre 500 a 1500 dólares con más de un del 70%.

Tabla 10. Tipo de empresa

Tipo_de_empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Público	1	2,1	2,2	2,2
	Privado	45	95,7	97,8	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La mayor cantidad de emprendedores turísticos con un 98% tienen su empresa privada.

Tabla 11. Procedencia del emprendedor

Procedencia_del_emprendedor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nacional	44	93,6	95,7	95,7

	Extranjero	2	4,3	4,3	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La procedencia de los emprendedores turísticos son nacionales con un 96%

Tabla 12. Has estado en los últimos meses en contacto con un centro/ organismo de apoyo a emprendedores

¿Has_estado_en_los_últimos_meses_en_contacto_con_un_centro_organismo_de_apoyo_a_emprendedores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	25	53,2	54,3	54,3
	No	21	44,7	45,7	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

En los resultados obtenido se indica que el 45.7% de los emprendedores turísticos no han estado en los últimos meses, en contacto con un centro/organismo de apoyo a emprendedores, sin embargo, un 54.3% nos manifestaron que si han estado.

Tabla 13. Tiempo de apertura de su negocio o empresa

Tiempo_de_apertura_de_su_negocio_o_empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos a 1 año	3	6,4	6,5	6,5
	Entre 1 a 5 años	7	14,9	15,2	21,7
	Entre 5 a 10 años	24	51,1	52,2	73,9
	Mayor de 10 años	12	25,5	26,1	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

En los resultados obtenidos se muestra que más del 70% de los emprendimientos oscilan entre 1 hasta 10 años desde su apertura, esto demuestra que lo emprendimientos aún no están

posicionados en el mercado. Y un porcentaje mínimo del 25% son emprendimientos que son mayor a 10 años y que están posicionados en el mercado con el servicio que ofertan.

Constructo Competencia Emprendedora

Tabla 14. Espíritu emprendedor.

Espiritu_emprendedor (item 1,2,3,4,5) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	46	97,9	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

El espíritu emprendedor en el cantón Sucúa se puede determinar que es débil.

Tabla 15. Deseo de tener un negocio.

Deseo_bajo_negocio (ítem 6,7,8) (agrupado)

		Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
Válido	Débil	27	57,4	58,7	58,7
	Medio	18	38,3	39,1	97,8
	Fuerte	1	2,1	2,2	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

El deseo de tener un negocio de los emprendedores en cantón Sucúa se puede determinar que es débil.

Tabla 16. Experiencia técnica previa.

Experiencia_técnica_previa (ítem 9,10,11,12,13,14) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	46	97,9	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La experiencia técnica previa de los servidores turísticos se puede determinar que es débil.

Tabla 17. Tolerancia al riesgo.

Tolerancia_al_riesgo (ítem 15,16,17,18,19) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	18	38,3	39,1	39,1
	Media	23	48,9	50,0	89,1
	Fuerte	5	10,6	10,9	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La tolerancia al riego en los emprendimientos del cantón Sucúa se puede determinar que es media.

Tabla 18. Responsabilidad.

Rsponsabilidad (ítem 15,16,17,18,19) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	17	36,2	37,0	37,0
	Media	15	31,9	32,6	69,6
	Fuerte	14	29,8	30,4	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La responsabilidad en los emprendimientos del cantón Sucúa se puede determinar que es débil.

Tabla 19. Capacidad de reponerse y aprender.

Capacidad_de_reponerse_y_aprender (ítem 26,27,28,29) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	19	40,4	41,3	41,3
	Media	27	57,4	58,7	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La capacidad de reponerse y aprender de los errores de los servidores turísticos se puede determinar que es media.

Tabla 20. Capacidad para trabajar con otros.

Capacidad_de_trabajar_con_otros (ítem 30,31,32,33,34) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	14	29,8	30,4	30,4

	Media	21	44,7	45,7	76,1
	Fuerte	11	23,4	23,9	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La capacidad para trabajar con otros emprendedores al trabajar en equipo se puede determinar que es media.

Tabla 21. Credibilidad.

Credibilidad (ítem 35,36,37,38,39) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	16	34,0	34,8	34,8
	Media	18	38,3	39,1	73,9
	Fuerte	12	25,5	26,1	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La credibilidad al hacer las cosas bien, tener integridad y actuar de acuerdo a sus principios se puede determinar que es media.

Tabla 22. Priorizar.

Priorizar (ítem 40,41,42,43,44) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	14	29,8	30,4	30,4
	Media	21	44,7	45,7	76,1

	Fuerte	11	23,4	23,9	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La prioridad al establecerlas y cumplirlas en el cantón se puede determinar que es media.

Tabla 23. Familia y negocio.

Famlia_y_negocio (ítem 45,46,47,48,49) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	18	38,3	39,1	39,1
	Media	16	34,0	34,8	73,9
	Fuerte	12	25,5	26,1	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

La familia y el negocio para el éxito empresarial en el cantón se puede determinar que es débil.

Tabla 24. Cualidades del emprendedor.

Cualidades_del_emprendedor (ítem 50,51,52,53,54,55) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	13	27,7	28,3	28,3
	Media	25	53,2	54,3	82,6
	Fuerte	8	17,0	17,4	100,0
	Total	46	97,9	100,0	

Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

Las cualidades del emprendedor para la supervivencia y el crecimiento de la empresa en el cantón se pueden determinar que es débil.

Constructo Autoeficacia Emprendedora

Tabla 25. Afrontar cambios inesperados.

Afrontar_cambios_inesperados (ítem 11,15,20) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	22	46,8	47,8	47,8
	Media	19	40,4	41,3	89,1
	Fuerte	5	10,6	10,9	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

Las personas al afrontar cambios inesperados en el cantón se pueden determinar que son debiles

Tabla 26. Construir un entorno innovador.

Construir_un_entorno_innovador (ítem 14,18,21,22) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	26	55,3	56,5	56,5
	Media	11	23,4	23,9	80,4
	Fuerte	9	19,1	19,6	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

Al construir un entorno innovador las personas en el cantón Sucúa se puede determinar que es débil.

Tabla 27. Definir el objetivo central del negocio.

Definir_el_objetivo_central_del_negocio (ítem 5,10,23) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	24	51,1	52,2	52,2
	Media	15	31,9	32,6	84,8
	Fuerte	7	14,9	15,2	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

Las personas al definir el objetivo central del negocio se pueden determinar que son débiles.

Tabla 28. Desarrollar los recursos humanos claves.

Desarrollar_los_recursos_humanos_claves (ítem 1,4,9) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	18	38,3	39,1	39,1
	Media	21	44,7	45,7	84,8
	Fuerte	7	14,9	15,2	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

Para el desarollo los recursos humanos claves para la creación de una nueva empresa se pueden determinar que es media

Tabla 29. Descubrir nuevos productos y oportunidades de mercado.

Descubrir_nuevos_productos_y_oportunidades_de_mercado(ítem 3,6,8,12,16,17,19) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	9	19,1	19,6	19,6
	Media	31	66,0	67,4	87,0
	Fuerte	6	12,8	13,0	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

Las personas para descubrir nuevos productos y oportunidades de mercado en el cantón son medias.

Tabla 30. Iniciar relaciones con inversores.

Iniciar_relaciones_con_inversores (ítem 2,7,13) (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Débil	10	21,3	21,7	21,7
	Media	29	61,7	63,0	84,8
	Fuerte	7	14,9	15,2	100,0
	Total	46	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		47	100,0		

Las personas al iniciar relaciones con inversores se pueden determinar que son medias.

Resultado 3:

Matriz para la elaboración de estrategias:

Para el cumplimiento del tercer objetivo se realizó la matriz MEFE y MEFI para establecer estrategias que faciliten potencializar a los emprendimientos turísticos. Las estrategias se obtienen

al plantear mediante la utilización de la herramienta del FODA, donde se determinan los factores internos como externos de los emprendimientos en diferentes ámbitos, con el fin de plantear estrategias que fortalezcan el ámbito turístico.

Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Tabla 31. Matriz (MEFE)

FACTORES EXTERNOS CLAVES	PESO	VALOR	PONDERACION
Oportunidades			
Introducir al sector turístico nuevos productos de fácil acceso y económico	0.12	3	0.36
Ferias inclusivas para emprendedores.	0.1	4	0.4
Feriados nacionales.	0.11	3	0.33
Posibilidad de competir en un turismo de calidad	0.08	4	0.32
Desarrollo del sector educativo especializado en turismo.	0.1	3	0.3
Generador de empleo.	0.09	3	0.27
Amenazas			
Cambios sociales.	0.08	1	0.08
No se encuentran capacitados para generar alianzas con otras empresas	0.06	1	0.06
Competencia desleal	0.06	2	0.12
Incremento de impuestos	0.05	1	0.05
Poco control por parte del Gad Municipal y MINTUR	0.07	1	0.07
Influencia política	0.08	1	0.08
TOTAL	1.00		2.44

El MEFE, tiene un puntaje ponderado total de 2,44, lo que nos indica que los emprendedores del sector turístico están por debajo del promedio en su esfuerzo por perseguir estrategias y oportunidades para evitar las amenazas del entorno.

Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

Tabla 32. Matriz (MEFI)

FACTORES EXTERNOS CLAVES	PESO	VALOR	PONDERACION
Fortalezas			
Amplia oferta de servicios.	0.08	4	0.32
La calidad de los servicios	0.1	4	0.4
Atención personalizada.	0.11	3	0.33
Alto poder de atracción.	0.09	3	0.27
Alternativa turística no masificada y poco saturada.	0.08	4	0.32
Negocios familiares.	0.09	3	0.27
Debilidades			
No llevan registro de ingresos económicos.	0.07	2	0.14
Inflexibilidad a adaptarse a cambios inesperados	0.08	1	0.08
Equipo de trabajo no capacitado.	0.06	2	0.12
No fijan metas y objetivos.	0.09	1	0.09
En algunos establecimientos no utilizan equipos tecnológicos.	0.07	1	0.07
Empresas receptoras con ofertas poco desarrolladas.	0.08	1	0.08
TOTAL	1.00		2.49

El MEFI, tiene un promedio total de 2,49 que nos indica, que los emprendedores se encuentran por debajo el promedio lo cual indica que el sector empresarial turístico no puede enfrentar sus debilidades.

Matriz FODA

Tabla 33. Matriz FODA

1.-Relación fuerte.

2.-Relación débil.

			Fortalezas					Debilidades						
			La calidad de los servicios	Atención personalizada.	Alto poder de atracción.	Alternativa turística no masificada y poco saturada.	Negocios familiares.	No llevan registro de ingresos económicos.	Inflexibilidad a adaptarse a cambios inesperados	Equipo de trabajo no capacitado.	No fijan metas y objetivos.	En algunos establecimientos no utilizan	Empresas receptoras con ofertas poco desarrolladas.	
			2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	
Oportunidades	1	Introducir al sector turístico nuevos productos de fácil acceso y económico	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	5
	2	Ferias inclusivas para emprendedores.	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	3
	3	Feriados nacionales.	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	4	Posibilidad de competir en un turismo de calidad	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	5
	5	Desarrollo del sector educativo especializado en turismo.	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	6	Generador de empleo.	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Amenazas	1	Cambios sociales.	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	3
	2	No se encuentran capacitados para generar alianzas con otras empresas	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
	3	Competencia desleal	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	4	Incremento de impuestos	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	5	Poco control por parte del Gad Municipal y MINTUR	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
	6	Influencia política	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	3
				3	1	0	3	0	3	3	5	0	4	

Estrategias que ayuden a potencializar a los emprendedores turísticos del cantón Sucúa post pandemia

Estrategias FO

FO1: Efectuar ferias inclusivas para los emprendedores turísticos ya que promueve la participación de la economía, de las micro y pequeñas empresas productivas en feriados nacionales y locales.

FO2: Brindar capacitaciones a los emprendedores para que desarrollen sus habilidades de innovación y liderazgo empresarial.

Estrategias DO

DO1: Brindar capacitaciones de manejo de equipos tecnológicos para gestionar eficazmente el aprendizaje organizacional en sus empresas.

Estrategias FA

FA1: Realizar un plan de control y seguimiento continuo de las entidades gubernamentales que están encargadas de regular las actividades turísticas del cantón.

Estrategias DA

DA1: Generar congresos con el fin de que los emprendedores del sector turístico de Sucúa puedan conocerse entre sí y mantener una alianza mutua.

Conclusiones:

Al analizar los datos demográficos de cada prestador turístico del cantón Sucúa se pudo concluir que el mayor porcentajes es de los hombres a comparación a las mujeres, con un rango de edad desde 30-35 años, la mayor parte de emprendedores son nacionales y son emprendimientos privado, los tipos de servicios ofertados de mayor porcentaje es el servicio de Alimentos y Bebidas a comparación de otras actividades como; Alojamiento, Operación e Intermediación, Parques de Atracción, la estabilidad en años de los negocios va más del 70% de los emprendimientos oscilan

entre 1-10 años y el 25% son emprendimientos que son mayor a 10 años y que están posicionados en el mercado con el servicio que ofertan, el nivel de ingreso de los emprendedores es sus establecimientos son ingresos brutos que va desde 500 a 1500.

- Se evaluó la variable de competencia emprendedora y se comprobó que en cada una de sus dimensiones los resultados indicaron que va de débil a medio, lo que señala que los emprendedores no manejan adecuadamente sus competencias en los emprendimientos de servicios turísticos, con respecto a la variable de autoeficacia emprendedora se pudo evidenciar que las dimensiones que componen este constructo, de la misma manera, presentaron una tendencia a ser débil a medio, en todas sus dimensiones, en donde se puede concluir que los emprendedores no conocen sus propias habilidades de emprendimiento, lo cual podría explicar que algunos negocios no se mantengan en el mercado empresarial y podría estar influyendo el impacto que tuvo la pandemia Covid-19.
- En base a los resultados obtenidos se desarrollaron estrategias para el mejoramiento del comportamiento emprendedor y desarrollar la competencia y la autoeficacia emprendedora, que contribuyen de manera favorable dentro de los sectores turísticos del cantón, para que los emprendedores turísticos, puedan poner en práctica y aplicar los conocimientos, destrezas y habilidades que cada uno posee.

Recomendaciones:

- Capacitar y generar talleres de emprendimiento para mejorar las competencias y autoeficacia emprendedoras y así tener nuevas ideas innovadoras.

- Trabajar en alianza con las universidades y GADs provinciales en la creación de ferias de emprendimiento con el fin de apoyar más al sector emprendedor.
- Se recomienda poner en práctica las estrategias planteadas para mejorar el comportamiento emprendedor del cantón Sucúa, y así poder lograr una amplia perspectiva emprendedora, y se puedan sentir motivados de lo que se desarrolla en el medio empresarial turístico.

Referencias bibliográficas

Referencias

Aleman, V. G. (2016). *La autoeficacia en los empresarios de las pymes dedicadas al deporte y recreacion turistica.*

Borja, A. H., Carvajal, H. R., & Vite, H. (2020). *Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad.*

Cabanilla, E., Ocaña, W., Garrido, C., & Molina, E. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19.*

Cañizares, E. F. (2022). *Diseño de productos turisticos para diversificar la oferta en la Provincia de Morona Santiago.*

Carranza, W. D., Carranza, E. J., & Manosalvas, L. O. (2021). *Evaluación de la autoeficacia de emprendimiento y las capacidades de innovación en emprendedores del servicio turístico* .

Fernandez, P., & Pertegas, D. (2002). *Investigacion cuantitativa y cualitativa.*

Flores, A. N., Bojórquez, A. L., & Ceballos, S. L. (2016). *El impacto de la autoeficacia emprendedora en los resultados de innovación de los emprendedores del sector de software en Yucatán.*

Garabiza, B. R., & Franco, C. E. (2022). *Análisis de los efectos generados por la pandemia mundial COVID-19 en el sector turístico ecuatoriano.*

Garcia, A., & Garcia, M. (2007). *Diferencias culturales y comportamiento emprendedor: un analisis cross-cultural intrapais.*

Garcimartín, P. C. (2016). *Enfermería e investigación cualitativa: Evidencia en el Cuidado.*

Hernández, R. R. (2008). *Diseños de investigación.*

Hidalgo, M. F., Cerda, M. E., Chango, J. L., Guilcapi, F. E., & Martinez, F. X. (2018). *Competencias emprendedoras en las universidades.*

Lucero, G. E., Cunalata, Á. G., & Maldonado, P. C. (2020). *Turismo y COVID-19: Problemas socioeconómicos y ambientales en Ecuador.*

Luzuriaga, P. G. (2020). *Reactivacion vs turistificacion los retos de las ciudades frente al turismo post.*

Luzuriaga, P. G. (2020). *Reactivación vs turistificación: los retos de las ciudades frente al turismo post.*

Machado, E. F., & Oca, N. M. (2020). *Competencias, currículo y aprendizaje en la universidad. Motivos para un debate: Antecedentes y discusiones conceptuales.*

Manosalvas, L. O., Tobanda, A. A., Manosalvas, C. A., & Quevedo, D. V. (2020). *Liderazgo transformacional y transaccional en la autoeficacia emprendedora.*

Manosalvas, V. L., Chávez, B. G., Guevara, R. D., & Manosalvas, V. C. (2018). *Influencia de las emociones en las habilidades emprendedoras de los propietarios de servicios turísticos de la ciudad de Puyo.*

Martinez, F. M., & Carmona, M. (2009). *Aproximacion al concepto de "competencias emprendedoras": valor social e implicaciones educativas.*

Morales, F. (2012). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.*

Morales, F. M., Giménez, J. M., & Morales, A. M. (2018). *Relaciones entre autoeficacia emprendedora y otras variables psico-educativas en universitarios.*

Moriano, J. A., Topa, G., Molero, F., Entenza, A. M., & Lévy, J. P. (2012). *Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor.Adaptación y Validación de la Escala CESE en España.*

Navarro, D. J. (2022). *Análisis del impacto de la pandemia en el turismo gastronómico de la ciudad de madrid. El caso del turismo gastronómico de alto nivel.*

Navarro, G. T., Bayona, J. A., & Pacheco, C. A. (2020). *Competencias emprendedoras y formación para el emprendimiento en instituciones de educación media.*

Ochoa, R., Nava, N., & Fusil, D. (2020). *Comprension epistemologica del tesita sobre investigaciones cuantitativas, cualitativas y mixtas.*

Padilla, A. B., Llugllа, L. A., Álvarez, W. R., & Ramírez, B. E. (2021). *Crisis y reactivación turística en tiempos de covid-19. Cámara de turismo provincia de Pastaza.*

Polanco, D., Portugal, C., Guamialamá, J., Valdes, M., & Duque, D. S. (2020). *Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo.*

Pozo, S. C., & Ferreiro, A. M. (2020). *El emprendimiento y el control interno con una perspectiva sistémica. Revisión bibliográfica.*

Pulgarín, S., & Cardona, M. (2011). *Aportes a la caracterización del comportamiento emprendedor de los estudiantes de la Konrad Lorenz.*

Ramírez, H. P., Véliz, I. T., Ruenes, A. R., & Arias, Y. F. (2016). *Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible.*

Rodriguez, C. E. (2021). *Analisis de los efectos generados por la pandemia mundial Covid-19 en el sector turistico ecuatoriano.*

Rodríguez, D. C., & Gómez, A. X. (2014). *Las competencias emprendedoras en el departamento de Boyacá.*

Rodríguez, J., & Reguant, M. (2020). *1Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach.*

Rodriguez, V., Reino, C., Rodriguez, K., & Cañarte, L. (2020). *Nuevos emprendimientos: Un analisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19.*

Rojas, A. I., & Shiguango, E. F. (2020). *Competencia y autoeficacia emprendedora en los prestadores de servicios turisticos en el canton Pastaza.*

Soldevila, L. (2021). *Los emprendedores despues de la COVID-19.*

Sumba, R. Y., Almendariz, S. M., Baque, C. L., & Aliatis, V. G. (2020). *Emprendimientos en tiempo de covid-19: De lo tradicional al comercio electrónico.*

Vega, A. C., Maguiña, J. L., Soto, A., Lama, J., & Correa, L. (2021). *Estudios transversales.*

Vega, V. F., Castro, F. S., & Romero, A. J. (2020). *IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL TURISMO MUNDIAL* .

Vega, V. F., Martínez, S. B., Sánchez, C. F., & Martínez, G. N. (2021). *Impacto de la covid-19 en el turismo de Latinoamérica y el caribe.*

Marco teórico:

Anexos

Anexo 1. Fundamentación teórica:

Emprendimiento:

Actualmente una de las actividades clave en el crecimiento económico y social de una región es el emprendimiento, por el alto componente de innovación en sus productos y servicios, lo cual busca satisfacer las necesidades y superar las expectativas de los consumidores. Esto reside en aspectos como la modificación de la voluntad humana en el acto, las decisiones del emprendedor sobre los productos y servicios necesarios, y las representaciones y la mentalidad sobre la forma de comprender las oportunidades de innovación, la creación y el negocio que requiere el entorno (Polanco, Portugal, Guamialamá, Valdes, & Duque, 2020).

El emprendimiento es una iniciativa de las personas que asumen un cierto riesgo económico para llevar adelante algún tipo de negocio y aprovechar la oportunidad que brinda el mercado (Pozo & Ferreiro, 2020). El emprendimiento inicia con ideas, regularmente con la cual se da inicio al producto o servicio, el éxito depende de la decisión del emprendedor y la forma en

la que quiere materializar su empresa, el emprendimiento está relacionado la creación de nuevas empresas, estrategias o conceptos para productos o servicios que ya establecidos (Borja, Carvajal, & Vite, 2020).

El emprendimiento es un término muy utilizado en la actualidad, ganando popularidad como una alternativa de solución para los problemas económicos en los países. En el mundo se lo ha interpretado como un método de crecimiento para todas las áreas en las cuales se desempeña una persona emprendedora. América Latina ha tenido un crecimiento considerable en su economía, así mismo se ha tenido en cuenta que en circunstancias anteriores se la examinó como un territorio poco emprendedor, la tasa de emprendimiento es muy notorio, aun cuando estos son pequeños, las actividades de los negocios presentan un gran interés para la generación de cambios elocuentes respecto a la competitividad y el desarrollo (Carranza, Carranza, & Manosalvas, 2021). Los emprendimientos es una parte fundamental para llegar a lograr la dinamización de la economía de un país, existiendo personas que están comprometidas a ejercer esta actividad que es el principal resultado en los países y es el incremento de empresas potencialmente productivas (Sumba, Almendariz, Baque, & Aliatis, 2020)

Competencias emprendedoras:

La competencia es el pilar para avanzar en la obtención de los objetivos de cualquier proceso que se involucre en la formación de las personas para enfrentar los retos presentes y futuros a los que se enfrentaran mediante el trabajo a la sociedad (Machado & Oca, 2020). La competencia para el trabajo en equipo es básica para el emprendedor, el emprendedor está continuamente creando y buscando el futuro, por lo que se necesita trabajar con una variedad de personas durante largos periodos de tiempo, con quienes se debe sobreponerse a la derrota para alcanzar sus logros (Hidalgo, Cerda, Chango, Guilcapi, & Martinez, 2018).

Al hablar de la competencia emprendedora se refiere a que el individuo se adapta fácilmente al mercado laboral flexible y al cambiante, en el busca desenvolverse de manera creativa y innovadora. También, se refieren a las competencias, como aquellas que permiten que los individuos lleven a cabo un proyecto empresarial o social que genere el crecimiento económico y cohesión social, configurándose de esta manera como una planificación social integrado. (Navarro, Bayona, & Pacheco, 2020)

La competencia emprendedora está compuesta de un peculiar sistema de formación competencial; desarrollando destrezas que facilitan un buen desempeño del individuo en la sociedad. Facilitar el proceso para cambiar el entorno social en escenarios pedagógicos donde se despliegan los aprendizajes. Por medio de esta competencia se fija y se enriquece la integralidad como formación global, que conjuga, saberes, habilidades, elementos conductuales y valores para juntar a una sociedad se buscan individuos creativos, valientes y comprometidos (Rojas & Shiguango, 2020).

Autoeficacia Emprendedora:

Según Bandura (1977) la autoeficacia es el pronosticador efectivo para el logro de las metas establecidas. Las personas con niveles altos de autoeficacia tienen más intereses esenciales en realizar las tareas, y están más dispuestos a usar sus esfuerzos y muestran persistencia cuando existen dificultades.

La autoeficacia es un constructo potencial que define la confianza empresarial, es decir, que predice el rendimiento y la mejora de la actividad en los emprendimientos, evaluando así el entorno potencial y empresarial en donde las oportunidades, están relacionadas con el rendimiento activo de las personas mediante una evaluación de la motivación y el esfuerzo con la intención de

emprendimiento (Manosalvas, Tobanda, Manosalvas, & Quevedo, 2020). La autoeficacia se define como las creencias en las propias habilidades para organizar, efectuar y realizar lo necesario para obtener los objetivos propuestos. Además, mejora la productividad y el bienestar de los empresarios (Aleman, 2016).

El término autoeficacia emprendedora es utilizada en distintos ámbitos de nuestra vida ya que está en nuestro día a día, la internet ha sido clave para tener un avance de la tecnología, al tener la necesidad de romper esquemas y al crear nuevas oportunidades de negocio, querer salir adelante y dejar el ser dependiente de un emprendimiento ajeno y trabajar de una forma independiente. La mayoría de la juventud es lo que anhela especialmente cuando oímos noticias de personas que emprenden a partir de tener sus ideas innovadoras (Rojas & Shiguango, 2020).

La autoeficacia emprendedora manifiesta una respuesta, dentro de la teoría cognitiva, del por qué las personas inician una empresa y por qué las personas consiguen persistir en el mercado a largo plazo y es importante el vincular esta variable a un entorno en el que se necesite un alto grado de innovación (Flores, Bojórquez, & Ceballos, 2016).

La autoeficacia emprendedora es un conjunto de habilidades y destrezas que posee las personas, tanto cognitivas como conductuales, al igual que las creencias, las cuales están influenciadas por diversos factores como la experiencia y las emociones, que determinan el éxito o no ante la creación de nuevas empresas (Morales, Giménez, & Morales, 2018).

La autoeficacia emprendedora evalúa la percepción de un emprendedor sobre las facultades y destrezas para realizar diversas acciones cuando se desarrolla un emprendimiento, en definitiva, se refiere a las convicciones propias del emprendedor para realizar las situaciones que toleran un emprendimiento. La autoeficacia emprendedora es una característica peculiar del emprendedor y

las comunidades puedan trabajar para crear un ambiente que mejore la misma al hacer que los recursos estén aptos y sean visibles, promocionar los éxitos empresariales, adicionar la diversidad de oportunidades y evitar políticas que creen dificultades reales o percibidos (Manosalvas, Tobanda, Manosalvas, & Quevedo, 2020).

Impacto del Covid-19 en el Turismo

La COVID-19 es una preocupación creciente en la salud pública en todo el mundo, la cual se enfrenta a una crisis sanitaria que está vinculada con la crisis ecológica, pues la transmisión del virus, tal vez derivado de animales salvajes hacia las personas, no es algo nuevo y las enfermedades provocadas en las últimas dos décadas por varios virus parecidos que advierten la gravedad del problema, pero las medidas higiene tomadas no son suficientes (Vega, Castro, & Romero, 2020).

La crisis del COVID-19 ha afectado severamente a la economía del turismo, con resultados sin precedentes en el empleo y las empresas. El turismo fue uno de los primeros sectores en encontrarse bastante afectado por la pandemia, ya que las medidas que se han tomado para detener el virus llevaron a una detención casi total de las actividades turísticas en todo el mundo. El sector turístico también tiene el riesgo de ser uno de los últimos en recuperarse, ya que con las restricciones de viaje y el retroceso mundial que se avecina. Esto tiene consecuencias que van más allá de la economía del sector turístico, y los otros sectores que apoyan y son apoyados por el sector turístico también se ven significativamente afectados (Lucero, Cunalata, & Maldonado, 2020). La COVID-19 y el impacto en la actividad turística es un motivo de reflexión, dada la importancia, actualidad y pertinencia en cualquier contexto geográfico, ya que los brotes de las enfermedades infecciosas, incluido el covid-19, ponen en peligro la industria del turismo ya que, dada su dependencia de la movilidad humana, pues es una de las mayores preocupaciones que los

turistas tienen al proyectar sus viajes, es la movilización (Vega, Martínez, Sánchez, & Martínez, 2021).

El impacto sin precedentes en la economía del sector turístico se ve empeorado por la evolución de la situación sanitaria, con el sector potencialmente enfrentando ciclos de parada durante algún tiempo. Esto daña la confianza de los viajeros y las empresas, y la perspectiva de supervivencia de las empresas (Lucero, Cunalata, & Maldonado, 2020). La actividad hotelera que se enfrentar a la COVID-19 con varias medidas de seguridad que brinden confianza a sus clientes, entre las que se pueden citar controles sanitarios a la espera de la llegada de los huéspedes; el uso de dispensadores de desinfectantes en cada habitación; y la sustitución de los bufets por cestas de alimentos personalizados; la reducción del aprovechamiento de la capacidad en los restaurantes, bares y diferentes áreas colectivas, entre otras (Vega, Castro, & Romero, 2020). A pesar de la firmeza de la economía en el sector turístico a las impresiones anteriores, la magnitud y la naturaleza combinada con la economía y la salud de esta crisis significa que el camino hacia la recuperación del covid-19 es muy incierto y es probable que tarde años. Si bien ha ocurrido cierta reanudación de la actividad turística internacional en los últimos meses, seguía siendo muy limitada y el turismo interno se ha reiniciado en varios países, pero solo puede compensar parcialmente la pérdida del turismo receptor (Lucero, Cunalata, & Maldonado, 2020).

El impacto de la COVID-19 en el turismo cobra significación, y teniendo en cuenta que, desde finales del siglo XX, el sector turístico es uno de los motores que más impulsan a la economía, siendo una de las industrias con mayores ritmos de desarrollo universalmente y uno de los fenómenos socioeconómicos más significativos en los últimos tiempos, aunque es lamentablemente las limitaciones a escala mundial de los viajes, para frenar la COVID-19, han

detenido el ritmo tradicional de los flujos internacionales y la actividad turística (Vega, Martínez, Sánchez, & Martínez, 2021).

Anexo 2. Perfil demográfico del emprendedor

1. Genero		**2. Edad**				
Femenino	Masculino	18-25	26-35	36-45	46-55	Más de 55 años
3. Nombre del establecimiento						
4. Tipo de servicio ofertado						
Alojamiento	Alimentos y bebidas	Transporte turístico	Operación e intermediación	Parques de atracción		
5. Ingresos mensuales de su negocio						
Menos de 500$	501 a 1000$	1001 a 1500$	1501 a 2000$	Mayor a 2001$		
6. Tipo de empresa						
Publica	Privada	Sociedad	Otros			
7.Procedencia del emprendedor						
Nacional	Extranjero					
8. ¿Ha estado en los últimos meses en contacto con un centro/organismo de apoyo a emprendedores?					Si	No
9.Tiempo de apertura de su negocio u empresa:						
Menor de 1 año	entre 1 a 5 años	entre 5 a 10 años	Mayor de 10 años			

Anexo 3. Constructo Competencia emprendedora

Opciones		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indefinido	Desacuerdo	Totalmente desacuerdo
Abreviaturas		TA	A	I	D	TD
Competencia Emprendedora		Opciones				
1.- Espíritu emprendedor		TA	A	I	D	TD
1.1	Actúas por ti mismo antes de que las circunstancias te obliguen					
1.2	Constantemente buscas nuevos productos o servicios que te ayuden a solucionar tus necesidades o mejorar tu trabajo.					

1.3	Aprovechas oportunidades innovadoras para hacer negocios y obtener recursos					
1.4	Te esfuerzas por fabricar un producto u ofrecer un servicio que consideras que cumple o rebasa las expectativas del cliente.					
1.5	Cuando comienzas una tarea o un proyecto nuevo, recaudas toda la información posible antes de llevarlo a cabo.					
2.- Deseo de tener un negocio.						
2.1	Cuando decides realizar una actividad o negocio, lo haces a pesar de los obstáculos.					
2.2	Es importante para ti invertir a corto plazo para tener ventajas en el largo plazo					
2.3	Cuando estás haciendo un trabajo para otras personas, te esfuerzas en forma especial por lograr que queden satisfechas con el trabajo					
3.- Experiencia técnica previa.						
3.1	Cuentas con los conocimientos para abrir un negocio					
3.2	Cuentas con los conocimientos para operar un negocio.					
3.3	Cuentas con experiencia para elaborar los productos o brindar los servicios que ofrezco.					
3.4	Estás consciente de las necesidades que originen abrir un negocio.					
3.5	Conoces el entorno empresarial.					
3.6	Conoces tus fortalezas.					
4.- Tolerancia al riesgo.						
4.1	Calculas los riesgos intencionadamente cuando inicias alguna actividad.					
4.2	Evalúas todas las alternativas al iniciar una actividad.					
4.3	Actúas para reducir los riesgos.					
4.4	Controlas los resultados cuando asumes riesgos					
4.5	Te atraen las situaciones que conlleven un reto o un riesgo moderado					
5.- Responsabilidad.						
5.1	Te esmeras en realizar actividades que necesitan hacerse.					
5.2	Terminas tu trabajo a tiempo.					
5.3	Te enojas cuando las cosas no se hacen debidamente cuando las hacen otras personas.					
5.4	Haces lo que se necesita sin que otros tengan que pedirte que lo hagas					
5.5	Tu rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajas.					
5.6	Te importa más la satisfacción del trabajo bien hecho que el dinero que recibirás por ello					
6.- Capacidad de reponerse y aprender.						
6.1	Cuando te enfrentas a un problema difícil, inviertes tiempo en encontrar una solución lo					

	más convenientemente o adecuadamente posible					
6.2	Ante un reto u obstáculo haces todo lo necesario o cambias de estrategia para superarlo.					
6.3	Asumes toda la responsabilidad en el logro de tus metas y objetivos					
6.4	Intentas diferentes maneras de superar obstáculos que se interpongan al logro de tus metas.					
7.- Capacidad para trabajar con otros.						
7.1	Haces uso de estrategias para influenciar y persuadir a otros					
7.2	Te apoyas en personas clave para conseguir tus objetivos.					
7.3	Desarrollas o mantienes una red de contactos de negocios.					
7.4	Logras, mediante persuasión, que otros apoyen tus recomendaciones.					
7.5	Insistes varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que quieres que hagan					
8.- Credibilidad.						
8.1	Te esfuerzas extraordinariamente para realizar tu trabajo					
8.2	Colaboras con tus compañeros.					
8.3	Te pones en el lugar de tus compañeros si es necesario para terminar un trabajo					
8.4	Valoras la buena voluntad de los compañeros de trabajo a largo plazo, por encima de las ganancias a corto plazo					
8.5	Cumples las promesas que haces.					
9.- Priorizar.						
9.1	Fijas metas y objetivos que tienen significado personal y que implican un reto					
9.2	Tienes una visión clara y específica de lo que quieres a largo plazo.					
9.3	Te fijas resultados a corto plazo.					
9.4	Mides los objetivos de manera frecuente.					
9.5	Planificas un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura.					
10.- Familia y negocio.						
10.1	Escuchas atentamente cuando alguien habla contigo					
10.2	Consideras que tu familia y el negocio son importantes para ti.					
10.3	Si en el futuro tuvieras un negocio, pensarías en traspasarlo a tus hijos cuando seas anciano.					
10.4	Consideras que tener un negocio es un patrimonio familiar.					
10.5	Te importa la imagen que proyectas en la comunidad.					

11.- Cualidades del emprendedor.						
11.1	Buscas autonomía del control evitando las reglas y normas de otras personas.					
11.2	Confías en ti mismo para terminar una tarea difícil o enfrentarte a un reto.					
11.3	Planificas las tareas grandes en sub-tareas con plazos de finalización					
11.4	Haces un seguimiento de tus planes para revisar tus resultados y valorar, las nuevas condiciones del entorno.					
11.5	Mantienes registros de tus actividades y te apoyas en ellos en la toma de decisiones.					
11.6	Confías en que puedes tener éxito en cualquier actividad que te propones ejecutar					

Anexo 4. Constructo Autoeficacia emprendedora

1	2	3	4	5				
Completamente Incapaz	Algo Incapaz	Capaz	Muy Capaz	Perfectamente Capaz				
AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA				1	2	3	4	5
1	Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto.							
2	Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores.							
3	Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios							
4	Reclutar y entrenar a los empleados clave.							
5	Establecer la visión y valores de la organización.							
6	Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes.							
7	Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital.							
8	Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial							
9	Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa.							
10	Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía.							
11	Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio.							
12	Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes.							
13	Identificar recursos potenciales de financiación.							
14	Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe.							
15	Persistir frente a la adversidad.							
16	Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes.							
17	Formular unas acciones rápidas para perseguir las oportunidades.							

18	Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas.					
19	Usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera.					
20	Determinar si el negocio va bien.					
21	Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientes de sus resultados.					
22	Identificar y construir equipos de gestión.					
23	Formar asociaciones o alianzas con otros.					