

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
DEPARTAMENTO CIENCIAS DE LA VIDA
INGENIERIA EN TURISMO



**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN TURISMO**

TEMA:

LA INTENCIÓN Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS
ESTUDIANTES DE LAS CARRERAS DE TURISMO EN LAS INSTITUCIONES DE
EDUCACIÓN SUPERIOR DEL CANTÓN PASTAZA

AUTORES:

MARCO PATRICIO GONZÁLEZ ZAMBRANO.

JAZMÍN VALERIA GALARZA CHIFLA.

DIRECTOR DEL PROYECTO:

LUIS OSWALDO MANOSALVAS VACA PhD.

Pastaza - Ecuador

2019 – 2020

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quienes suscriben González Zambrano Marco Patricio con cedula de ciudadanía 1718136300 y Jazmín Valeria Galarza Chifla con cedula de ciudadanía 1722191911, hacen constar que son los autores del proyecto de investigación titulado: **La intención y competencias emprendedoras de los estudiantes de las carreras de turismo en las instituciones de educación superior del cantón Pastaza**, el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del Tutor de dicho trabajo, el Doctor Luis Oswaldo Manosalvas Vaca. En tal sentido, manifestamos la originalidad de la conceptualización del trabajo como la interpretación de datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto del presente trabajo.

González Zambrano Marco Patricio
1718136300

Jazmín Valeria Galarza Chifla
1722191911

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Luis Oswaldo Manosalvas Vaca PhD.

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Certifico:

Que el presente trabajo de investigación realizado por los estudiantes González Zambrano Marco Patricio y Jazmín Valeria Galarza Chifla, sobre el tema: **“La intención y competencias emprendedoras de los estudiantes de las carreras de turismo en las instituciones de educación superior del cantón Pastaza”**, ha sido cuidadosamente revisado por el suscrito, por lo que he podido constatar que cumple con todos los requisitos de fondo y forma establecidos por el Departamento Ciencias de la Vida de la Universidad Estatal Amazónica, para esta clase de trabajos, por lo que autorizo su presentación.

Luis Oswaldo Manosalvas Vaca PhD.

Director de Proyecto

0602763302

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo aprueba el proyecto de investigación y desarrollo **“La intención y competencias emprendedoras de los estudiantes de las carreras de turismo en las instituciones de educación superior del cantón Pastaza”**.

.....

PRESIDENTE(A) DEL TRIBUNAL.

.....

VOCAL I

.....

VOCAL II

AGRADECIMIENTO

Ante todo, agradezco a Dios por permitirme estar hoy cumpliendo y culminando esta etapa de mi vida.

A mis padres por darme su apoyo incondicional en mi etapa de estudios y todas las etapas de mi vida.

A mis profesores quienes nos han transmitido sus conocimientos, dedicado su tiempo y brindarnos su amistad para poder guiarnos y orientarnos en el mundo profesional.

Y agradezco a mi Tutor de Tesis al Dr. Luis Manosalvas quien me ha guiado, orientado y apoyado en esta etapa de titulación.

A Marco González quien es mi compañero de tesis por su gran apoyo en este proceso de estudio y su amistad incondicional.

Finalmente agradezco a mis amigos y compañeros quienes me han sabido brindar apoyo y estrechar su mano cuando más lo he necesitado y brindarme palabras de aliento para saberme levantarme y seguir adelante sin desvanecer.

Jazmín Valeria Galarza Chifla

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación y todos los años de estudios se lo dedico a Mía mi querida hija, porque ella es el motivo que tengo para superarme día a día, ser mejor persona y ser una gran profesional, a mis padres Ramiro y Alicia porque me han guiado con sus sabios consejos, a mis abuelitos quienes han sido mis segundos padres y me han ayudado para continuar con mis estudios y a mis hermanos Joe y Ariel quienes me han ayudado mucho en esta travesía.

Jazmín Valeria Galarza Chifla.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, quien ha sido guía de mi camino y quien me enseñó a levantarme de cada adversidad que sucede en mi vida.

A mis padres, Rita Zambrano y Marco González, quienes a pesar de no vivir conmigo siempre han estado presente en mis pensamientos y han sido una de mis motivaciones para convertirme en profesional

A mi Abuelo, Pepe Zambrano quien ha sido mi segundo padre y por cosas de la vida no se encuentra presente en vida sé que donde se encuentre estará orgulloso de esta meta, gracias por sus consejos y enseñanza y por ser el pilar fundamental de mi vida, quien ha forjado la persona que soy.

A mi abuelita, Rita Montesdeoca, quien ha sido mi segunda madre gracias por todos sus consejos, regaños, enseñanzas y por su incondicional apoyo en todo momento de mi vida.

A mi Tía Madre, Mary Zambrano, gracias por todos esos consejos y apoyo en todo momento de mi vida.

A mi prima, Arq. Ana Sarabia, Gracias por todos sus consejos y por ser un apoyo más en todo momento de mi vida.

A mi enamorada, Meiby Barroso, quien se ha vuelto fundamental en mi vida por su amor y confianza.

A mi compañera de Tesis, Jazmín Galarza, por los momentos que hemos vivido durante este proceso, por su paciencia y tolerancia.

A mi amigo Fernando Aldas, por ser participe en mi crecimiento personal, por sus conocimientos impartidos y por toda la ayuda brindada durante mi etapa universitaria.

A mi tutor de tesis Dr. Luis Manosalvas por sus tutorías, dedicación y tiempo para culminar esta etapa.

González Zambrano Marco Patricio

DEDICATORIA

A Dios, mi padre celestial, quien siempre me acompaña y no me deja caer.

A mi madre, Rita Zambrano, por darme la oportunidad de cumplir una meta y por ser mi modelo de persona a seguir.

A mi padre, Marco González, quien me ha enseñado a mantener siempre la humildad y trabajar duro hasta conseguir lo que uno se propone.

A mis hermanos, Rubén y Bryan, quienes son parte fundamental en mi vida, con este ejemplo pretendo que se gradúen como profesionales y cumplan todas sus metas propuestas.

González Zambrano Marco Patricio

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación analiza y evalúa la intención y competencias emprendedoras que tienen los estudiantes de las carreras de Turismo en las Instituciones de Educación Superior en Pastaza ya que la provincia presenta grandes recursos naturales y una buena localización que se podría aprovechar para la creación de nuevos emprendimientos que aporten al desarrollo turístico, por lo cual se realiza un estudio de campo y documental recolectando información mediante método cualitativo y cuantitativo para conocer de la situación y posición actual que sostienen los estudiantes ante el mundo laboral donde tienen la opción de conseguir un trabajo y ser colaboradores de alguna empresa pública o privada o si su tendencia u objetivo es la creación de emprendimientos turísticos donde a futuro sean empresarios.

Para la investigación se tomó en cuenta a los estudiantes de las siguientes instituciones de educación superior del cantón Pastaza los cuales fueron: Universidad Estatal Amazónica (U.E.A), Instituto Tecnológico Internacional (I.T.I), Universidad Técnica Particular de Loja (U.T.P.L), a quienes se evaluó la intención que tienen los estudiantes de crear sus emprendimientos y la capacidad de afrontar riesgos y aprovechar oportunidades en el mercado, además se analizó las competencias emprendedoras que se han adquirido en el periodo de estudio incentivadas por cátedras con tendencias a la creación e innovación de emprendimientos. Según los resultados se evidencia que los estudiantes en su mayoría si tendrían la intención de crear emprendimientos y ser capaz de desempeñarse eficazmente como empresarios.

Palabras claves: Emprendedor, intención emprendedora, competencias emprendedoras.

ABSTRACT

The following investigative work analyzes and evaluates the intent and entrepreneurial competences that students studying tourism have in Superior Education Institutions in Pastaza, seeing as the province presents great natural resources and an ideal location that can be taken advantage of for the creation of new ventures that aid touristic development, for which the study is carried out in order to understand the situation and current position that the students are in before entering the workforce where they have the opportunity to attain work and be collaborators with public or private companies or the creation of touristic ventures where in the future could be entrepreneurs.

An evaluation is carried out on the intent that the students have of creating new ventures and the capacity to face risks and take advantage of opportunities in the market, all aided by entrepreneurial competences that have been acquired in the period of study, incentivized by the faculty with trends towards creation and innovation of entrepreneurs. According to the results, the majority of students did indeed have trends towards the intention of creating new ventures and to be able to perform effectively as entrepreneurs.

Key words: Entrepreneur entrepreneurial trends, entrepreneurial competencies

Contenido

CAPITULO I.....	13
1. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1. Planteamiento del Problema de Investigación.....	14
1.2. Formulación del Problema.....	15
1.3. Justificación.....	15
1.4. Objetivos.....	17
1.4.1. Objetivo General.....	17
1.4.2. Objetivos Específicos.....	17
CAPITULO II.....	18
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
2.1. Antecedentes.....	18
2.2. Bases Teóricas.....	19
2.2.1. Emprendimiento Turístico.....	19
2.2.2. Emprendedor.....	19
2.2.15. ¿El Emprendedor Nace o se hace?.....	22
2.2.16. Ventajas del Emprendedor.....	22
2.2.17. Desventajas del Emprendedor.....	22
2.3. Intención emprendedora.....	22
2.4. Competencias emprendedoras.....	23
CAPITULO III.....	26
3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
3.1. Localización.....	26
3.2. Tipo de Investigación.....	27
3.3. Métodos de Investigación.....	27
Cuantitativo.....	27
Tamaño de la muestra.....	28
Cualitativo.....	29
CAPITULO IV.....	31
4. RESULTADOS ANALIZADOS.....	31
4.1.1 Variable 1. Edad.....	31
4.1.2. Variable 2. Género.....	32
4.1.3. Variable 3. Institución de Educación Superior.....	32
4.1.4. Variable 4. Tipo De Institución De Educación Superior.....	33
4.1.5. Variable 5. Semestre.....	33

4.1.6. Variable 6. Titulación Que Estudia.....	34
4.1.7. Variable 7. Culminación De Estudios.....	34
4.1.8. Variable 8. Estudios Por Vocación	34
4.1.9. Variable 9. Estudios Por Salidas Económicas.....	35
4.1.10 . Variable 10. Estudios Por Recomendaciones De Familiares o Amigos .	36
4.1.11. Variable 11. Experiencia Laboral.....	36
4.1.12. Variable 12. Puesto De Trabajo.	37
4.1.13. Variable 13. Personal a Cargo.....	39
4.1.14. Variable 14 Experiencia Profesional.....	39
4.1.15. Variable 15. Número De Trabajadores.	40
4.1.16. Variable 16. Auto empleado.....	40
4.1.17 Variable 17. Tiempo De Auto Empleo.....	41
4.1.18. Variable 18. Cuanto Hace Que Dejo Su Trabajo.	41
4.2.1 Dimensiones	42
4.2.1.1. Dimensión Intención Firme En Emprender.	43
4.3.1 Dimensión Para Determinar Las Competencias Emprendedoras.	44
4.3.1.1. Dimensión 1: Desarrollo De Recursos Humanos Clave	45
4.3.1.2. Dimensión 2: Iniciar Relaciones Con Inversores.....	45
4.3.1.3. Dimensión 3: Descubrir Productos y Oportunidades Del Mercado	46
4.3.1.4. Dimensión 4: Definir Objetivo Central Del Negocio.....	46
4.3.1.5. Dimensión 5: Afrontar Cambios Inesperados	47
4.3.1.6. Dimensión 6: Construir Un Entorno Innovador	47
Parte 2. Entrevista a estudiantes.....	48
CAPITULO V	52
5. CONCLUSIONES	52
6 RECOMENDACIONES	53
CAPITULO VI.....	54
Bibliografía.....	54
7. ANEXOS	57
Anexo 1. Formato de encuesta	57
Anexo 2. Oficio para realizar las encuestas en I.T.I	61
Anexo 3. Material fotográfico	61
Anexo 4. Entrevista a estudiantes	62

Índice de Tablas.

Tabla 1-4: Edad	31
Tabla 2-4: Género.....	32
Tabla 3-4: Institución de Educación Superior.....	32
Tabla 4-4: Tipo de Universidad	33
Tabla 5-4. Semestre.....	33
Tabla 6-4 Titulación.....	34
Tabla 7-4. Tiempo de culminación de estudios.....	34
Tabla 8-4. Estudios por vocación.	35
Tabla 9-4. Educación sus salidas económicas.....	35
Tabla 10-4: Por recomendaciones de familiares o amigos	36
Tabla 11-4: Tiene alguna experiencia laboral.....	36
Tabla 12-4: Puesto de trabajo.....	37
Tabla 13-4: Personal a cargo.....	39
Tabla 14-4: Experiencia profesional.	39
Tabla 15-4: Número de trabajadores.....	40
Tabla 16-4: Ha estado alguna vez auto empleado.....	40
Tabla 17-4: En caso afirmativo cuanto tiempo.	41
Tabla 18-4: ¿Cuánto hace que lo dejó?.....	41
Tabla 19-4: Instrumento intención emprendedora	42
Tabla 20-4: Intención firme de emprender	43
Tabla 21-4: Instrumento autoeficacia emprendedora.....	44
Tabla 22-4: Desarrollar recursos humanos claves.	45
Tabla 23-4: Iniciar relaciones con inversores.....	45
Tabla 24-4: Descubrir productos del mercado.....	46
Tabla 25-4: Definir objetivo central del negocio.	46
Tabla 26-4: Afrontar cambios inesperados.	47
Tabla 27-4: Construir un entorno innovador.....	47

Índice de Ilustraciones.

Figura 1. Autorización para encuestas - directora ITI.....	61
Figura 2. Ejecución de encuesta 1	62
Figura 3. Ejecución de entrevistas 2	62
Figura 4. Entrevistas estudiantes.....	62
Figura 5. Entrevistas estudiantes.....	62

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

La educación emprendedora ha tomado especial notabilidad en los años recientes. Una de las causas principales es que el emprender favorece la creación de fuentes de trabajo, lo que origina una mayor cantidad de oportunidades laborales para la fuerza de trabajo y con ello un bienestar económico en la población. Un elemento primordial al comportamiento emprendedor y al surgimiento de empresas, es la existencia de una intención emprendedora. La intención emprendedora se la definiría como el auto reconocimiento, es decir crear un negocio y una planificación consciente para su realización en un tiempo establecido o futuro. Depende mucho como el individuo tome una decisión para crear su negocio ya sea esta por su cultura, su entorno social, familiar y educativo pueden conformar el deseo de crear o no una empresa. Otro aspecto fundamental del auto reconocimiento es la autoeficacia en donde los autores (Páez, 2018), hacen mención que la autoeficacia se la entiende como la creencia personal de poseer capacidades para realizar acciones que permitan obtener los resultados deseados.

En especial, hay estudios que han sido tomados en cuenta de aquellos estudiantes a los que se les ha impartido materias administrativas y líneas de investigación acerca de la creación de empresas, esto con el objetivo a que el estudiante tenga el interés de emprender en un corto o mediano plazo, hoy en día las personas sienten la necesidad de emprender en nuevos negocios por su impacto en el desarrollo económico de los países, por la generación de empleo, por la innovación entre otros factores (Fuentes & Sánchez, 2010).

El emprendedor como protagonista del desarrollo económico de los países, también ha sido objeto de estudio por investigadores de diversas áreas, siendo los administradores los primeros en intentar aproximaciones a la personalización del individuo que crea una empresa y asume riesgos (Marulanda & Montoya , 2014).

La educación es fundamental para potenciar la creatividad y despertar el espíritu emprendedor. Sin embargo, en algunos casos la falta de actitud emprendedora por parte de los estudiantes y en otros casos la carencia de una formación emprendedora y empresarial son obstáculos para tener iniciativas emprendedoras. Formar desde temprana

edad con una educación orientada a desarrollar una mentalidad emprendedora se ha vuelto un factor de suma importancia en la actualidad (Aragon & Baixauli, 2014).

Según Aragón y Baixauli (2014) mencionan en su artículo que la intención emprendedora se refiere a toda actividad empresarial que se pone en marcha en cualquier sector. Para comprender el fenómeno del emprendimiento se propone estudiar este caso a partir del estudio de la intención como antecedente que mejor explica el emprendimiento.

Según el Ministerio de Turismo (2018) en Ecuador el número de establecimientos registrados son un total de 24.720, en donde informa que en la actividad turística de alimentos y bebidas existe un total de 17.225 establecimientos representando el 69,68% con el mayor crecimiento, en Alojamiento se registran 4.153 establecimientos que equivale al 16,8% ubicándose en el segundo lugar, en intermediación hay 2.427 operadoras de turismo, que corresponden al 9,82% así se ubica en el tercer lugar, el transporte turístico con 560 establecimientos, da un valor del 2,27 % ubicándose en el cuarto lugar, en recreación con 318 da un total de 1,29% quedando en el quinto lugar, y los centros de turismo comunitario con un valor de 37 centros registrados, que comprenden a un porcentaje 0,15% ubicándose en el sexto lugar, con estos porcentajes se puede decir que el mayor número de emprendimientos generados en Ecuador en donde los ecuatorianos mayormente emprende es en lo referente a alimentos y bebidas con un 69,68% aportando así a la generación de empleos.

1.1. Planteamiento del Problema de Investigación

En las universidades ecuatorianas y las instituciones de educación superior los estudiantes crecen en las filas de profesionales y los que están en proceso de formación aspiran montar su propio negocio para así tener dependencia económica y ser partícipes de la innovación en el mercado de nuevos emprendimientos (Revelo, Paredes, Velastegui, & Romero, 2017).

La provincia de Pastaza es rica en recursos culturales y naturales emblemáticos que son punto importante para el desarrollo turístico, para lo cual se necesita incrementar los emprendimientos de tal forma se aumentarían la demanda turística para la provincia haciendo así que sea más atractivos a la oferta y tendrían incremento de visitas y dinamizar la economía local, con el aprovechamiento de estas oportunidades se lograría posicionar al turismo como una de las principales fuentes de ingresos económicos a la ciudad. Las universidades y las instituciones de educación superior de la ciudad de Puyo,

en la Provincia de Pastaza, asumen con profesionalismo la educación, el ámbito social y político que se enmarca en la constitución, principios, normas y reglamentos, quienes incitan a los jóvenes estudiantes a realizar ideas de negocios con los cuales generen emprendimientos innovadores que mejoren la situación económica del país, aportando también el estado con oportunidades de postulación de proyectos que motiven a la creación de emprendimientos locales y así creen nuevas fuentes de trabajo para la sociedad (Ministerio de Educación, 2018).

Lo que dificulta a la hora de empezar un emprendimiento en Ecuador, son limitaciones financieras para adquirir préstamos y a esto sus altas tasas de interés, los tramites gubernamentales que se debe realizar para la apertura de un emprendimiento es otra limitante si se requiere abrir con rapidez sumando a ello que hay que realizar pagos de impuestos y finalmente la falta preparación profesional también hace que no tengan la visión e iniciativa para arriesgarse por crear empresas lo cual hace que las personas tomen el emprendimiento como una medida de supervivencia mas no como una oportunidad. Esto hace que los negocios no crezcan y no se puedan mantenerse en el mercado, en vez de tomarla como una oportunidad donde su emprendimiento llegase a convertirse en una gran empresa aportando en beneficio a la economía del país (Martinez, 2017).

1.2. Formulación del Problema

Con lo antes expuesto se ha planteado la siguiente pregunta: ¿Existe la intención y competencias emprendedoras en los estudiantes de las carreras de Turismo de las instituciones de educación superior en el cantón Pastaza?

1.3. Justificación

El turismo es uno de los sectores económicos pioneros a nivel mundial, teniendo en cuenta el estudio de análisis emprendedor del sector turístico, donde el elemento esencial para crear empresas en un sector específico es tener buenas políticas emprendedoras (Ministerio de Turismo, 2018).

La calidad de la oferta turística, se llega a definir la aportación económica al turismo, por lo cual los países en desarrollo pueden beneficiarse a través del turismo sostenible ya que según el pronóstico esperado para el 2030, es la incrementación de 1800 millones de turistas internacionales a nivel mundial, (Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, 2016).

Según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Banco De Desarrollo De América Latina OCDE/CEPAL/CAF, (2016) indican que el 19% de los jóvenes en Latinoamérica se encuentran en un empleo informal, en tanto que el 20% ni estudia ni trabaja. Tomando en cuenta estos datos, el emprendimiento tiene un fundamento primordial en el desarrollo del autoempleo, reuniendo la creatividad, las motivaciones y las capacidades de los jóvenes profesionales, pasarán de ser auto empleados a emprendedores y con esto generan actividades productivas de mayor valor, producirán más, generarán ganancias, empleo y esto dinamizaría la economía del país.

Ecuador al tener el crecimiento más importante en Latinoamérica respecto a emprendimientos lo ubica en los primeros lugares respecto a otros países, posteriormente la creación de empleo muchos no logran quedarse en el mercado, esto por diferentes circunstancias sean estas económicas entre otras, lo que haría que en los próximos años no se generen plazas de trabajo y limitaría la atracción de clientes, comparándolos con Chile y Colombia que poseen una alta demanda (Izquierdo, R., 2018).

En la Amazonia ecuatoriana, la Provincia de Pastaza cuenta con establecimientos registrados, que son un total de 259 hasta el 2018 según el Ministerio de Turismo, indicando que en la actividad turística de alimentos y bebidas existen un total de 168 establecimiento esto sobre el 100% de establecimiento que da un valor del 64,86% siendo el mayor crecimiento, en Alojamiento hay 71 que comprende al 27,41% ubicándose en el segundo lugar, en intermediación (operadoras de turismo) hay 11 da un valor de 4,25% así se ubica en el tercer lugar, en recreación con 8 da un total de 3,09% ubicándose en el cuarto lugar, y los centros de turismo comunitario con un valor de 1 que corresponde al 0,39% ubicándose en el quinto lugar con estos porcentajes, se puede decir que el mayor número de emprendimientos generados en la Provincia de Pastaza en donde los ciudadanos mayormente emprende es en el área de alimentos y bebidas con un 64,86% aportando así a la generación de empleos.

El propósito del presente trabajo de investigación fue analizar y evaluarla la intención y competencias emprendedoras de los estudiantes de las carreras de Turismo de las Instituciones de Educación Superior de la provincia de Pastaza, cantón Pastaza, con el fin de facilitar información veraz para impulsar las cátedras de emprendimiento de docentes hacia los estudiantes y estos a la vez creen sus propios emprendimientos y creen plazas de trabajo en el sector turístico de Pastaza, por el motivo que la provincia de Pastaza tiene

potencial en el desarrollo turístico, a esto debemos agregar que los futuros profesionales en turismo mediante sus actividades e intenciones emprendedoras pueden ayudar al crecimiento empresarial y a dinamizar la economía del sector MINTUR, (2018).

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

- Analizar la intención y competencias emprendedoras de los estudiantes de las carreras de turismo de las instituciones de educación superior del cantón Pastaza.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Determinar los datos demográficos de los estudiantes de las carreras de turismo de las instituciones de educación superior del cantón Pastaza.
- Evaluar la intención de emprendimiento de los estudiantes de las carreras de turismo de las instituciones de educación superior del cantón Pastaza.
- Analizar las competencias emprendedoras mediante la autoeficacia emprendedora de los estudiantes de las carreras de turismo de las instituciones de educación superior del cantón Pastaza.

CAPITULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes

Según los estudios realizados en el año 2017 por el (Global Entrepreneurship Monitor, 2017), (GEM) en Ecuador se evidencia la intención emprendedora como un reflejo de la conformación de emprendimientos ejecutados para la constante activación de la economía del país, La economía ecuatoriana creció 0,6% en el primer trimestre de 2019 . Por lo cual Ecuador sigue manteniéndose como el país pionero en emprendimientos por 6 años consecutivos desde el 2013, con emprendedores en promedio de 36 años de edad y 3 millones de negocios con menos de 42 meses puestos en marcha desde el 2017. Quienes apuestan por la creación de negocios han afrontado inconvenientes que de apoco los superan (constancia, situaciones financieras, leyes gubernamentales, etc.).

La educación superior se ha convertido en un factor positivo que contribuye al inicio de la actividad emprendedora, para quienes ven como una oportunidad de trabajo autónomo y de constante crecimiento ante dificultades laborales presentadas en el país la educación continua, capacitaciones y actualización de conocimientos ayudan a desarrollar competencias emprendedoras las cuales apoyan a la capacidad para emprender y mantener los negocios en el tiempo (Osorio & Londoño, 2015).

El sector turístico no se exime de emprendimientos para el aporte económico del país, según la rendición de cuentas del MINTUR (2018) manifiesta que el turismo es el tercer rubro económico no petrolero más fuerte del PIB (Producto Interno Bruto) aportando un 5.51% en 2018. Por lo cual el Ministerio de Turismo en Ecuador incentiva y apuesta por el emprendimiento creando así “Emprende Turismo” con su segunda edición en 2019 donde ya existen más de 672 ideas de negocios turísticos postulantes para este concurso donde su objetivo es identificar, fomentar y fortalecer el emprendimiento turístico con valor agregado y la constante innovación en sus negocios (Lasio et al., 2018).

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Emprendimiento Turístico

El emprendimiento es un factor social, en el cual intervienen personas las cuales por diferentes factores quieren ser sus propios jefes y plasmar una idea del cual puedan percibir ingresos económicos y a la vez generar empleo, las instituciones bancarias y el estado por sus leyes y reglamentos, de ahí es donde el emprendedor comienza a ser un agente de cambio e innovación y comienza a formar parte del desarrollo del país(Azcué Cruz, & Varisco, 2018). En parte de América Latina y el Caribe el emprendimiento es de vital importancia que ha ido tomando fuerza en los últimos 10 años debido a necesidades y oportunidades que se presentan en el día a día incrementando nuevos emprendimientos tal es el caso del sector turístico el cual ha ayudado al desarrollo local y a la contribución de la economía de los diferentes países (Lasio et al., 2018).

A nivel mundial cada diez clases de trabajo pertenecen al sector turístico y en Ecuador según el catastro 2018 se ha registrado 134,744 empleos en establecimientos turísticos en su mayoría en el sector privado. En este sentido, el turismo ecuatoriano ha experimentado un crecimiento récord, al registrar ingresos económicos estimados de 1.332,3 millones de dólares, según los datos obtenidos de la Balanza de Pagos del Banco Central del Ecuador MINTUR (2018).

2.2.2. Emprendedor.

El emprendedor debe tener en cuenta que el hecho de crear cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento y el que lo llega a plasmarlo es un emprendedor. La persona emprendedora debe desarrollar actitudes de persistencia, darles frente a los problemas, poder de convencimiento, constante innovación y mantener en el tiempo su emprendimiento esto a más de conocimientos que permanezcan en constante actualización. El emprendimiento es la actitud y aptitud de una persona que va a emprender en nuevos proyectos, este se encuentra un paso más adelante que otras personas por el mismo hecho de querer superarse y tener más logros personales, ya que toma sus propios riesgos al invertir en un negocio innovador del cual se espera cause inestabilidad en el mercado por el hecho de dinamizar la economía en el lugar que se encuentra. Los emprendedores buscan ponerse en contacto con personas claves quienes puedan ayudar en el avance y éxito de su emprendimiento (E. Leite, 2015).

Dentro de las características que identifican a los emprendedores se pueden considerar: la capacidad de organizar, ser entusiasta, innovador, optimista, dinámico, estar dispuesto a asumir riesgos, creativo y con orientación al crecimiento.

A decir de Vega (2015) indica que, La educación para el emprendimiento en el sistema educativo español realizan un estudio de la intención emprendedora en estudiantes de nivel medio superior, encontrando que los estudiantes llegan a valorar positiva o negativamente el crear una empresa, el ser emprendedor requiere mucho de la actitud personal esto y otros aspectos influyen para que la idea del negocio se plasme.

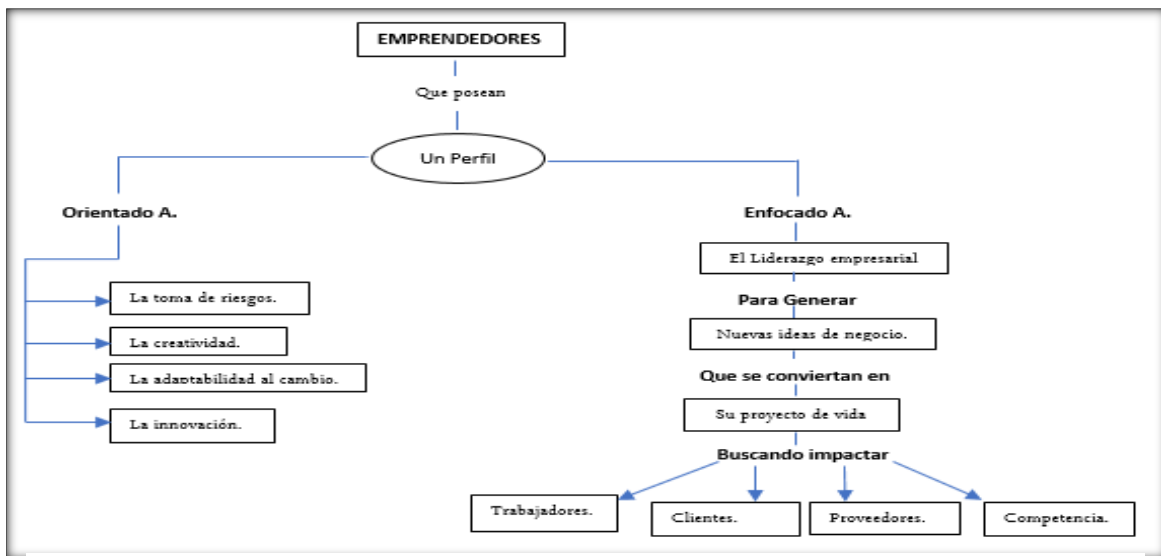


Figura 1. Emprendedor

Elaborado por: Elaboración propia

La presente figura propuesta pretende generar un concepto sobre el emprendedor, cuyo perfil se caracteriza por asumir riesgos y ser creativo e innovador entre otros aspectos, en donde el ejercer un liderazgo empresarial a través de la creación de ideas y de negocios definirá su proyecto de vida y a su vez la de los empleados, clientes proveedores y la competencia.

Para entender la figura se procederá a dar los conceptos de una forma concisa de cada uno de ellos:

2.2.3. Adaptabilidad al cambio: Hace referencia a como el emprendedor se enfrenta a las condiciones externas ya sea por su versatilidad, esto ya que las personas que poseen esa habilidad son porque se adaptan y aceptan los cambios y este responde con

flexibilidad al cambio y adapta a las circunstancias cambiantes y su visión es en su mayoría flexible.

2.2.4. Cliente: Es la persona, empresa etc. la cual adquiere de forma voluntaria un servicio o producto, para otra persona u organización por lo cual, el motivo principal por el que se crean, produce, fabrican y comercializan productos y servicios.

2.2.5. Competencia: En el contexto en negocios es el intercambio de bienes y servicios en donde el consumidor puede elegir entre varios rivales, esto lleva a las empresas a que oferten el bien o servicio similar donde compiten por obtener la preferencia de los clientes.

2.2.6. Creatividad: Es como el individuo se imagina la idea que desea plasmarla de acuerdo a un estudio previo dándole un enfoque distinto al de la competencia.

2.2.7. Emprendedor: Es la persona con la voluntad y actitud para realizar algo, este sabe interpretar el entorno, es capaz de asumir riesgos y no teme al fracaso, este siempre está buscando el cambio y lo toma como una oportunidad y promueve sus actividades para satisfacer la demanda de la sociedad.

2.2.8. Innovación: Es cuando alguien innova, con la intención que este sea útil, para el incremento de la productividad, a la vez es una condición esencial en su aplicación a nivel comercial.

2.2.9. Liderazgo empresarial: Se asume como liderazgo a la persona o gerente de una empresa el cual influye sobre las personas para que estas se esfuercen voluntariamente al logro de objetivos para la empresa y a su vez sean partícipes de nuevas ideas.

2.2.10 Perfil: Es lo que describe a una persona ésta la hace diferente a la de otras personas.

2.2.11. Proyecto de vida: Es como una persona se traza un plan de vida para su existencia, la realización personal. El proyecto de vida responde a las siguientes preguntas: ¿Quién soy?, ¿Dónde estoy? y ¿Para dónde voy?

2.2.12. Tomar Riesgos: Es la probabilidad en donde se introduce un evento y sus consecuencias, lo que lo compone son la amenaza y la vulnerabilidad. A esto se añade que el emprendedor es el que asume riesgos controlados y razonables.

2.2.13. Trabajador: Es toda persona que ejerce algún tipo de trabajo o actividad remunerada, ya que a partir del trabajo y del desempeño y de la actividad definida es que puede subsistir si no también sentirse útil, y desarrollar habilidades de cada uno.

2.2.14. Proveedor: Es la persona jurídica natural la cual abastece de suministros, insumos y servicios necesarios para diferentes actividades en la empresa.

2.2.15. ¿El Emprendedor Nace o se hace?

Según estudios involucrados en el tema el emprendedor se va formando con el pasar del tiempo, con esto recopila experiencia día a día a su vez ve de mejor forma y concisa hacia dónde quiere llegar teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades para cumplir sus objetivos que se ha propuesto emprender (Delgado & Nuñez, 2017).

2.2.16. Ventajas del Emprendedor.

- Independencia económica, tiempo para la familia.
- Proyectarse objetivos y logros.
- Disfrutar de objetivos obtenidos.
- Generar propios ingresos.
- Desarrollar un crecimiento personal de acuerdo a las necesidades o metas trazadas.

2.2.17. Desventajas del Emprendedor.

- Los riesgos e irresponsabilidades recaen sobre el emprendedor.
- El riesgo de fracasar en el proyecto ya que esta no sea la adecuada.
- Los ingresos económicos podrían variar de un mes a otro.

2.3. Intención emprendedora.

La intención emprendedora es de mucha importancia para la predicción de la conducta, ya que la decisión de ser emprendedor puede considerarse voluntaria y consiente. En este contexto, el proceso de tomar una decisión de hacer una carrera emprendedora, puede ser considerada como una planificación con la cual se relacionaría con la intención y la acción es así que la intención emprendedora ha sido estudiada mediante varios modelos de intención, los cuales ofrece un amplio proceso de ser emprendedor, los modelos más utilizados en emprendimiento son: la Teoría de Comportamiento Planificado (TCP) y el

Social del Evento Emprendedor (SEE). La razón con la que se justifican los dos modelos mencionados es su uso reiterado de la capacidad que tienen para ser aplicados, (Osorio & Londoño, 2015). Un estudio de los indicadores en la Educación Emprendedora de Latinoamérica, en concreto indica que los países de Argentina, Ecuador, México, Panamá, Perú y Uruguay, destaca claramente que el nivel de educación emprendedora en estos países es un buen predictor de su tasa de actividad emprendedora, indicando así la importancia que la educación emprendedora tiene para el desarrollo emprendedor de los países implicados.

Las competencias emprendedoras principalmente dependen tanto del conocimiento adquirido y de la experiencia estas adquiridas en distintas situaciones, las competencias se pueden adquirir a través de capacitaciones estas sean formales o informales, de experiencias personales o por fracasos adquiridos, pero las competencias empresariales más profundas provienen de conducir empresas propias (García, 2017).

Las competencias más importantes a desarrollar son: conciencia de las debilidades y fortalezas en el ámbito empresarial; capacidad de buscar y ver ideas donde otros no las ven; capacidad de combinar los recursos humanos y materiales con nuevas oportunidades o articular estrategias; capacidad para poner en orden a personas y dinero con miras a un objetivo, (García, 2017).

2.4. Competencias emprendedoras

La competencia emprendedora se enfatiza en la capacidad de movilizar adecuadamente el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes necesarias para tener cierto nivel de eficacia y calidad para crear una empresa. En la actualidad en los centros de educación superior no se establece como un elemento primordial en la pedagogía el fomento de competencias emprendedoras donde los futuros profesionales se inclinan a ser personas emprendedoras, quienes lideren el desarrollo social, por lo cual se ve como un reto el poder impartir la educación emprendedora y convertirlo en un elemento primordial para quienes se están educando. Se considera necesario que las universidades como agentes formadores y transformadores de conocimiento impliquen a los estudiantes a ser partícipes de procesos de competencias emprendedoras para conocer los beneficios y limitaciones de ser emprendedores (Sáenz Bilbao & López Vélez, 2015).

La educación en esta área, a partir de su enfoque hacia el desarrollo y la productividad, se perfila como una alternativa para mejorar las condiciones económicas de los países,

asunto de suma relevancia desde la óptica de diversas organizaciones internacionales. Un ejemplo es el de los puntos sugeridos por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, 2017), en el campo de la educación en el postconflicto, que para reducir las tasas de deserción escolar, la enseñanza y el aprendizaje deberían reorientarse a conocimientos esenciales y aplicaciones reales, y una guía más precisa debería ser impartida a estudiantes, docentes y escuelas sobre qué conocimientos, competencias y habilidades y valores se precisan en el mercado laboral.

Bolívar et al., (2018), menciona que los cambios a nivel mundial deben ser tomados muy en cuenta por las universidades ya que el fenómeno del emprendimiento es el motor de desarrollo económico y esto conlleva al cambio social en este sentido se debe estimular el compromiso con el entorno mediante la interacción con los agentes que crean alternativas de desarrollo para la región y el país, por tal razón las instituciones de nivel superior deben garantizar una formación de profesionales emprendedores.

García (2015), menciona que los estudiantes universitarios no solo se centran en emprender un negocio si no en la construcción de uno que sea sustentable en el tiempo y que este sea generador de empleo incluyendo a la comunidad.

Crissien (2011), el educar y formar a los alumnos a tener un espíritu emprendedor requiere de mucha responsabilidad, compromiso, esfuerzo, dedicación, perseverancia y por su puesto espíritu de trabajo.

2.5. Autoeficacia emprendedora

La autoeficacia emprendedora son competencias profesionales que la actualidad personas con altos niveles de autoeficacia tienen más intereses intrínsecos lo cual exige y urge tener en un profesional sobre todo en carreras administrativas, de servicios o productos etc., considerando este factor como clave que los establecimientos educativos deberían desarrollar en su malla académica (Chavez, 2018).

Este concepto de conducta emprendedora y basado en el desempeño laboral es la autoeficacia emprendedora desarrollado por Bandura (1977), de ahí ha tomado importancia hasta la actualidad refiriendo a las personas sobre la capacidad que tienen para desempeñar una tarea, cumplir metas y desarrollar sus objetivos.

Sondari (2014) encontró que el estudiante cree que la educación empresarial contribuye a aumentar la autoeficacia empresarial y posteriormente, aumentar su intención de autoempleo.

Existen estudios relacionados con la iniciativa empresarial en donde se ha destacado el papel de la autoeficacia, en donde dice que es la estimación cognitiva de un individuo de sus capacidades para movilizar recursos, la actividad y la motivación que se requiere para controlar los eventos en la vida, algo muy importante en la autoeficacia es la preferencia por ciertos comportamientos, en donde las personas tienden a elegir las situaciones en las que se anticipa un alto control personal y evitan situaciones en las que se anticipan bajo control, por tal razón, las personas determinan y eligen carreras de acuerdo a sus percepciones sobre sus capacidades, en cierto sentido la evaluación de la capacidad personal dirige en si a los individuos para prepararse para ocupaciones en las que se sienten eficaces, y a la vez también para evitar las ocupaciones en las que se sienten capaces (Chávez, 2019).

CAPITULO III

3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

Cantón: Pastaza.

Provincia: Pastaza.

País: Ecuador.

Zona de Planificación: 3.

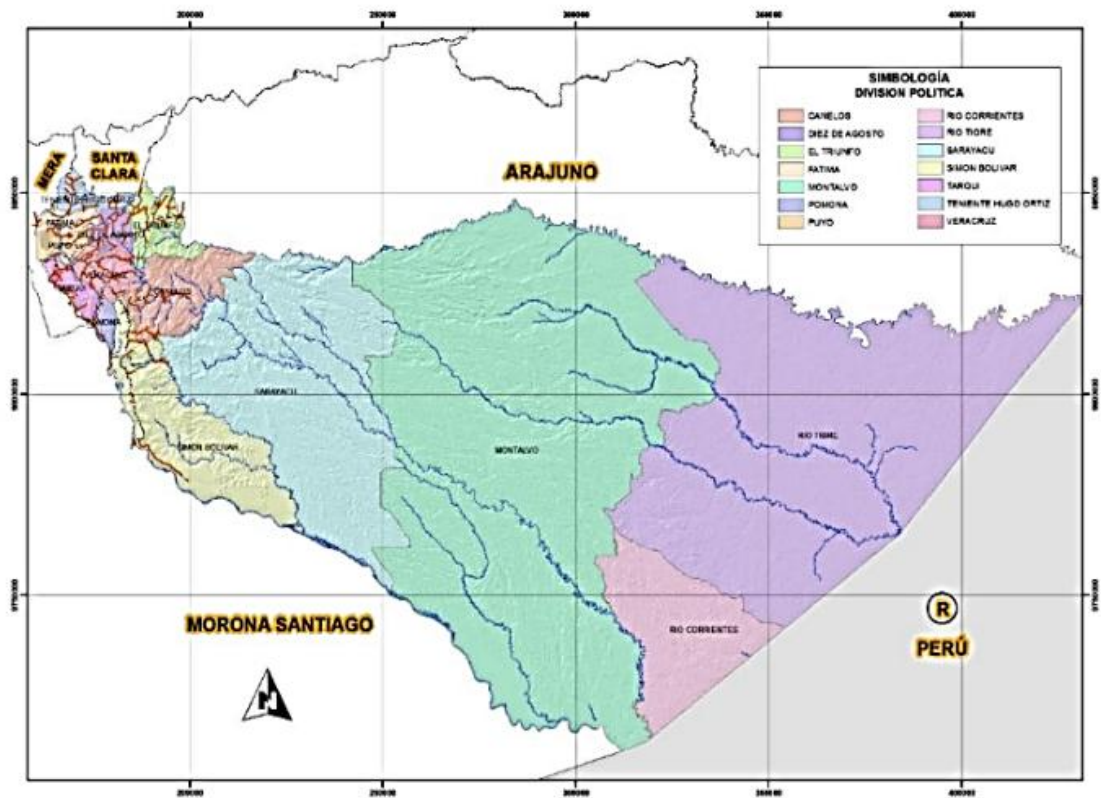


Figura 2. Mapa del cantón.

Fuente: GAD Provincial de Pastaza.

3.2. Tipo de Investigación.

El presente trabajo de investigación es de campo y documental, de campo debido a que se realizaron encuestas y entrevistas que apoyan a la investigación brindando solidez en la información recolectada y documental ya que se aplica y se apoya la investigación con documentos e investigaciones estudiadas que pueden ser aplicables en la actualidad depende el contexto permitiendo que la investigación sea amplia y concisa en sus resultados (Hernández, 2010).

3.3. Métodos de Investigación.

Las investigaciones con métodos mixtos son aquellos que recolectan y reflejan información de dos formas: mediante métodos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio de investigación, con el fin de tener una imagen más definida del fenómeno de estudio. Se relacionan de forma que las inmediaciones cuantitativas y cualitativas conserven su estructura y forma pura de los métodos mixtos. Por lo tanto, el método mixto permite rectificar la interpretación y limitaciones entre ambos, visualizar un panorama más claro y amplio que fortalece la validez de los resultados a obtener (Hamui & Sutton, 2013).

Descriptiva porque busca medir las variables que intervienen en el estudio y describe la situación actual del entorno en el cual se desarrolla la investigación; y finalmente con un horizonte transversal porque los datos fueron recolectados en un determinado periodo de tiempo, Además, Así mismo tuvieron un método de investigación cualitativo de carácter inductivo.

La investigación descriptiva se basa en la interpretación de las situaciones o el fenómeno estudiado sin necesariamente determinar causas y describirlo de la forma más concreta posible, midiendo las características observadas y tratando de tener una imagen convincente de la situación (Meneses, 2013).

Cuantitativo

La investigación cuantitativa se empleó mediante encuestas validadas por autor donde se ha tomado los instrumentos de “Intención de Emprendimiento” de Liñàn & Chen, (2009), y el instrumento de encuesta de “Autoeficacia Emprendedora” Moriano, Palaci & Morales, (2006), el instrumento de medición y recolección de datos dando respuestas a las preguntas de investigación en base a una medición numérica y el análisis estadístico

de los mismos analizando factores conductuales que influyen en las Intenciones de Emprendimiento de los estudiantes de las carreras de turismo en Pastaza (Abreu, 2015). Además, la información recolectada de las encuestas es validada, para realizar el análisis estadístico con resultados de datos de confiabilidad del Alpha de Cronbach "Intención emprendimiento" para determinar la intención emprendedora de los estudiantes, con una confiabilidad del 0,960 y el Instrumento de "Autoeficacia Emprendedora", con una confiabilidad del 0,937 para conocer las competencias emprendedoras de los estudiantes de las carreras de Turismo, basado en que 1 es la ponderación más alta de confiabilidad en una encuesta, todos estos datos se lo hizo a través del programa IBM SPSS estadistic versión 2.00.

Tamaño de la muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra, se tomó en cuenta un margen de error del 5% y una confiabilidad del 95%. Teniendo como valor de $p= 0.5$ y de $q= 0.5$. Además, consideramos una población definida ya que existe un registro exacto de alumnos que se encuentran legalmente matriculados en las tres instituciones de educación superior de las que se ha tomado en cuenta. Tenemos una muestra obtenida a través de la siguiente fórmula.

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = universo

Z = puntuacion Z

σ = desviacion estandar

e = error admisible

$$n = \frac{(632) * (1,96)^2 * (0,5)^2}{(632 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

n = 239,16

n = 239 estudiantes encuestados

A pesar de que el tamaño de la muestra que fue de 239 estudiantes se alcanzó a realizar a 300 estudiantes que cursan la carrera de Turismo en las instituciones de Educación Superior en Pastaza las cuales fueron: Universidad Estatal Amazónica (U.E.A), Instituto Tecnológico Internacional (I.T.I) y la Universidad Técnica Particular de Loja (U.T.P.L)

El tipo de muestra seleccionada ha sido probabilística, estratificados y escogiendo en forma aleatoria a estudiantes de diferentes semestres que cursan la carrera de Turismo.

El estudio resulta factible realizarlo debido a la población seleccionada, por lo cual la muestra se dividió de la siguiente forma

- Universidad Estatal Amazónica (U.E.A), 291 estudiantes encuestados, que representan elegidos de forma aleatoria.
- Instituto Tecnológico Internacional (I.T.I) se realizó las encuestas al 100% de número de estudiantes legalmente matriculados (7 estudiantes encuestados).
- Y la Universidad Técnica Particular de Loja (U.T.P.L) se realizó las encuestas al 100% de número de estudiantes legalmente matriculados (2 estudiantes encuestados).

Cualitativo

En este enfoque se utilizó la técnica de análisis de información mediante entrevistas el cual pretende la recolección de datos reales basadas en la observación de comportamientos naturales, respuestas abiertas y sin manipulación para la interpretación de su significado (Abreu, 2014).

- De tal forma se elaboró formatos de entrevistas que fue aplicado a los estudiantes de las carreras de turismo de las instituciones de educación superior del Cantón Pastaza.
- Se obtuvo la información secundaria de libros, revistas, artículos, tanto físicos como virtuales, que tengan relación directa con el tema o que aporten con la

información necesaria para desarrollar la investigación. De la misma manera se recolectará información detallada in situ de las universidades del cantón Pastaza, para analizar en que podría influir en el momento de crear un emprendimiento: como la edad, el nivel de conocimiento, la experiencia laboral, y según modelos de referencia familiar. Considerando, que Pastaza tiene un potencial económico en desarrollo específicamente por su actividad turística.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS ANALIZADOS.

Se realizó encuestas a 300 estudiantes de las carreras de Turismo de las siguientes Instituciones de Educación Superior: Universidad Estatal Amazónica (U.E.A), Instituto Tecnológico Internacional (I.T.I) y de la Universidad Técnica Partícula de Loja. Con estas encuestas se recolectó información basada en tres ámbitos, determinación de datos demográficos de cada uno de los estudiantes de la carrera de Turismo, evaluación de la intención de emprendimiento y el análisis de las competencias emprendedoras que tiene cada uno de ellos.

4.1.Resultado 1: Datos demográficos de los estudiantes de las carreras de Turismo de las instituciones de educación superior del cantón Pastaza.

A fin de determinar los datos demográficos se investigó las variables: edad, género, institución de educación superior, tipo de institución de educación superior, semestre, titulación que estudia, culminación de estudios, estudios por vocación estudios por salidas económicas, estudios por recomendaciones de familiares o amigos, experiencia laboral, puesto de trabajo, personal a cargo, experiencia profesional, número de trabajadores, auto empleado, tiempo de autoempleo y cuanto hace que dejó su trabajo, con el propósito de conocer aspectos relevantes de la población en estudio.

4.1.1 Variable 1. Edad

Tabla 1-4: Edad

En que rango de edad se encuentra	Frecuencia	Porcentaje
18 – 22	150	50%
23 – 27	141	47%
Más de 28	9	3%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: Los estudiantes de la carrera de Turismo indican que el 50% de estudiantes tienen una edad aproximada entre 18 a 22 años de edad y el otro 50% tienen una edad de más de 23 años de edad.

Interpretación: Se puede constatar que los estudiantes en su mayoría tienen menos de 27 años.

4.1.2. Variable 2. Género

Tabla 2-4: Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	105	35%
Mujer	195	65%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: Se puede evidenciar que el 35% de estudiantes encuestados son hombres y en su gran mayoría con el 65% son mujeres.

Interpretación: las mujeres son las que más han optado por seguir la carrera de Turismo.

4.1.3. Variable 3. Institución de Educación Superior

Tabla 3-4: Institución de Educación Superior.

Nombre del Centro de Educación Superior	Frecuencia	Porcentaje
I.T. I	7	2,3%
U.E. A	291	97%
U.T.P. L	2	0,7%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: El porcentaje de los estudiantes de las diferentes instituciones de Educación superior son los siguientes: Estudiantes de la Universidad Estatal Amazónica representan la mayoría de encuestados es de un 97%, el 2,3% son estudiantes del Instituto Tecnológico Superior y de la Universidad Técnica Particular de Loja el 0,7%.

Interpretación: Se puede apreciar que la Universidad Estatal Amazónica tiene mayor acogida por parte de varios jóvenes que quieren estudiar la carrera de turismo.

4.1.4. Variable 4. Tipo De Institución De Educación Superior

Tabla 4-4: Tipo de Universidad

Tipo de Institución de Educación superior	Frecuencia	Porcentaje
Pública	291	97%
Privada	9	3%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: El tipo de Institución Educativa son Públicas y Privadas de las cuales los encuestados son de instituciones públicas son en un 97% (UEA) y el 3% de instituciones Privadas (ITI – UTPL).

Interpretación: El mayor número de estudiantes encuestados se encuentran en una institución superior pública.

4.1.5. Variable 5. Semestre

Tabla 5-4. Semestre

Semestre	Frecuencia	Porcentaje
Primero	3	1%
Segundo	18	6%
Tercero	14	4,7%
Cuarto	9	3%
Quinto	35	11,7%
Sexto	56	18,7%
Séptimo	22	7,3%
Octavo	40	13,3%
Noveno	102	34%
Decimo	1	0,3%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: Se realizó la encuesta a estudiantes de la carrera de Turismo de primero a décimo semestre aleatoriamente, donde podemos analizar que de primero a sexto semestre hay un porcentaje de estudiante encuestados del 44,4 % y de séptimo a décimo el otro porcentaje con el 55,6%.

Interpretación: El mayor número de estudiantes encuestados se encuentran de séptimo a decimo semestre.

4.1.6. Variable 6. Titulación Que Estudia.

Tabla 6-4 Titulación

¿Qué titulación está estudiando?	Frecuencia	Porcentaje
Ing. en Turismo	99	33%
Lic. En Turismo	194	64,7%
Tlgo. Turismo	7	2,3%

Elaborado por los autores.

Análisis: Con un 64,7% estudian Licenciatura en Turismo, el 33% estudian Ingeniería en turismo y un 2,3% estudian Tecnología en Turismo.

Interpretación: Se evidencia que el mayor número de estudiantes estudian Licenciatura en Turismo.

4.1.7. Variable 7. Culminación De Estudios.

Tabla 7-4. Tiempo de culminación de estudios.

¿Cuándo prevé que los terminará?	Frecuencia	Porcentaje
El próximo año (2020)	144	48%
Más tarde (1 – 2 años)	121	40,3%
Más tarde (3 – 5 años)	35	11,7%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: En el 2020 prevén culminar sus estudios superiores el 48% de estudiantes, el 40,3% prevén terminar sus estudios en los próximos 2 años el 11% finalizarán sus estudios de 3 a 5 años.

Interpretación: la mayoría de estudiantes profesionales culminaran su carrera profesional en Turismo este 2020.

4.1.8. Variable 8. Estudios Por Vocación

Tabla 8-4. Estudios por vocación.

Por vocación	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	22	7,3%
De poca importancia	10	3,3%
Neutral	14	4,7%
Algo importante	28	9,3%
Moderadamente importante	67	22,3%
Importante	79	26,3%
Muy importante	80	26,7%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: En los estudiantes que siguen la carrera de Turismo el 7,3% no es nada importante seguir la carrera por vocación y el 3,3% es de poca importancia. El 4,7% le parece neutral esta variable, para el resto de estudiantes les parece algo importante con el 9,3%, moderadamente importante con un 22,3%, además consideran importante los estudios por vocación el 26,3% y muy importante el 26,7%. Es decir, un 84,6% le toma importancia el seguir la carrera de Turismo por vocación.

Interpretación: Para la mayoría de estudiantes el seguir la carrera de Turismo es de mucha importancia para su vida profesional.

4.1.9. Variable 9. Estudios Por Salidas Económicas.

Tabla 9-4. Educación sus salidas económicas.

Por sus salidas	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	40	13,3%
Poco importante	9	3%
Neutral	21	7%
Algo importante	47	15,7%
Moderadamente importante	61	20,3%
Importante	78	26%
Muy importante	44	14,7%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: Las salidas es otra variable importante que tomar en cuenta para poder analizar el poder estudiar la carrera de Turismo por lo cual a un 13,3% les parece nada importante, al 3,0% poco importante, el 7,0% se mantiene neutral. Para el 15,7% consideran que es

algo importante, el 20,3% moderadamente importante, al 26% les resulta importante y al 14,7% muy importante.

Interpretación: Para la mayoría de estudiantes el factor económico es importante para poder solventar sus gastos que conlleva estudiar la carrera de Turismo.

4.1.10 . Variable 10. Estudios Por Recomendaciones De Familiares o Amigos

Tabla 10-4: Por recomendaciones de familiares o amigos

Por recomendaciones de familiares o amigos	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	80	26,7%
Poco importante	27	9%
Neutral	37	12,3%
Algo importante	51	17%
Moderadamente importante	43	14,3%
Importante	39	13%
Muy importante	22	7,3%
12	1	0,3%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: Los estudiantes encuestados manifestaron, que tanto influyó la recomendación de familiares y amigos en la elección de estudiar la carrera de Turismo dando como resultado los siguiente: Nada importante un 26,7%, poco importante un 9%, se mantienen en una posición neutral un 12,3%, algo importante 17%, moderadamente importante 13%, importante 13% y muy importante el 7,3%.

Interpretación: Para la mayoría de estudiantes el recibir una recomendación de que seguir en la universidad es de nada importante.

4.1.11. Variable 11. Experiencia Laboral.

Tabla 11-4: Tiene alguna experiencia laboral.

Tiene alguna experiencia laboral	Frecuencia	Porcentaje
SI	154	51,3%
NO	146	48,7%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: En los estudiantes encuestados se puede verificar que positivamente el 51,3% quienes son más de la mitad de estudiantes ya han tenido algún tipo de experiencia laboral y el 48,7% no han tenido experiencia laboral y se están preparando para la vida profesional.

Interpretación: La mayor parte de estudiantes de la carrera de Turismo ya cuentan con experiencia laboral.

4.1.12. Variable 12. Puesto De Trabajo.

Tabla 12-4: Puesto de trabajo.

EN QUÉ PUESTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguno	147	49,00%
Administrador/a	8	2,60%
Agente de Ventas	1	0,30%
Agricultor	1	0,30%
Albañil	1	0,30%
Animador Turístico	1	0,30%
Asesor Político	1	0,30%
Asistente	3	1,0%
Atención al cliente	16	5,20%
Auxiliar de cocina	2	0,70%
Ayudante de Cayoning	1	0,30%
Ayudante de cocina	2	0,70%
Bartender	5	1,70%
Cajero/a	4	1,30%
Camarería	1	0,30%
Camarero	1	0,30%
Chofer	3	1,00%
Comerciante	2	0,70%
Depósito de madera	1	0,30%
Dj	1	0,30%
Entrenador	1	0,30%
Estibador	1	0,30%
Floristería	1	0,30%
Guía	13	4.3%
Hotelería	1	0,30%
Jefe de campo	1	0,30%

Lavandería	1	0,30%
Marketing	1	0,30%
Maquilladora	2	0,70%
Mesero/a	30	10,7%
Niñera	3	1,00%
Oficial	1	0,30%
Panadero	1	0,30%
Piloto	1	0,30%
Poli funcional	3	1,00%
Profesor/a	3	1,00%
Promotor	1	0,30%
Recepcionista	8	2,60%
Reportero	1	0,30%
Secretaria/o	7	2,30%
Seguridad	1	0,30%
Servicio al cliente	3	1,00%
Servicios varios	1	0,30%
Servidor Público	2	0,70%
SPA	2	0,70%
Taxista	1	0,30%
Técnico	1	0,30%
Ventas	7	2,30%
Total	300	100,00%

Elaborado por los autores.

Análisis: Los puestos de trabajos expuestos son varios que no específicamente son afines a la carrera de estudios, entre ellos los encuestados hacen referencia que han tenido experiencia laboral en las siguientes áreas: con un 0,3% en cada puesto, han laborado como agentes de venta, agricultor, albañil, animador turístico, asesor político, ayudante de cayonig, camarero, depósito de madera, DJ , entrenador, estibador, floristería, hotelería, jefe de campo, lavandería, marketing, oficial, panadero, piloto, promotor, servicios varios, técnico, taxista.

El 0,7% se ha desempeñado como Auxiliar de cocina, comerciante, maquilladora, servidor público, SPA, y Asistentes en varias ramas.

El 1% han laborado como poli funcional, profesor y en servicio al cliente. El 2.3% siendo secretario, el 2.6% administrador y recepcionista, el 4.3% guía el 5.2% atención al cliente y el 9.9% como meseros. El otro 49% son las personas que no han tenido experiencia laboral hasta la actualidad.

Interpretación: Cabe recalcar que en el espacio laboral con más frecuencia en el que se han desempeñado los estudiantes es como meseros, guías y atención al cliente.

4.1.13. Variable 13. Personal a Cargo.

Tabla 13-4: Personal a cargo.

Ha tenido personas a su cargo.	Frecuencia	Porcentaje
SI	53	17,7%
NO	247	82,3%
Total	300	100%

Elaborado por los autores.

Análisis: De los estudiantes que han tenido la oportunidad de trabajar, se les preguntó si han tenido personas a cargo con un bajo índice el 17,7% han mencionado que "SI" han tenido la oportunidad de tener personas a su cargo y el 82,2% mencionaron que no han tenido personas a su cargo.

Interpretación: De los estudiantes encuestados la mayoría no ha tenido personal a su cargo en el momento de ser contratados para un trabajo.

4.1.14. Variable 14 Experiencia Profesional.

Tabla 14-4: Experiencia profesional.

Tiempo de experiencia profesional	Frecuencia	Porcentaje
Sin experiencia	167	55,70%
Menor a 1 año	11	3,60%
De 1 año – 3 años	102	34,1%
De 4 años – 6 años	17	5,70%
Más de 7 años	3	0,90%
Total	300	100,00%

Elaborado por los autores.

Análisis: La experiencia laboral que han tenido nuestros encuestados es la siguiente: Personas sin experiencia laboral es de un 55,7%, persona con experiencia menor a un año el 3,6% experiencia de 1 a 3 años con un 34,1% el cual representa la frecuencia más alta, de 4 a 6 años un 5,7% y más de 7 años el 0,9%.

Interpretación: Se puede decir que la mitad de estudiantes si tienen experiencia laboral, mientras que la otra al no contar con experiencia se está formando para la vida profesional.

4.1.15. Variable 15. Número De Trabajadores.

Tabla 15-4: Número de trabajadores.

Número de trabajadores, de la empresa en la que ha trabajado.	Frecuencia	Porcentaje
0	159	53%
1–10 trabajadores	109	36,33%
11–25trabajadores	18	6%
26- 50 trabajadores	7	2,33%
51-100 trabajadores	3	1,00%
Más de 100	4	1,34%
Total	300	100,00%

Elaborado por los autores.

Análisis: Las personas que han tenido un trabajo manifestaron que en sus lugares de trabajo existe los siguientes números de trabajadores: De 1 a 10 trabajadores el 53%, de 11 a 25 trabajadores el 6%, de 26 a 50 trabajadores el 2,33% de 51 a 100 trabajadores el 1% y más de 100 trabajadores el 1,34 %. Destacando que el 36% ha tenido más frecuencia en trabajos con menos de 10 trabajadores, el 53% es la representación de las personas que no han laborado en alguna empresa.

Interpretación: las personas que han tenido experiencia laboral la mayoría ha estado en microempresas y el número de empleados va de 1 a 10 personas.

4.1.16. Variable 16. Auto empleado.

Tabla 16-4: Ha estado alguna vez auto empleado.

Ha estado alguna vez auto empleado	Frecuencia	Porcentaje
SI	47	15,70%
NO	255	84,40%
Total	300	100,00%

Elaborado por los autores.

Análisis: Auto empleado respondieron "NO" 84.4% y "SI" tan solo el 15,7% son auto empleados.

Interpretación: A los estudiantes se les ha preguntado si alguna vez ha sido auto empleado a lo que respondieron en su gran mayoría que "NO" ya sea porque han trabajado en alguna empresa que no es suya.

4.1.17 Variable 17. Tiempo De Auto Empleo.

Tabla 17-4: En caso afirmativo cuanto tiempo.

En caso afirmativo, cuanto tiempo	Frecuencia	Porcentaje
0	252	84,00%
De 1 año a 3 años	35	11,70%
De 4 años a 6 años	7	2,30%
Más de 7 años	6	2,00%
Total	300	100,00%

Elaborado por los autores.

Análisis: De las personas que han sido auto empleados el 11,7% menciona que lo ha sido por un periodo de tiempo de 1 a 3 años, el 2,3% ha sido auto empleado de 4 a 6 años y el 2,0% más de 7 años siendo auto empleado. Como es evidente el 84% de personas no han sido autos empleados.

Interpretación: Se puede decir que las personas encuestadas y han tenido su propio empleo han logrado mantenerse por un lapso de uno a tres años como auto empleados.

4.1.18. Variable 18. Cuanto Hace Que Dejo Su Trabajo.

Tabla 18-4: ¿Cuánto hace que lo dejó?

¿Cuánto hace que lo dejó?	Frecuencia	Porcentaje
0	271	90,30%
1 año	10	3,30%
2 años	6	2,00%
3 años	3	1,00%
4 años	4	1,30%
5 años	5	1,60%
8 años	1	0,30%
Total	300	100,00%

Elaborado por los autores.

Análisis e Interpretación: Las personas que aún no han dejado su trabajo son el 90,3% y el 9,7% refleja que ya han abandonado su trabajo en un periodo de tiempo de 1 a 8 años.

Discusión

Dentro de los resultados demográficos recolectados podemos notar que el rango de edad en que se encuentran los estudiantes de la carrera de Turismo es de 18 a 27 años en su mayoría, de los cuales el 65% son mujeres. Los estudiantes han optado por estudiar en una institución pública como es la U.E.A, quienes en su mayoría están cursando los semestres superiores para obtener su Ingeniería, Licenciatura o su tecnología respectivamente. Además, nos podemos dar cuenta que un alto índice estudia la carrera de Turismo por vacación y para su toma de decisión en sus estudios las salidas económicas son importantes.

Los estudiantes de la carrera de Turismo aproximadamente el 50% han tenido experiencia laboral, alrededor de 1 a 3 años la mayoría de ellos como meseros, guías y en el área de atención al cliente, dentro de microempresas no obstante en su lugar de trabajo no han tenido la oportunidad de tener personal a cargo. Aunque un 15% a experimentado ser auto empleado por un periodo de uno a tres años.

4.2. RESULTADO 2: Evaluación de la Intención de Emprendimiento de los estudiantes de las carreras de turismo de las instituciones de educación superior en la provincia de Pastaza.

Bajo el instrumento de intención emprendedora se determinó si existe la intención positiva o negativa de los estudiantes para emprender conociendo así si el emprendimiento lo aprecian como una oportunidad de desarrollo personal y profesional aportando al entorno social y al impulso turístico.

4.2.1 Dimensiones

Tabla 19-4: Instrumento intención emprendedora

DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA	
DIMENSIONES	PREGUNTAS INVOLUCRADAS
Intención firme en emprender.	1, 2, 3, 4, 5.

Elaborado por los autores.

Se realizó el análisis del instrumento de intención de emprendimiento bajo la escala de Likert bajo el criterio de muy desfavorable, desfavorable, favorable y muy favorable con las siguientes preguntas: 1. ¿Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día?;

2. ¿Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a?; 3. ¿Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegare a crear una empresa?; 4. ¿Estoy decidido/a crear una empresa en el futuro?; 5. ¿Mi objetivo profesional es ser empresario?; 6. ¿Tengo la firme intención de comenzar una empresa algún día?

4.2.1.1. Dimensión Intención Firme En Emprender.

Tabla 20-4: Intención firme de emprender

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	MUY FAVORABLE	290	96,7%
	No Contestan	10	3,3%
Total		300	100,0%

Elaborado por los autores.

Análisis e Interpretación: Según el análisis de la dimensión de "Intención Firme en Emprender" basados en la escala de Likert los datos reflejan que el 96,7% tienen la intención de emprender en un futuro.

Discusión

Según los resultados podemos notar que los estudiantes de las carreras de Turismo al finalizar sus estudios, estarían dispuestos a comenzar un emprendimiento esforzándose y tomando riesgos para convertirse en empresarios.

Sin embargo la intención de emprendimiento se basa en las habilidades, creencias y capacidades de los estudiantes influyendo así, como un primer paso para involucrarse en el mundo laboral siendo emprendedores, realmente esta decisión es oportuna decir que no se lo aplica por tan solo estímulos empíricos de universidades de España por Ubierna en el 2015 considera que la formación académica incrementa el deseo hacia ser empresarios sin dependencia de un jefe superior, es así que autores de recientes investigaciones afirman que el efecto en personas que no han tenido contacto directo con emprendimientos sean familiares o de amigos los resultados resultan más positivos ya que ven las posibilidades que existen de empezar como micro empresas y llegar a ser una gran empresa.

4.3. RESULTADO 3: Análisis De Competencias Emprendedoras mediante la autoeficacia emprendedora de los estudiantes de las carreras de turismo de las instituciones de educación superior en la provincia de Pastaza.

4.3.1 Dimensión Para Determinar Las Competencias Emprendedoras.

Tabla 21-4: Instrumento autoeficacia emprendedora

DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA	
DIMENSIONES	PREGUNTAS INVOLUCRADAS
Desarrollar los recursos humanos claves	1, 4, 9.
Iniciar relaciones con inversores	2, 7, 13.
Descubrir nuevos productos y oportunidades de mercado	3, 6, 8, 12, 16, 17, 19.
Definir el objetivo central del negocio	5, 10, 23.
Afrontar cambios inesperados	11, 15, 20.
Construir un entorno innovador	14, 18, 21, 22.

Elaborado por los autores.

Las dimensiones que se utilizaron para el análisis del instrumento de autoeficacia emprendedora de Moriano, Palaci & Morales fueron las siguientes:

- **Desarrollar los recursos humanos claves:** Para esta dimensión se tomó las preguntas, 1. Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto; 4. Reclutar y entrenar a los empleados clave; 9. Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa.
- **Iniciar relaciones con inversores:** Donde se tomó las preguntas 2. Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores; 7. Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital; 13. Identificar recursos potenciales de financiación.
- **Descubrir nuevos productos y oportunidades de mercado:** Utilizando las preguntas 3. Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios; 6. Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes; 8. Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial; 12. Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes; 16. Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes; 17. Formular unas acciones rápidas para perseguir las oportunidades; 19. Usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera.

- **Definir el objetivo central del negocio:** Se realizó el análisis con las siguientes preguntas 5. Establecer la visión y valores de la organización; 10. Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía²³. Formar asociaciones o alianzas con otros.
- **Afrontar cambios inesperados:** Las preguntas que se tomaron son 11. Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio; 15. Persistir frente a la adversidad; 20. Determinar si el negocio va bien.
- **Construir un entorno innovador:** Analizadas con las preguntas 14. Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe; 18. Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas; 21. Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados; 22. Identificar y construir equipos de gestión.

4.3.1.1. Dimensión 1: Desarrollo De Recursos Humanos Clave

Tabla 22-4: Desarrollar recursos humanos claves.

	Frecuencia	Porcentaje
DESFAVORABLE	1	0,3%
FAVORABLE	1	0,3%
MUY FAVORABLE	285	95,0%
Total	287	95,7%
No contesta	13	4,3%
Total	300	100,0%

Elaborado por los autores.

Análisis e Interpretación: En el siguiente análisis de la actual dimensión los estudiantes se encuentran en una posición muy favorable con un 95% de poder desarrollar recursos humanos claves para el fortalecimiento de la empresa.

4.3.1.2. Dimensión 2: Iniciar Relaciones Con Inversores.

Tabla 23-4: Iniciar relaciones con inversores.

	Frecuencia	Porcentaje
DESFAVORABLE	1	0,3%
MUY FAVORABLE	276	92,0%
Total	277	92,3%
No Contesta	23	7,75%

Total	300	100,0%
--------------	-----	--------

Elaborado por los autores.

Análisis: Las relaciones con inversores son estrategias para poder llegar a fortalecer negocios nuevos o que ya están un tiempo en el mercado por lo que vendrían a ser factores positivos a la hora de poner en marcha cualquier tipo de emprendimiento de tal forma que tomando en cuenta esta situación el 92%

Interpretación: De los estudiantes encuestados están en un estado muy favorable de poder iniciar relaciones con inversores y aprovechar diversas oportunidades.

4.3.1.3. Dimensión 3: Descubrir Productos y Oportunidades Del Mercado

Tabla 24-4: Descubrir productos del mercado

	Frecuencia	Porcentaje
MUY FAVORABLE	274	91,3%
No contestan	26	8,7%
Total	300	100,0%

Elaborado por los autores.

Análisis e Interpretación: La siguiente dimensión permite ver que el 91,3% de los estudiantes encuestados podrían descubrir productos y oportunidades del mercado para fortalecer sus emprendimientos y darles frente a sus posibles competidores.

4.3.1.4. Dimensión 4: Definir Objetivo Central Del Negocio

Tabla 25-4: Definir objetivo central del negocio.

	Frecuencia	Porcentaje
FAVORABLE	1	0,3%
MUY FAVORABLE	284	94,7%
Total	285	95,0%
No contestan	15	5,0%
Total	300	100,0%

Elaborado por los autores.

Análisis e Interpretación: Definir un objetivo central para una empresa es importante para conocer su norte, según la dimensión analizada se puede ver que de acuerdo a los estudiantes encuestados un 94,7% conseguirían definir el objetivo central del negocio.

4.3.1.5. Dimensión 5: Afrontar Cambios Inesperados

Tabla 26-4: Afrontar cambios inesperados.

	Frecuencia	Porcentaje
MUY FAVORABLE	281	93,7%
No contestan	19	6,3%
Total	300	100,0%

Elaborado por los autores.

Análisis e Interpretación: En todo momento las empresas tienen periodos difíciles que afrontar, por lo cual se hizo el análisis de la siguiente dimensión: Afrontar cambios inesperados, a lo cual el 93,7% podrían afrontar estos cambios que son cruciales y decisivos en las empresas.

4.3.1.6. Dimensión 6: Construir Un Entorno Innovador

Tabla 27-4: Construir un entorno innovador.

	Frecuencia	Porcentaje
FAVORABLE	1	0,3%
MUY FAVORABLE	284	94,7%
Total	285	95,0%
No contestan	15	5,0%
Total	300	100,0%

Elaborado por los autores.

Análisis e Interpretación: La siguiente dimensión analizada es el construir un entorno innovador el 94,7% estarían aptos para que sus negocios a futuro sean innovadores y no quedarse en la idea inicial de su negocio sino de brindar cosas nuevas y alternativas a sus futuros clientes.

Discusión

Bajo el instrumento de autoeficacia emprendedora se pudo determinar las competencias que tienen los estudiantes de la carrera de turismo dentro del área de emprendimiento, tal es así que se puede notar que el momento en que emprendan, se evidencia que han podido adquirir competencias emprendedoras de las cuales tendrán capacidades para obtener buenas relaciones con inversores ya que son puntos claves los cuales forman parte de estrategias positivas para las empresas, además podrían visualizar las oportunidades dentro del mercado para la innovación de sus productos y servicios manteniendo siempre los objetivos que tendrían sus empresas para cuando llegasen a tener momentos difíciles podrán afrontar estos cambios apoyados de los recursos humanos claves creados en la empresa ya que si sus colaboradores se sienten en un buen ambiente de trabajo podrán ser el apoyo para que la empresa avance.

Parte 2. Entrevista a estudiantes

Con el propósito de complementar la investigación una vez aplicada la encuesta antes mencionada, se procedió a realizar entrevistas a estudiantes que cursan la carrera de turismo quienes dieron su opinión acerca del emprendimiento y sus intenciones al culminar sus estudios universitarios:

Perfil Estudiante 1

Nombre: Juan Carlos Mashu

Curso: 9 Semestre

Edad: 25

- Estudiante de 9 semestre de la carrera de Turismo, quien ha tenido la oportunidad de trabajar para varias empresas hoteleras, lo que le ha llevado a ser emprendedor y a su vez aportado con sus conocimientos para la ejecución de varios proyectos.

1. ¿Qué opción tendría usted al terminar sus estudios?

Inicialmente mantener el trabajo que estoy vinculado en empresas privadas y posteriormente una vez estar seguro empezar a emprender y de alguna forma dar continuidad a los trabajos que estoy llevando en emprendimientos personales.

2. ¿Qué ventajas y desventajas cree que hay a la hora de emprender?

Bueno es de conocimiento que desde los 21 años comencé con algunos emprendimientos que de alguna otra forma han quebrado y otros estoy continuando y me he dado cuenta

que el factor económico es la clave para saber sobresalir y una desventaja para la amazonia y más que todo para los estudiantes que intentan emprender.

3. ¿Qué capacidad o competencia emprendedora considera que tiene?

La perseverancia con la cual me he caracterizado a lo largo de mi carrera universitaria estado emprendiendo en varios proyectos y es notorio que no ha decaído por más que he tenido algunos inconvenientes en algunas empresas que he tratado de emprender.

4. ¿Sería capaz de liderar una empresa?

Considero que, si porque a lo largo de mi carrera universitaria he estado vinculado en empresas privadas trabajando para hosterías y para algunas reservas y ahora actualmente trabajando para uno de los principales hoteles de la ciudad de Puyo, considero que esas experiencias son suficientes para poder manejar una empresa.

5. ¿Cómo aprovecharías las oportunidades del mercado?

Hoy en día la demanda sigue creciendo de una forma acelerada y el mundo digital es lo que más ayuda a estar cerca y poder comunicarnos con efectividad en este caso en lo personal he estado vinculado al marketing digital, de esta forma sería una oportunidad para emprender y dar a conocer algunos productos o servicios en el que desee emprender.

6. ¿Qué herramienta de estudio considera que le ayudaría en el futuro?

Dentro de la universidad tenemos las mallas curriculares los cuales son herramientas para poder de alguna forma encajar en el mundo laboral o si se trata de emprender, pero en lo personal el tema de agencias de viajes o el tema de desarrollo de proyectos sociales o privados, considero que el desarrollo de proyectos es importante y lo hacemos uso a través de marketing que es también una de las materias, y gestión de eventos que es de alguna forma tal vez de comercializarlo.

Perfil Estudiante 2

Nombre: CRISTIAN PAGUAY

Curso: 9 Semestre

Edad: 25

- Estudiante que a seguido la carrera de Turismo por vocación y en el transcurso de su vida estudiantil ha podido colaborar en eventos dentro del entorno turístico

1. ¿Qué opción tendría usted al terminar sus estudios?

Al culminar mis estudios la verdad que si he pensado en empezar en algo referente al turismo y no buscar un empleo porque existe mucha competencia.

2. ¿Qué ventajas y desventajas cree que hay a la hora de emprender?

Las ventajas serian el conocimiento para emprender y las desventajas pueden ser varios como el capital económico los problemas políticos y entre otros.

3. ¿Qué capacidad o competencia emprendedora considera que tiene?

Puedo gestionar eventos que a mí me gustan y desarrollarlas con una actitud positiva y soy constante me gusta que las cosas se hagan como yo las propongo como se las pretende y que todo me salga bien.

4. ¿Sería capaz de liderar una empresa?

Si, por que últimamente si he estado trabajando y liderando ciertos tipos de eventos, entonces se mas o menos como se puede desenvolver en una empresa.

5. ¿Cómo aprovecharías las oportunidades del mercado?

Es algo importante primero se segmenta el producto y luego aprovechar al máximo para proyectar y también publicitar los productos u ofertar.

6. ¿Qué herramienta de estudio considera que le ayudaría en el futuro?

La gestión de eventos y la investigación de mercado que es muy importante y aparte la administración de empresas, contabilidad entre otros.

Perfil Estudiante 2

Nombre: Paul Moreno

Curso: 6 Semestre

Edad: 26 años

- Joven estudiante que ha tenido la oportunidad de estudiar en otro país y por sus salidas económicas retorno para estudiar la carrera de Turismo como una mejor oportunidad y comodidad para su futuro profesional.

1. ¿Qué opción tendría usted al terminar sus estudios?

La de emprender tener mi negocio propio.

2. ¿Qué ventajas y desventajas cree que hay a la hora de emprender?

Bueno las ventajas: Se crea empleo, ser tu propio jefe, generar economía local.

Las Desventajas: Poco apoyo por el estado, temor a quebrar.

3. ¿Qué capacidad o competencia emprendedora considera que tiene?

Creo que tengo mucha capacidad para emprender porque me he venido preparando para eso.

4. ¿Sería capaz de liderar una empresa?

Un 90 % estoy seguro que sí y quizás ese 10% restante es lo que me falta de preparación para estar completamente seguro.

5. ¿Cómo aprovecharías las oportunidades del mercado?

Creando nuevas tendencias y buscando cubrir necesidades de las personas con un estudio de mercado.

6. ¿Qué herramienta de estudio considera que le ayudaría en el futuro?

Pues sistemas operativos de pymes, Materias seria alimentos y bebidas, turismo de naturaleza y administración de empresas Porque pienso dedicarme a esas ramas para luego poder emprender.

En conclusión, se puede aseverar que dentro del análisis cualitativo se procedió a realizar entrevistas a estudiantes de la Universidad Estatal Amazónica quienes han coincidido que el emprendimiento es la opción o la oportunidad que ellos tomarían al finalizar sus estudios universitarios para su desarrollo profesional teniendo en cuenta todas las ventajas y desventajas que implica a la hora de emprender pero que con los conocimientos obtenidos podrán afrontar cualquier dificultad dentro del mundo empresarial.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES

- Se determinó que el 35% de los estudiantes son hombres y el 65% son mujeres, de los cuales más del 50% han tenido experiencia laboral y que el 96,4% tiene la firme intención de comenzar y crear una empresa.
- Al finalizar el trabajo de investigación es posible darse cuenta la importancia que tiene la formación educativa superior la cual ha permitido evidenciar en esta investigación que los estudiantes tienen un porcentaje alto de intención emprendedora, visualizando que el emprender está como su primera opción antes de conseguir trabajo, de tal forma que crea una alta expectativa de que en un futuro, a corto plazo el sector turístico seguirá creciendo y aportando económica y socialmente a la provincia y país.
- Finalmente se pudo constatar que los estudiantes de las instituciones de educación superior de Pastaza han adquirido competencias emprendedoras dentro de su aprendizaje lo cual motiva que vayan teniendo iniciativa emprendedora con la capacidad de crear relaciones con inversores, aprovechar las oportunidades del mercado fijarse objetivos afrontar cambios inesperados y estar en constante innovación favoreciendo a que vaya creciendo el emprendimiento en el sector turístico.

6 RECOMENDACIONES

- La investigación presenta datos favorables de la intención de emprendimiento en el género femenino, por tal motivo los futuros proyectos y programas que se realicen con temas de emprendimiento sean de carácter inclusivo donde permita a hombres como mujer tener la oportunidad de gozar de las mismas oportunidades e ideales del mundo empresarial.
- A Las instituciones de educación superior deberían ejecutar proyectos universitarios o incubadoras de emprendimientos para fomentar la intención emprendedora, adicionando en la vinculación con la sociedad de tal forma que beneficie a los estudiantes con la experiencia de crear un emprendimiento brindando a la comunidad algún tipo de servicios o productos turísticos. Adicionar y potenciar cátedras del uso y manejo de herramientas tecnológicas que brindan la posibilidad de que a la hora de emprender lleguen a más mercado, para potenciar sus futuros negocios.
- Se recomienda a las instituciones de educación superior adicionar y potenciar cátedras del uso y manejo de herramientas tecnológicas que brindan la posibilidad de que a la hora de emprender lleguen a más mercado, para potenciar sus futuros negocios.

CAPITULO VI

Bibliografía

- Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195–204. Rescatado de <http://www.spentamexico.org/>
- Aragon, & Baixauli. (2014). *Intención emprendedora de los estudiantes*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Bolívar, H., Briones, E., Emilio, C., Pirca, C., Fajardo, R., Xavier, F., & Ortiz, M. (2018). *Interacción Universidad-Entorno. Una Mirada Para El Emprendimiento En El Siglo Xxi. IX*, 1–16.
- Crissien C, J. (2011). Enseñando Entrepreneurship creación de empresas -Estrategias pedagógicas para despertar el espíritu empresarial-. *Revista EAN*.
- Fuentes, F. J., & Sánchez, S. (2010). *Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género*. Córdoba.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2017). Guayaquil. Obtenido de <https://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- Gobierno de la Republica del Ecuador. (2018). *Servicio Nacional de Contratación Pública*. Obtenido de <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/rendicion-de-cuentas-2018/>
- Hamui-Sutton, A. (2013). Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación. *Investigación En Educación Médica*, 2(8), 211–216.
- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., Samaniego, A., & Izquierdo, E. (2018). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017. *Espae*, 80. Retrieved from <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- Martinez. (2017). *Facultad de contabilidad y auditoria*. Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/>

- Marulanda, F., & Montoya, I. (2014). *Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor*. Cali.
- Ministerio de Educación. (2018). Obtenido de <https://educacion.gob.ec/distritos-educativos-zona-3/>
- Ministerio de Turismo. (2018). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). Perspectivas Económicas De América Latina 2017 Juventud, competencias y emprendimiento, OECD. In *Educación, Competencias E Innovación Para El Desarrollo*. <https://doi.org/is>. <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>
- OMT y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. (2016). *El Sector Turístico Y Los Objetivos De Desarrollo Sostenible*. Retrieved from www.edamel.com
- Osorio, F. F., & Roldán, J. C. L. (2015). Intenção empreendedora de estudantes de educação média: Estendendo a teoria de comportamento planejado mediante o efeito exposição. *Cuadernos de Administracion*, 28(51), 103–131. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>
- Pastaza, G. provincial. (2017). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*
- Páez, J. A. (2018). *Autoeficacia: Una revisión aplicada a diversas áreas de la Psicología*. Buenos Aires.
- Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. (2016). *El sector turístico y los objetivos del desarrollo sostenible*. Madrid: Edamel . Obtenido de <http://www.comunidadism.es/wp-content/uploads/downloads/2016/09/Turismo-y-ods.pdf>
- Revelo, Paredes, Velastegui, & Romero. (2017). Medición de la actitud emprendedora en los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador. 375.
- Sáenz Bilbao, N., & López Vélez, A. L. (2015). Las competencias de emprendimiento social, coems: Aproximación a través de programas de formación universitaria en Iberoamérica. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, (119), 159–182. <https://doi.org/10.5209/rev-REVE.2015.n119.49066>

Turismo en Cifras - Portal Servicios MINTUR. (2019). Retrieved October 7, 2019, from <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras>

Turismo en Cifras - Portal Servicios MINTUR. (2019). Retrieved October 7, 2019, from <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras>

7. ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta



LA PRESENTE ENCUESTA PRETENDE RECOLECTAR INFORMACION SOBRE LA INTENCION Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE TURISMO DE LOS CENTROS DE EDUCACION SUPERIOR DEL CANTON PASTAZA

Datos Demográficos

1.- Datos personales

1.1 En que rango de edad se encuentra

18 - 22 Años

23 - 27 Años

Más de 28 Años

1.2.- Género: Hombre Mujer

1.3.- Nombre de la Universidad: _____

1.4.- Tipo de Universidad: Pública Privada

1.5.- Categoría de la Universidad: A B C D E

1.6.- Semestre: _____

2.- Formación y experiencia

2.1. ¿Qué titulación está estudiando? _____

2.2. ¿Cuándo prevé que los terminará?

El próximo año (2020)

Más tarde (de 1 – 2 años)

Más

tarde (de 3 – 5 años)

2.3. Señale la importancia de los siguientes motivos para elegir esta titulación, de 1 (nada importante) a 7 (muy importante).

	1	2	3	4	5	6	7
- Por vocación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Por sus salidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Por recomendación de familiares o amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.4. ¿Tiene alguna experiencia laboral (ha trabajado o trabaja

actualmente)

?

Sí

No

En caso afirmativo:

a. ¿En qué puesto? (Si ha trabajado en varios, en el que estuvo más tiempo).

b. ¿Ha tenido o tiene personas a su cargo en su trabajo? Sí No

c. En total, ¿cuánto tiempo de experiencia profesional tiene? (número de años)

e. ¿Qué tamaño aproximado, en número de trabajadores, tiene la empresa en la que ha trabajado? (Si ha trabajado en varias, en la que estuvo más tiempo) _____

2.5. ¿Ha estado alguna vez autoempleado (autónomo o empresario)? Sí

No

En caso afirmativo:

a. ¿Cuánto tiempo? (número de años) _____

b. ¿Cuánto hace que lo dejó? (número de años, si aún lo está indique 0) _____

Instrumento Intención de Emprendimiento

(Liñán & Chen, 2009)

3. Basado en el cuadro de ponderación, marque con una X según su criterio.

Opciones	Ponderación
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Encuesta Intención de Emprendimiento	1	2	3	4	5
3.1 ¿Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día?					
3.2 ¿Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a?					
3.3 ¿Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegare a crear una empresa?					
3.4 ¿Estoy decidido/a crear una empresa en el futuro?					
3.5 ¿Mi objetivo profesional es ser empresario?					
3.6 ¿Tengo la firme intención de comenzar una empresa algún día?					

Instrumento Autoeficacia Emprendedora

(Moriano, Palaci & Morales, 2006)

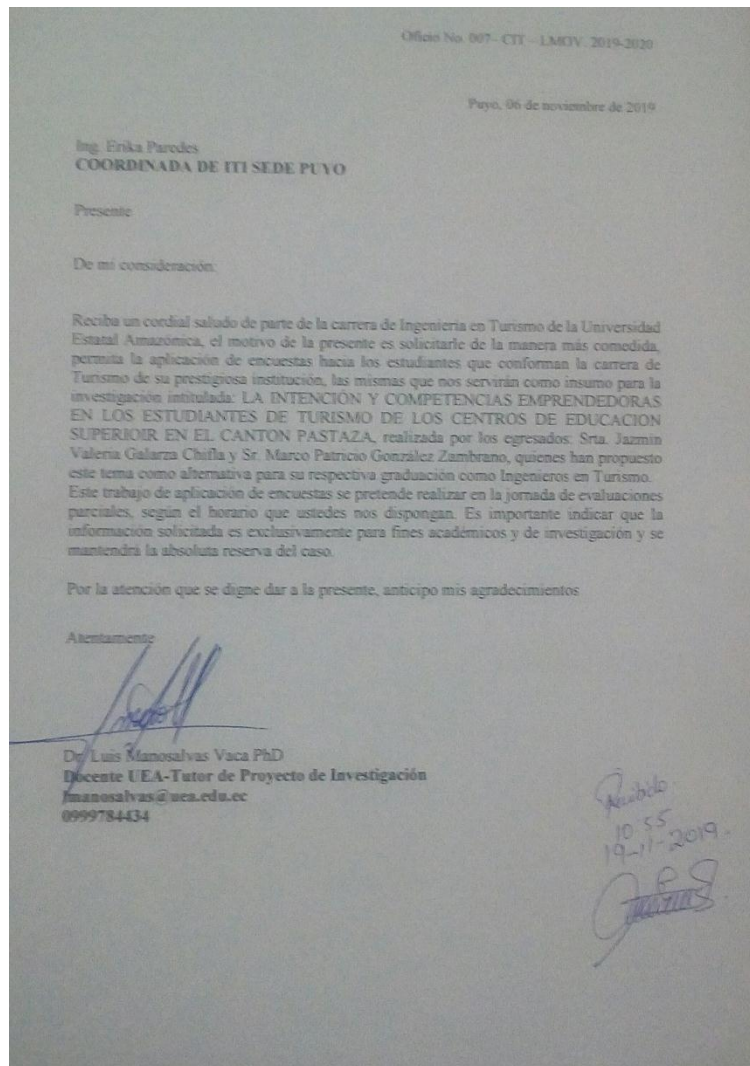
- **Si usted tuviera su propia empresa, ¿En qué grado cree que sería capaz de desempeñar eficazmente cada una de las siguientes tareas? Marque con una X.**

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, independientemente de sus resultados.					
22. Identificar y construir equipos de gestión.					
23. Formar asociaciones o alianzas con otros.					

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!

Anexo 2. Oficio para realizar las encuestas en I.T.I



Anexo 3. Material fotográfico

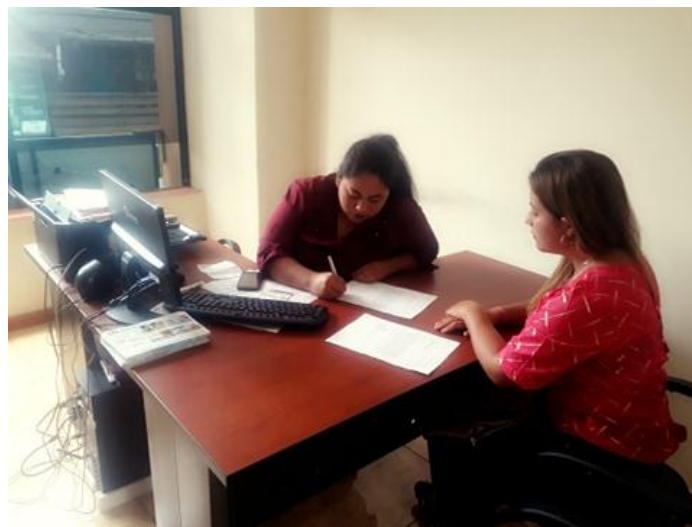


Figura 1. Autorización para encuestas - directora ITI



Figura 2. Ejecución de encuesta 1



Figura 3. Ejecución de entrevistas 2

Anexo 4. Entrevista a estudiantes



Figura 4. Entrevistas estudiantes.



Figura 5. Entrevistas estudiantes.