UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

DEPARTAMENTO CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA DE TURISMO

INGENIERIA EN TURISMO

TEMA: FACTORES QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURISTICOS DE LA CIUDAD DE PUYO

AUTORA:

REGALADO RODRÍGUEZ MADELYN JOHANA

DIRECTOR DEL PROYECTO

CARLOS MANOSALVAS, PhD

Puyo, Ecuador

2019

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, REGALADO RODRÍGUEZ MADELYN JOHANA, con C.I 160053290-5 certifico que los criterios y opiniones que constan en el Proyecto de Investigación denominado **"FACTORES QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURISTICOS DE LA CIUDAD DE PUYO"**, son de mi autoría y exclusiva responsabilidad.

……..

REGALADO RODRÍGUEZ MADELYN JOHANA

C.I 160053290-5

AUTORA

AGRADECIMIENTO

¡Los triunfos no son solo de uno, sino de todos quienes caminan contigo!

Iniciaré dando gracias a Dios por permitirme estar de píe un día más, por brindarme salud suficiente para luchar por mis propósitos y sobre todo por dejarme ser feliz junto a mi hermosa familia.

Siento gratitud hacia mi madre, que, con sus incansables esfuerzos, sacrificios y mucho amor logró sacarnos adelante y es la razón por la que hoy me encuentro escribiendo estas líneas, no me alcanzará la vida para devolverle todo lo que ella ha hecho por mí, solo le pido a Dios sabiduría para ser una buena hija y no defraudarla jamás, pues ella no me ha defraudado nunca.

A mis tres hermanas, Valeria y Lady que han sido mi apoyo incondicional siempre y que juntas hemos vivido experiencias inolvidables a lo largo de nuestras vías, a la más especial de todas Mishell, que con su pureza nos ha enseñado el verdadero significado de lo que muchos pensamos conocer *EL AMOR* y que gracias a su existencia nuestra familia siempre se mantendrá unidad.

A mi hermano mayor Mayf, que con su cuidado y disciplina hizo de nosotras mujeres de carácter y decisión, que a pesar de las adversidades que hemos vivido, siempre hemos estado juntos apoyándonos el uno al otro.

A mi tía Eugenia que siempre ha sido como mi mamá, mi hermana y mi amiga, a quien siempre he tenido la confianza de contarle todo sin miedo a ser juzgada, y fue quien estuvo a nuestro lado, dándonos amor cuando mamá no estaba.

A mis tíos Edmundo, Mónica, Guillermo, Carlitos, Juanito, Raquel, Don Agusto, que siempre han estado ahí para mí, cuando he necesitado algo ellos han extendido sus manos y han abierto las puertas de sus casas y me han brindado amor y cuando han tenido que corregirme lo han hecho sin dudarlo con tal de que sea una mejor persona.

Y finalmente a mi papi que, aunque la mayoría del tiempo no ha estado con nosotros, sé que esta vez se sentirá muy orgulloso y si no fuera por él yo no tuviera la dicha de tener a mis hermanas a mi lado.

RESUMEN EJECUTIVO

El emprendimiento es una manera de pensar y actuar, que busca la consolidación de un negocio propio con la intención de generar en el emprendedor independencia laboral, autonomía empresarial y la posibilidad de generar fuentes de empleo que ayuden al desarrollo socioeconómico de la población. En América Latina el índice de emprendimiento es alto según los estudios de GEM; Ecuador es el país con mayor número de emprendimientos, pero también el país con mayor número de emprendimientos fallidos. La presente investigación pretende analizar los factores que inciden en el desarrollo de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo, para lo cual se analizará la información detallada en el catastro de los establecimientos turístico otorgada por el MINTUR, para lograr identificar los emprendimientos que aún se encuentran en funcionamiento y posterior a eso realizar encuestas que permitan conocer datos geográficos del emprendedor, así como información básica del emprendimiento. Posterior a eso se realizó una entrevista en la que se pretende identificar los factores favorables y desfavorables para el desarrollo del emprendimiento y finalmente se presentó una propuesta que permita mejorar el desarrollo de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo.

Palabras claves: Emprendimiento, Turismo, Emprendedores, Factores, Desarrollo.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a way of thinking and acting, which seeks the consolidation of a business of its own with the intention of generating in the entrepreneur independence to work, business autonomy and the possibility of generating employment sources that help the socioeconomic development of the population. In Latin America the entrepreneurship index is high according to GEM studies, Ecuador is the country with the largest number of enterprises, but also the country with the highest number of failed enterprises. This research aims to analyze the factors that affect the development of tourism ventures in the city of Puyo, for which information is analyzed in the cadastre of the same is granted by MINTUR, to identify the undertakings that still have They found a functioning and a later part of it. Afterwards an interview is presented in which the favorable and favorable factors for the development of the enterprise are identified and finally a proposal is presented to improve the development of the tourist undertakings of the city of Puyo.

Keywords: Entrepreneurship, Tourism, Entrepreneurs, Factors, Development.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPITULO I 1
INTRODUCCIÓN 1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 3
JUSTIFICACIÓN 3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 4
OBJETIVOS 4
OBJETIVO GENERAL 4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 4
CAPITULO II 5
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN 5
ANTECEDENTES 5
BASE TEÓRICA 6
Emprendimiento 6
El emprendimiento en Ecuador 7
El emprendimiento en Pastaza 8
Factores que fomentan o limitan la actividad emprendedora 8
Motivación para emprender 9
Indicadores de la actividad emprendedora 10
Actividad emprendedora temprana (TEA) 10
Actividad emprendedora de empleados (EEA) 10
Tasa de cierre de negocio 10
Importancia del Turismo 12
Empresas Turísticas 13
CAPITULO III 14
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN 14
LOCALIZACIÓN 14
TIPO DE INVESTIGACIÓN 15
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN 15
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 18

CAPITULO IV 19
RESULTADOS 19
Situación de los emprendimientos por año. 19
Datos demográficos de los emprendedores. 20
Características del emprendimiento. 26
Etapas del emprendimiento. 30
Empleabilidad 31
Organización del emprendimiento 35
Productos/Servicios. 40
Momentos que atravesó el emprendimiento. 45
Factores que intervienen en el desarrollo de los emprendimientos. 49
GUIA PRÁCTICA PARA EMPRENDEDORES TURISTICOS 53
CAPITULO V 59
CONCLUSIONES 59
RECOMENDACIONES 61
CAPITULO VI 62
BIBLIOGRAFIA 62
CAPITULO VII 67
ANEXOS 67
Modelo de encuestas a los emprendedores. 67
Modelo de entrevista a los emprendedores. 68

TABLA DE GRAFICOS

Figura I: Establecimientos registrados MINTUR 2014-2017 ---------- 19
Figura II: Variable sexo. ---------- 20
Figura V: Variable ocupación. ---------- 23
Figura VI: Variable ingresos mensuales. ---------- 24
Figura VII: Variable motivación para emprender. ---------- 25
Figura IX: Estado del inmueble. ---------- 27
Figura X: Año de creación de los emprendimientos. ---------- 28
Figura XI: Inversión inicial para el desarrollo de los emprendimientos.---------- 29
Figura XII: Etapas por las que pasaron los emprendimientos. ---------- 30
Figura XIII: Factor empleabilidad al inicio del emprendimiento. ---------- 31
Figura XIV: Factor empleabilidad en la actualidad. ---------- 32
Figura XV: Factor empleabilidad en el último año.---------- 33
Figura XVI: Intensión de empleabilidad el próximo año.---------- 34
Figura XVII: Cambios en la organización de los emprendimientos. ---------- 35
Figura XVIII: Cambios organizacionales.---------- 36
Figura XX: Participación en asociaciones o cámaras. ---------- 38
Figura XXI: Participación en programas de fomento empresarial. ---------- 39
Figura XXII: Cambios en los productos/servicios.---------- 40
Figura XXIII: Cambios desarrollados en los productos/servicios.---------- 41
Figura XXV: Diferencias entre el emprendimiento y la competencia.---------- 43
Figura XXVI: Diferencias con la competencia. ---------- 44
Figura XXVII: Peores momentos que atravesó el emprendimiento. ---------- 45
Figura XXVIII: Mejores momentos que atravesó el emprendimiento.---------- 46
Figura XXX: Causas de intención del cierre del emprendimiento. ---------- 48
Figura XXXI: Factores internos favorables. ---------- 49
Figura XXXII: Factores externos favorables.---------- 50
Figura XXXIII: Factores internos desfavorables. ---------- 51
Figura XXXIV: Factores externos desfavorables.---------- 52

TABLA DE IMÁGENES

Imagen 1: Ubicación geográfica de la ciudad de Puyo.---------- 14
Imagen 2: Modelo Canvas. ---------- 17

TABLAS

Tabla I: Establecimientos turísticos MINTUR 2014-2017---------- 19
Tabla II: Variable sexo. ---------- 20
Tabla III: Variable edad. ---------- 21
Tabla IV: Variable nivel de Educación. ---------- 22
Tabla V: Variable ocupación. ---------- 23
Tabla VIII Clasificación de los emprendimientos según su actividad.---------- 26
Tabla X: Año de creación de los emprendimientos. ---------- 28
Tabla XI: Inversión inicial para el desarrollo de los emprendimientos.---------- 29
Tabla XII: Etapas por las que paso el emprendimiento.---------- 30
Tabla XIII: Factor empleabilidad al inicio del emprendimiento. ---------- 31
Tabla XIV: Factor empleabilidad en la actualidad. ---------- 32
Tabla XV: Factor empleabilidad en el último año.---------- 33
Tabla XVI: Factor empleabilidad con miras en el próximo año.---------- 34
Tabla XVII: Cambios en la organización de los emprendimientos. ---------- 35
Tabla XVIII: Cambios organizacionales.---------- 36
Tabla XXI: Participación en programas de fomento empresarial. ---------- 39
Tabla XXII: Cambios en los productos/servicios.---------- 40
Tabla XXIII: Cambios establecidos en los productos/servicios. ---------- 41
Tabla XXVI: Identificación de las diferencias con la competencia.---------- 44
Tabla XXVII: Peores momentos que atravesó el emprendimiento. ---------- 45
Tabla XXVIII: Mejores momentos que atravesó el emprendimiento.---------- 46
Tabla XXIX: Intención de cerrar el emprendimiento. ---------- 47
Tabla XXX: Causas de la intención de cerrar el emprendimiento. ---------- 48
Tabla XXXI: Factores internos favorables. ---------- 49
Tabla XXXII: Factores externos favorables.---------- 50
Tabla XXXIII: Factores internos desfavorables. ---------- 51
Tabla XXXIV: Factores externos desfavorables.---------- 52

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

En América latina emprender se ha convertido en una alternativa favorable que busca la creación de nuevas empresas generadoras de fuentes de empleo, que aporten al desarrollo económico del sector, así como a la independencia laboral por parte de sus creadores. Hoy en día se considera al emprendimiento como un impulsador de desarrollo, debido a que permite a las personas crear sus propios negocios y correr sus propios riesgos. Latinoamérica es conocida por mantener una cultura de dependencia, basada y motivada por las políticas de sus gobiernos y por las condiciones económicas desfavorables que algunos aquejan (Villegas, 2001). La población latinoamericana ha asumido momentos económicamente difíciles, debido a la presencia del desempleo o el empleo informal, obstaculizando de este modo la creación de emprendimientos en los últimos años (ICEB, 2018). Existe una variedad de factores que podrían aportar al correcto desarrollo de los emprendimientos en América Latina, como los programas de apoyo, los planes de financiamiento y las políticas gubernamentales a favor de los emprendimientos, sin embrago ninguno de los antes mencionados es más importante que el conocimiento y la formación en materia de emprendimiento. La OCDE (2017) afirma "Es fundamental enfocar los esfuerzos en fortalecer los sistemas educativos en América Latina y la formación a lo largo de toda la vida". En los últimos años, varios países de Latino América han experimentado cambios y evolución en materia educativa, pero aún hace falta mayor avance, sobre todo en programas formativos que estén a nivel del desarrollo tecnológico que evoluciona a gran escala.

Para el año 2017, 57 países participaron en el estudio de Global Entrepreneurship monitor, donde se pudo evidenciar la actividad emprendedora de cada uno de los participantes, los cuales representan el 67.80% de la población mundial y el 86 % del PIB. Ecuador hasta el año 2017, es el país con mayor índice de emprendimiento en Latinoamérica, con el 26.6% (GEM, 2018). Sin embargo, la curva de emprendimientos decae al transcurrir los primeros seis meses (Livar, 2018). Para Baldeón (2018) los nuevos sistemas educativos te enseñan a partir de retos, pero en ecuador la educación a un se fundamenta en obedecer órdenes y no en emprender, innovar, tomar la iniciativa y arriesgarse, esa es la diferencia marcada que existe con países como Colombia o Perú, países cercanos que, aunque su índice de emprendimiento es pequeño, su

margen de error o fracaso también es menor al momento de compararlo con ecuador. A pesar que ecuador es considerado como el país más emprendedor, también se logra observar que el impacto que generan los negocios en materia de fuentes de empleo es bajo, es decir solo el 72.8% de los emprendimientos son de carácter unipersonales, con posibilidades mínimas de crecimiento, adicionalmente ecuador muestra una cifra alarmante en internacionalización de sus negocios, donde el 92% de la actividad emprendedora no posee clientes internacionales (AEI, 2018). Es por ello la importancia de fomentar el emprendimiento y la innovación como motor del desarrollo productivo, con la participación de los actores públicos y privados que forman parte del ecosistema emprendedor, que ayudarán a identificar las dificultades existentes, con el objetivo de generar estrategias viables que solvente y de solución a los problemas (Baldeón, 2018).

La actividad emprendedora tiene un crecimiento anual considerable en cada región del ecuador, este es el caso de la región amazónica, que para el año 2017 tiene un índice de emprendimiento del 5.33% (GEM, 2018) . En la ciudad de Puyo, perteneciente a la provincia de Pastaza existen 243 establecimientos turísticos registrados en el año 2017 (MINTUR, 2017). En la provincia de Pastaza y la ciudad de Puyo, no existe un estudio de la actividad emprendedora, es por ello la importancia de analizar la situación actual de los emprendimientos existentes, así como identificar los factores que inciden en el desarrollo de los emprendimientos turísticos en la ciudad de Puyo, con el fin de crear una guía práctica y generar estrategias que permitan disminuir el índice de fracaso en los emprendimientos, para poder dinamizar la economía del sector y aportar al crecimiento de la actividad turística de la ciudad con miras a largo plazo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

JUSTIFICACIÓN

En términos generales se habla de emprendimiento al referirse a la innovación, a la toma de decisiones arriesgadas sin temerle al resultado y al deseo de generar ingresos propios que den seguridad e independencia laboral (Piperopoulos, 2012). A medida que la actividad emprendedora se desarrolla, también se va fortaleciendo y generando mejores beneficios en el ámbito social y económico, dando como resultado un fortalecimiento en la economía individual y de la colectividad que se encuentre inmersa en el proceso de emprendimiento (Audretsch y Phillips, 2007).

El turismo es una actividad importante, dinamizadora de la economía del mundo, debido a que es un sector de gran eficacia y potencial de desarrollo (Oyarvide, 2016). Ecuador es los ultimos años ha experimentado un crecimiento importante en la actividad turistica, permitiendo generar significativos ingresos económicos al país (MINTUR, 2015).

Considerando los resultados expuestos por Global Entrepreneurship Monitor en el último año, donde revela que Ecuador es el país más emprendedor del grupo sujeto de estudio, y luego de descubrir que en la ciudad de Puyo no existe una investigación previa que dé a conocer datos estadísticos sobre la actividad emprendedora turística, pese a la cantidad de establecimientos registrados en el catastro del Ministerio de Turismo de los últimos años, se considera de vital importancia conocer y analizar los factores que inciden en el desarrollo de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo, con el propósito de generar una guía práctica, que permita a los presentes y futuros emprendedores conocer cuáles son los factores a considerar antes de emprender en la ciudad de Puyo, así como identificar los pasos a seguir para un correcto desempeño del emprendimiento con el fin de disminuir el porcentaje de establecimientos que cierran cada año.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Según GEM (2018) en su investigación realizada en el año 2017, sobre la actividad emprendedora en el Ecuador revela que el clima emprendedor se encuentra relativamente estable, en comparación al año 2016, considerando que existen más factores favorables que desfavorables. En la investigación se hace hincapié en el correcto estado de los factores educación, infraestructura comercial, normas sociales y culturales, sin embargo, los factores financiamiento, políticas y programas gubernamentales tienen un desfase en su desarrollo.

Por tal motivo la presente investigación pretende identificar y analizar los factores (políticos, económicos, sociales, entre otros) que inciden en el desarrollo de los emprendimientos turísticos de la ciudad de puyo, debido a que no existe información de investigaciones previas que nos permita conocer cuáles son los factores a considerar para emprender en el sector turístico; de esta manera se podrá generar una guía práctica que permita a los emprendedores saber los pasos a seguir para tener un correcto manejo de su emprendimiento y lograr un posicionamiento en el mercado.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores que inciden en el desarrollo de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Examinar la situación actual de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo.
2. Identificar los factores que inciden en el desarrollo de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo.
3. Diseñar una propuesta que permita mejorar el desarrollo de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo.

CAPITULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

ANTECEDENTES

Una reflexión importante sobre el emprendimiento y los factores que influyen en él, es el de Valera (2001) quien nos manifiesta que el proceso de formación de nuevas empresas y nuevos empresarios, está vinculado a la interacción entre varios factores situacionales, económicos, sociales, políticos, culturales y hasta sicológicos. Analiza también la presencia de factores de desplazamiento que pueden ser positivos como el deseo de realización o identificación de una oportunidad y negativos como el desempleo, situación económica inestable, deseo de migración o insatisfacción en el empleo actual.

Un avance significativo y determinante en el estudio de los factores que incurren en el desarrollo de los emprendimientos es la investigación realizada por Kantis y Col (2004) titulada Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad, donde establecen un conjunto de factores que influyen en el proceso emprendedor, dando como resultado al concepto del Sistema de Desarrollo Emprendedor, que desde sus inicios se conceptualiza como el conjunto de elementos y factores que inciden de forma propicia o perjudicial en el proceso de nacimiento y desarrollo de los nuevos emprendedores y emprendimientos. Los factores que los autores determinan son: condiciones económicas y sociales, sistema educativo y cultural, estructura y dinámica productiva, regulaciones políticas, aspectos personales y del mercado en el que se desarrolla.

Dentro del enfoque de Kantis (2009) se exponen experiencias de políticas de desarrollo emprendedor atravez de un Progreama Nacional de Desarrollo Emprendedor Integral que tiene varios componentes como el diagnostico del contexto empresarial del pais, desarrollo de las capacidades emprendedoras, espíritu y cultura emprendedora, desarrollo de base institucional que esté al servicio y apoyo de los emprendedores, diseño y oferta de instrumentos finacieros a favor de la actividad emprendedora y mejora del entorno regulatorio de la actividad emprendedora.

BASE TEÓRICA

Emprendimiento

El vocablo emprendimiento puede llegar a definirse de múltiples maneras y generalizar su concepto sería una tarea muy difícil, es por ello que el análisis de varios puntos de vista permitirá obtener una visión más amplia sobre su conceptualización.

> La palabra emprendimiento viene del francés "entrepreneur", que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente (Jaramillo, 2008, p.1)

El emprendimiento es considerado un factor capaz de generar desarrollo, ya sea económico, tecnologico o social, dependiendo el área en el cual se desarrolle (Rosero y Molina, 2008).

Para Commission of the European Communities (como se citó en Garcia, 2015) dice que "El emprendimiento es la actitud y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y / o innovación con una gestión sólida, en una nueva o una organización existente" (p.13).

Según Ireland, Hitt y Sirmon (como se citó en Garcia, 2015) El emprendimiento es un proceso social independiente del contexto, a través del cual los individuos y equipos crean riqueza, reuniendo paquetes únicos de los recursos para aprovechar las oportunidades del mercado.

Low (como se citó en Garcia, 2015) El emprendimiento es el proceso de identificar, evaluar y capturar una oportunidad. Mientras que para Stevenson (como se citó en Fomichella, 2004) "Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad".

Para Kundel (como se citó en Carmen y Guerrero, 2012) afirmá que la actividad emprendedora es la gestión del cambio radical discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio.

Por otro lado para Torres (2010), el emprendimiento ha logrado un cambio de mentalidad, debido a que en la actualidad las personas ven a la actividad emprendedora como una alternativa que les permite enfrentar las épocas de crisis e incertidumbre por las que pasan las distintas sociedades.

En definitiva, despues del analisis de todos los conceptos antes expuestos y en función de nuestra área de estudio, podemos definir al emprendimiento como una actitud desafiante e innovadora, que busca crear una actividad economica, despues de haber identificado una oportunidad en el entorno y que es adoptada por personas capaces de realizar esfuerzos adicionales con el fin de alcanzar una meta.

Tambien podríamos definir al emprendimiento como la búsqueda de la independencia a largo plazo y una alternativa para afrontar períodos de crisis por parte de las personas que decidan aceptar el desafío, después de identificar una necesidad en el medio para convertirla en una oportunidad que permita generar una nueva actividad económica.

El emprendimiento en Ecuador

En el Ecuador el término emprendimiento es investigado a partir del año 2014, cuando la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), se vincula en el proyecto del Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (GEM), quienes investigan sobre la Actividad Emprendedora Temprana (TEA), donde se revela que el país ocupa el tercer lugar entre los 34 países sometidos a estudio (GEM, 2004).

Para el año 2007 la política económica en el Ecuador toma un nuevo rumbo que se ve reflejado en la nueva constitución aprobada en el 2008, donde se garantiza las condiciones necesarias para el desarrollo empresarial, así también a través de Secretaria Nacional de Planificación (SENPLADES), se fomenta como política de Estado denominado el Plan del Buen Vivir (2008-2013), en la que detalla dentro de la política 6.2 Promocionar emprendimientos exitosos, generadores de empleo. Conjuntamente los Ministerios de Productividad y de Economía Social y Solidaria sitúan su visión al desarrollo y mejoramiento de la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME), debido a que el sector aporta el 95,42% al empleo del país (INEC, 2010).

En el año 2017 gracias a la reforma implantada por el ejecutivo de la Asamblea Nacional, se logró dinamizar la actividad emprendedora, debido a que resolvió la condonación de los impuestos a la renta durante los dos primeros años de funcionamiento a todos quienes inicien un emprendimiento en ecuador (Carrera, 2017).

El emprendimiento en Pastaza

En la actualidad en la provincia de Pastaza y en su cabecera cantonal la ciudad de Puyo no se cuenta con una investigación previa sobre el emprendimiento como tal y mucho menos en términos turísticos, por tal razón no existen datos estadísticos que podrían servir de soporte a la investigación, es por ello que se procedió a realizar entrevistas a un porcentaje del total de los emprendimientos turísticos registrados en el catastro turístico de la ciudad de Puyo, con el fin de esclareces la situación actual de los mismos.

Ciclo de vida del negocio

Para Global Enterpreneurship Monitor, el ciclo de vida de un negocio o emprendimiento está conformado por cuatro etapas importantes; los emprendedores nacientes, considerados así debido a que no han podido superar la barrera de los tres meses de operación; los emprendedores nuevos son quienes consiguieron superar la barrera de los tres meses y han logrado mantenerse en funcionamiento hasta los cuarenta y dos meses (3 años y 6 meses), los negocios establecidos, aquellos que alcanzaron a superar todas las barreras y se posicionaron en el medio como una empresa y como última etapa tenemos el cierre de negocios, que básicamente está comprendido por aquellos emprendimientos que se vieron obligados a cesar sus actividades debido a la inestabilidad que presentaban o los negocios que cumplieron su ciclo de vida útil (GEM, 2017).

Factores que fomentan o limitan la actividad emprendedora

Un importante aporte para la investigación sobre los factores que fomentan o limitan la actividad emprendedora es el estudio de (Kantis y Col, 2004) proporcionando un espacio al concepto de Sistema de Desarrollo Emprendedor, en el que los factores se dividen en las diferentes categorías: condiciones sociales y económicas, cultura y sistema educativo, estructura y dinámica productiva, aspectos personales, redes del emprendedor, mercado de factores y regulaciones y políticas.

Por otro lado (GEM, 2018) basado en el estudio realizado a la actividad emprendedora de Ecuador en 2017 y a las condiciones marco para el emprendimiento, nos manifiesta factores reales que fueron identificados luego de un analisis a los resultados optenidos de su investigación. Estos factores socioeconómicos y políticos constituyen favorablemente a la actividad emprendedora de Ecuador. Dentro del factor económico se pudo identificar la falta de apoyo en calidad de financiamiento por parte de la banca publica y privada, dirigido a las personas que buscan emprender, en el factor político se logró observar la ausencia de programas gubernamentales que apoyen y fomenten la actividad emprendedora así como politicas públicas que promuevan la remisión de impuestos a favor de los nuevos emprendedores, posteriormente en el factor educación y formación se identificó que existe mayor presencia de educación empresarial en las étapas básica y superior, sin embargo se recomienda mejorar la cálidad de la formación empresarial en todos sus niveles, en las normas sociales y culturales se pudo analizar dos puntos de vista importantes, la aceptación y apoyo al emprendimiento por parte de la sociedad generando espacios para su desarrollo al igual que la evolución en el pensamiento, dejando de ver al emprendimiento solo como una alternamitiva para el desempleo, si no más bien como un modelo de negocio viable y seguro, sin embargo hay quines piensan que en Ecuador aun no se logra desarrollar la actividad emprendedora estable y todo queda solo en palabras, ideas y sueños encansables. Finalmente se analiza el factor capacidad para emprender, donde se resaltan limitaciones como poca visión global, desconocimiento del mercado, desconocimiento de aspoectos técnicos y legales, debilidades en la gestión de los nuevos negocios, que limitan el crecimientos y la sostenibilidad en el tiempo, todo esto debilido a la falta de información, educación y entrenamiento en materia de emprendimiento, arrojando como resultado que las habilidades imnatas del emprendedor no sean suficientes

Motivación para emprender

(Valera, 2001) Analiza factores de desplazamiento que sirven de motivación para decidir emprender, estos pueden llegar a ser positivos, como la identificación de una oportunidad, el deseo de realización o negativos, como una alternativa para mitigar el desempleo, la intención de emigrar y la desconformidad con el trabajo actual.

(GEM, 2018) En su analisis de la actividad emprendedora en el año 2017, establece dos parámetros de motivación identificados en los emprendedores de Ecuador. Emprendedores

motivados por oportunidad, es decir que lograron identificar una necesidad en el medio y decidieron empezar un emprendimiento que satisfaga dicha demanda y emprendedores por necesidad, quienes decidieron empezar una idea de negocio con el único proposito de mejorar su situación económica actual.

Indicadores de la actividad emprendedora

Global Enterpreneurship Monitor, nos menciona varios indicadores de actividad emprendedora que mostraremos a continuación (GEM, 2018).

Actividad emprendedora temprana (TEA)

Dentro del modelo TEA, incluimos a todos quienes están en proceso de iniciar un negocio, es decir a los emprendimientos nacientes, quienes aun no han superado la barrera de los tres meses de actividad y a los propietarios de un nuevo negocio, denominados emprendimietos nuevos, quienes ya sobre pasaron los tres meses de funcionamiento, pero aun están en marcha menos de cuarenta y dos meses.

Actividad emprendedora de empleados (EEA)

Porcentaje de la población que siendo empleados, han participado en actividades de emprendimiento, como desarrollo de nuevos productos o servicios.

Tasa de emprendedores establecidos

Son aquellos que han logrado mantenerse en el medio empresarial por más de cuarenta y dos meses y que han podido pagar salarios y cubrir sus gastos operativos de forma consecutiva.

Tasa de cierre de negocio

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses se ha apartado de un negocio debido a su venta o cierre definitivo.

Turismo

El fenómeno del turismo nace a partir de siglo XIX con la revolución Industrial, donde empezó a existir desplazamientos motivados por el ocio, descanso y diversión, durante la edad antigua, en la Grecia Clásica empiezan a surgir viajes debido al deseo de participar en los juegos

olímpicos, seguido en la edad media empiezan a existir viajes motivados por la religión, dando lugar por primera vez a las peregrinaciones religiosas, finalmente en la edad moderna aparecen por primera vez los establecimientos de alojamiento denominados “hoteles”, en 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado, que aunque fue un fracaso económicamente, le permitió descubrir posibilidades económicas al crear paquetes turísticos, es así que en 1851 creó la primera Agencia de Viajes del mundo “Thomas Cook & Son” y en 1867 inventa el primer bono o boucher, documento que permitió la utilización de hoteles y otros servicios contratados con anticipación por medio de una agencia de viajes (Rodríguez, 2011).

A medida que la actividad turística ha venido evolucionando, también han surgido diferentes y nuevos conceptos que buscan explicar el contexto real del turismo, para (The Shorter Oxford English Dictionary, 1800) “El turismo es la teoría y la práctica de viajar, viajando por places”.

Para (Hunziker y Krapf, 1942) “El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa”.

El turismo es el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones. (Congreso Internacional de Sociología en México, 1965)

Para la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT, 1967) “Turismo es la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales”.

Existen diversos escenarios en los que se puede desarrollar la actividad turística, es por ellos que (De la Torre, 1980) afirma:

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Finalmente, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) propone la siguiente definición:

> El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Después de analizar los diferentes puntos de vista y conceptos de varios autores, que han venido enriqueciendo el marco teórico de la investigación, podríamos definir al turismo como el conjunto de actividades de recreación, descanso y diversión que realizan los turistas dentro de un destino diferente a su lugar de origen y que son satisfechas gracias a la existencia de productos y servicios, como establecimientos de hospedaje, restauración y actividades complementarias

Importancia del Turismo

El turismo en la actualidad es una de las actividades más transcendentales con la que cuenta cada país en el mundo, debido a que es un importante generador de economía que permite fomentar el movimiento de masas a diferentes destinos y dentro de ellos se logra reactivar la economía, generar plazas de empleo y mejorar la infraestructura (Bembibre, 2011). Para la OMT el turismo es un factor clave para el desarrollo socio económico y el bienestar de los destinos, permitiendo la creación de nuevas empresas que ven al turismo como una actividad económica rentable (MINTUR, 2015). En la mayoría de los países del mundo el turismo representa una parte importante en su economía, debido a la demanda que genera el consumo que realizan sus visitantes. De igual manera incluye diferentes actividades que se generan gracias a la visita de los turistas, por ejemplo, alojamiento, restauración, transporte y agencias de viajes o tour operadoras (OMT, 1994).

En las últimas décadas el turismo se ha manifestado como una alternativa viable, con potencial para cambiar el esquema tradicional de la economía de los países. Ecuador es un país que su economía depende de la productividad del sector primario, por tal motivo ha decidido implementar estrategias como el PLANDETUR 2020 que permitirá impulsar la actividad

turística como una opción factible ante la necesidad de diversificar la matriz productiva y generar nuevos ingresos que mejoren la economía del país (Castillo, 2015).

Empresas Turísticas

Para (Fernandez, 2001) "La empresa turística es una organización dirigida al mercado, los bienes y servicios producidos por la empresa turística deben acudir al encuentro de la demanda, utilizando las técnicas e instrumentos que nos ofrece la publicidad.

La empresa turística, tiene como objetivo brindar los servicios necesarios para que los clientes o también denominados turistas, tengan todas las garantías para viajar, ya sea por necesidad, descanso o diversión (Quiminet, 2015).

También se le podría denominar a la empresa turística como una organización económica que persigue fines de comercialización y que se destaca por la producción de servicios que causan expectativas muy altas en el cliente, debido a que la mayoría de servicios son pagados por adelantado y debido a eso ocasionan una incertidumbre en el consumidor, que solo será satisfecha luego de haber percibido el servicio en su totalidad (Korstanje, 2015). En conclusión, una empresa turística se podría definir como una organización correctamente integrada y estructurada con recursos económicos, materiales y humanos que buscan ofertar productos o servicios de carácter turístico a la sociedad o a gran parte de ella denominada turistas, con el fin de recibir un pago económico a cambio de los mismos (Ramirez, 2003).

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

LOCALIZACIÓN

La región amazónica del ecuador está conformada por 6 provincias, como son Napo, Sucumbíos, Orellana, Morona Santiago Zamora Chinchipe y Pastaza, con su capital la ciudad de Puyo, donde se centra nuestro proyecto de investigación.

Datos geográficos

PROVINCIA: Pastaza

PARROQUIA: Puyo

TEMPERATURA: 20°C

ÁREA: 8.764,70 ha.

ALTITUD: 940 msnm

LONGITUD: 7° 49' 0" W.

LATITUD: 0° 59' -1" S



Imagen 1: Ubicación geográfica de la ciudad de Puyo.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el presente estudio se partirá desde una investigación exploratoria, con enfoque cuantitativo, con el fin de conocer la situación actual de los emprendimientos y la naturaleza demográfica de sus emprendedores, debido a la ausencia de estudios en aspectos relacionados al emprendimiento turístico en la ciudad del Puyo. De la misma forma se realizará una investigación de carácter descriptiva, con orientación cualitativa, que permita identificar y analizar los principales factores de carácter interno y externo que inciden en el desarrollo de los emprendimientos turísticos de la ciudad.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para el cumplimiento del primer objetivo: Examinar la situación actual de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo.

Se manejó un enfoque basado en la investigación exploratoria y de carácter cuantitativo, que permitió tener un primer acercamiento y un conocimiento más claro del objeto de estudio, apoyado en la información registrada en el catastro de establecimientos turísticos de los años 2014, 2015, 2016 y 2017 de la ciudad de Puyo, otorgado por el MINTUR. Con este análisis se pudo conocer la cantidad de establecimientos registrados en los años antes mencionados, así como el porcentaje de establecimientos que son considerados empresas, emprendimientos e incluso aquellos que han cesado de sus funciones, al mismo tiempo se conocerá el perfil actual de las personas que poseen un emprendimiento en la ciudad de puyo.

Para el cumplimiento del segundo objetivo: Identificar los factores que inciden en el desarrollo de los emprendimientos turísticos en la ciudad de Puyo.

Se operará desde el concepto de la investigación descriptiva, con un enfoque cualitativo, en el que se pretende, por medio de entrevistas, identificar las características propias de los actuales emprendimientos turísticos, así como los factores internos y externos de mayor relevancia que, según la percepción de los emprendedores turísticos, inciden en el desarrollo de dichos emprendimientos. En este apartado se analizarán aspectos sociales, económicos, políticos, motivacionales y del contexto en que desarrollan sus actividades cada uno de los emprendedores.

1. **Para el cumplimiento del tercer objetivo:** Diseñar una propuesta que permita mejorar el desarrollo de los emprendimientos turísticos en la ciudad de Puyo.

Finalmente, con los resultados obtenidos y analizados anteriormente y con la ayuda del modelo Canvas, a través de herramientas digitales, se diseñará una guía práctica y didáctica que busca direccionar de forma correcta a los emprendedores, con el fin de mejorar el desarrollo de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo.

El modelo Canvas, es básicamente un modelo de negocios que permite identificar los elementos clave para el correcto desarrollo de un emprendimiento de cualquier tipo, ya sea la comercialización de un producto tangible o la prestación de un servicio. La metodología Canvas está compuesta por 9 fases (emprendepymes.net, 2018).

1. Segmento de clientes: A quienes se va a direccionar el producto o servicio
2. Propuesta de valor: Identificar los beneficios del producto o servicio y que lo diferencia de la competencia.
3. Canales de distribución: Son los medios por los que se va a dar a conocer la oferta disponible.
4. Flujo de ingresos: Análisis de los costos de producción de la oferta y comercialización de la misma, diferenciada del margen de utilidad que se espera obtener.
5. Recursos clave: Identificar los recursos importantes con los que cuenta el emprendimiento en materia de recursos financieros, físicos, humanos y hasta conocimiento.
6. Relación de clientes: Son los mecanismos que se emplearán para tener contacto con el cliente, buscando siempre la fidelización y la estimulación de las ventas.
7. Actividades claves: Son los procesos clave para el correcto funcionamiento de la actividad que se va a realizar, según la metodología Canval las actividades claves en un negocio son tres: producción, solución de problemas y plataforma.
8. Socios Clave: Hace referencia a los proveedores que necesita para el desarrollo de las actividades del negocio.
9. Estructura de costes: Son los valores que se incurre en el proceso de generar valor, es decir los costes que genera el negocio. El modelo Canvas los divide en costos fijos y variables, economías e escala y economías de campo.



Imagen 2: Modelo Canvas.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la presente investigación y la correcta toma de información necesaria para la consecución de la misma se ha diseñado una herramienta que permitió recolectar he ordenar los datos de forma clara y precisa.

El tipo de herramienta que se utilizó fue una entrevista estructurada, que contuvo información relevante e importante según el caso de estudio y que permitió esclarecer todas las incógnitas existentes, las cuales fueron razón de la investigación.

Según los resultados obtenidos en el análisis del primer objetivo, en el cual se logró identificar el número real de emprendimientos turísticos registrados en la ciudad de Puyo desde el año 2014, se procedió la contemplar e analizar los resultados del año 2017, en el cual se establecen 143 emprendimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo, de los cuales se analizó y fueron nuestros sujetos de estudio 25 establecimientos, dando como resultando en porcentajes que, el 17% de los establecimientos fueron sujeto de estudio.

CAPITULO IV

RESULTADOS

EXAMINAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE PUYO.

Situación de los emprendimientos por año.

Tabla I: Establecimientos turísticos MINTUR 2014-2017

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS EN EL MINTUR

NIVEL	2014		2015		2016		2017	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
EMPRESAS	90	38	112	41	100	43	70	30
EMPRENDIMIENTOS	119	51	133	48	112	48	143	61
CERRADOS	25	11	31	11	23	10	20	9
TOTAL	234		276		235		233	

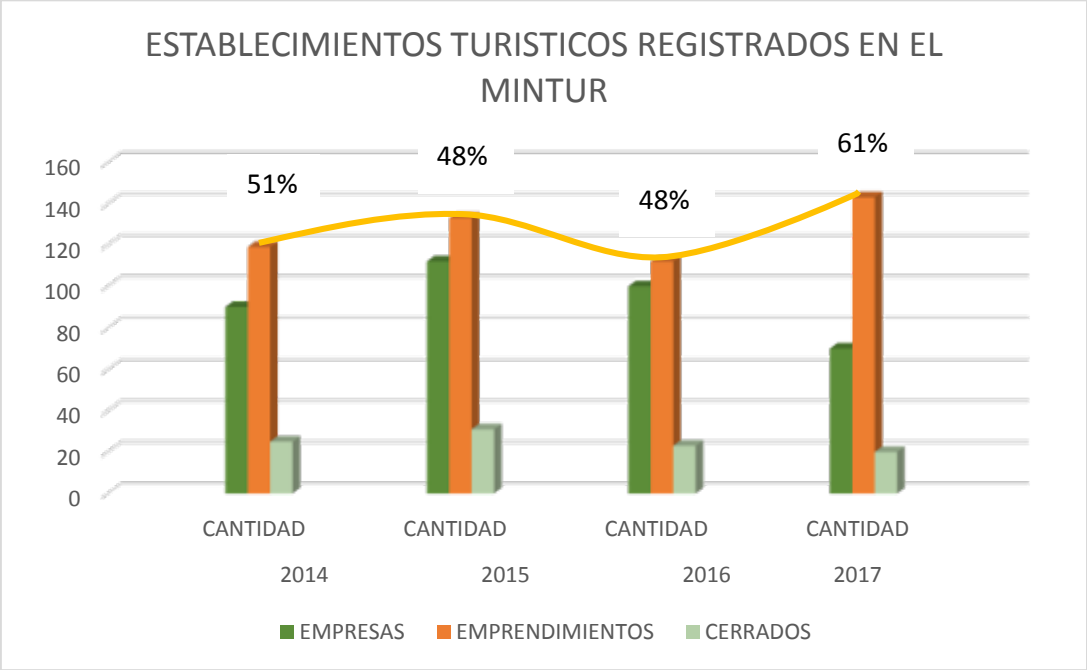


Figura I: Establecimientos registrados MINTUR 2014-2017

Según los datos obtenidos en el catastro de establecimientos en modalidades turísticas del año 2014-2015-2016-2016 se establece que, en el año 2014 el 50.85% corresponden a emprendimientos, el 38.46% son considerados empresas y el 10.68 % hace referencia a establecimientos que han cerrado, en el año 2015, el 48.19% corresponden a emprendimientos, el 40.58% son considerados empresas y el 11.23 % hace referencia a establecimientos que han

cerrado, en el año 2016, el 47.66% corresponden a emprendimientos, el 42.55% son considerados empresas y el 9.79 % hace referencia a establecimientos que han cerrado y en el año 2017 el 61.37% corresponden a emprendimientos, el 30.04% son considerados empresas y el 8.58 % hace referencia a establecimientos que han cerrado.

Datos demográficos de los emprendedores.

Tabla II: Variable sexo.

SEXO		%
MASCULINO	8	40%
FEMENINO	12	60%

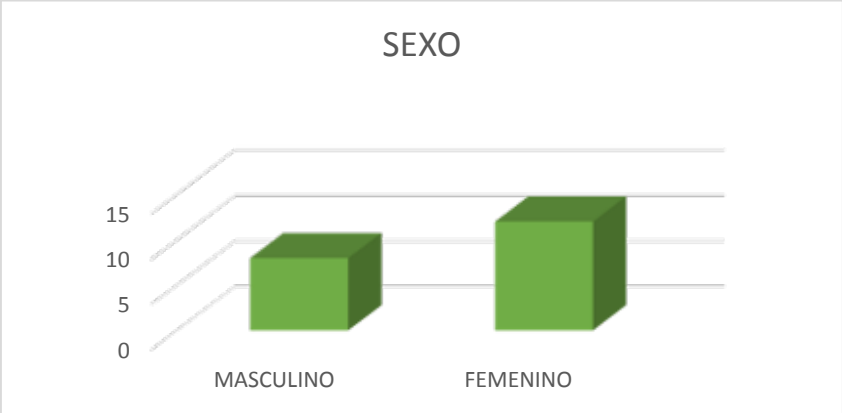


Figura II: Variable sexo.

Según los datos demográficos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 60 % de emprendimientos son liderados por mujeres, mientras que el 40% restante por hombres.

Tabla III: Variable edad.

EDAD		%
25-35	7	35
36-45	5	25
46-55	5	25
56-65	3	15

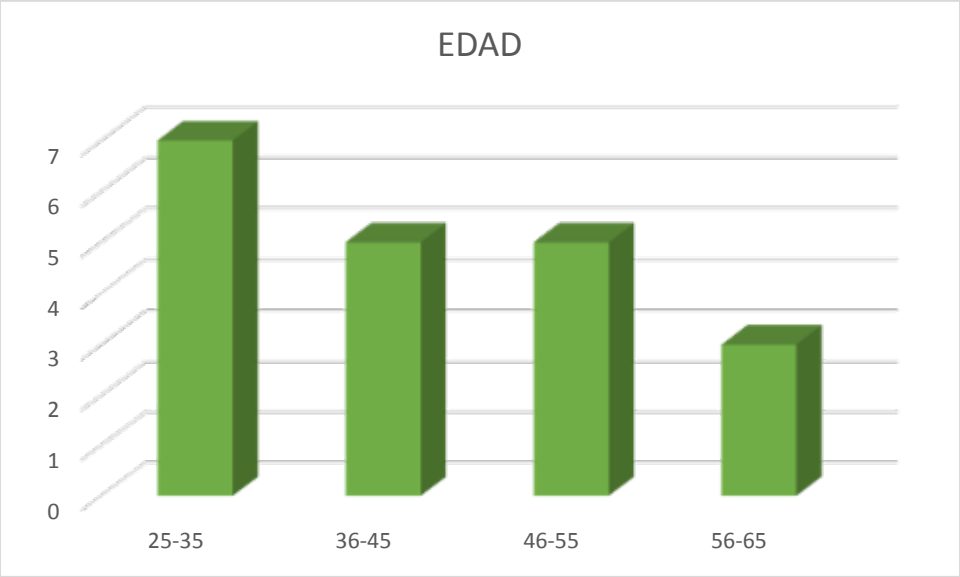


Figura III: Variable edad.

Según los datos demográficos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 35 % de emprendimientos son liderados por hombres y mujeres entre 25 a 35 años, un 25 % por hombres y mujeres entre 36 y 45 y otro 25% entre 46 a 55 años, mientras que el 15% restante por hombres y mujeres entre 56 a 65 años.

Tabla IV: Variable nivel de Educación.

NIVEL DE EDUCACIÓN		%
Primaria	0	0
Secundaria	7	35
Pregrado	9	45
Posgrado	4	20

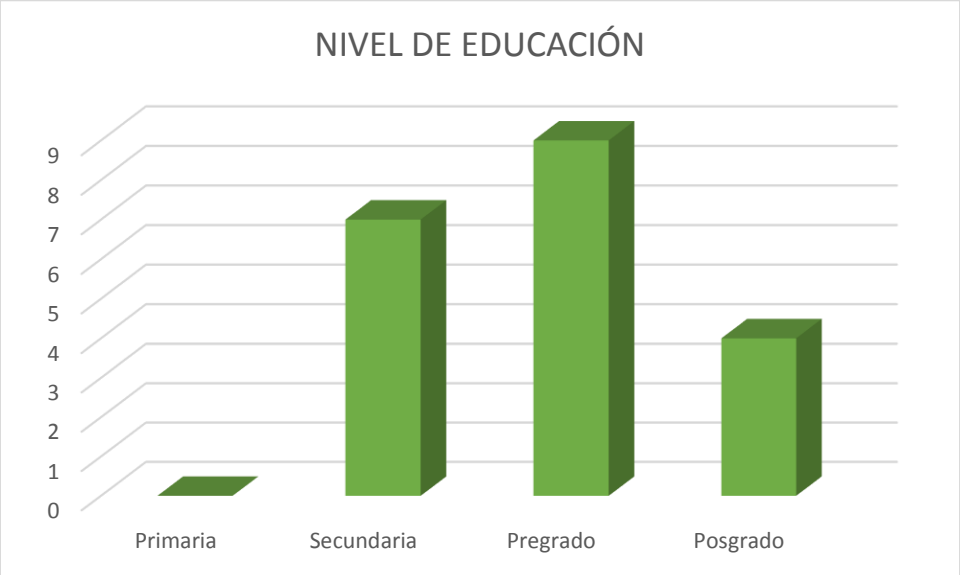


Figura IV: Variable nivel de educación.

Según los datos demográficos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 45 % de emprendimientos son liderados por hombres y mujeres con un nivel de educación de pregrado, el 35% con un nivel de secundaria y solo el 20% restante con un nivel de educación de posgrado.

Tabla V: Variable ocupación.

OCUPACIÓN		%
Empleado	3	15
Retirado/Discapacitado	1	5
Dedicado al hogar	7	35
Estudiante	1	5
Desempleado	0	0
Auto empleado	8	40



Figura III: Variable ocupación.

Según los datos demográficos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 40% de emprendimientos son liderados por hombres y mujeres que son auto empleados, el 35% son mujeres dedicadas al hogar, el 15% son empleados en empresas privadas o instituciones públicas, el 5 % son retirados de la dependencia laboral y el otro 5 % restante son aun estudiantes.

Tabla VI: Datos Variable ingresos mensuales.

INGRESOS MENSUALES		%
MENOS DE 187.00	0	0
DE 187.00 A 375.00	3	15
DE 376.00 A 562	5	25
DE 563.00 A 750.00	8	40
DE 751.00 A 1125.00	4	20
MAS DE 1125.00	0	0

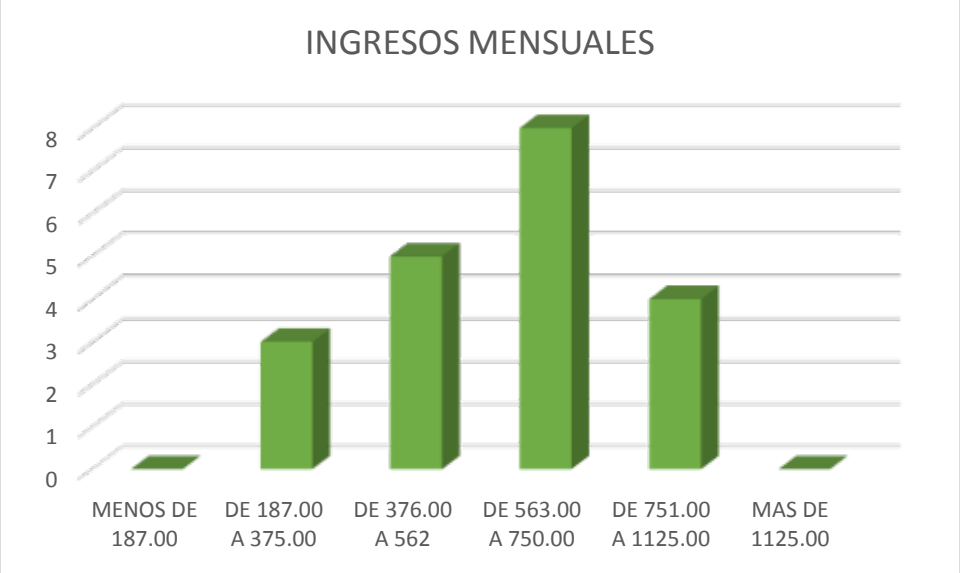


Figura IVI: Variable ingresos mensuales.

Según los datos demográficos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 40% de emprendimientos son liderados por hombres y mujeres que tienen un ingreso mensual diferente al de la actividad del emprendimiento entre 563.00 a 750.00 dólares americanos, el 25% mantienen ingresos mensuales entre 376.00 a 562.00, el 20% con ingresos entre 751.00 a 1125.00 y solo el 15 % restante mantiene ingresos mínimos entre 187.00 a 375.00 mensuales.

Tabla VII: Variable motivación para emprender.

MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER		**%**
OPORTUNIDAD	13	65
NECESIDAD	7	35



Figura V: Variable motivación para emprender.

Según los datos demográficos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 65% de hombres y mujeres que decidieron emprender se vieron motivados por una oportunidad, mientras que el 35% restante fueron motivados por una necesidad.

Características del emprendimiento.

Tabla VI Clasificación de los emprendimientos según su actividad.

ACTIVIDADES TURISTICAS		%
Hospedaje	6	30
Alimentación	8	40
Transporte	1	5
Intermediación	3	15
Actividades recreativas	2	10

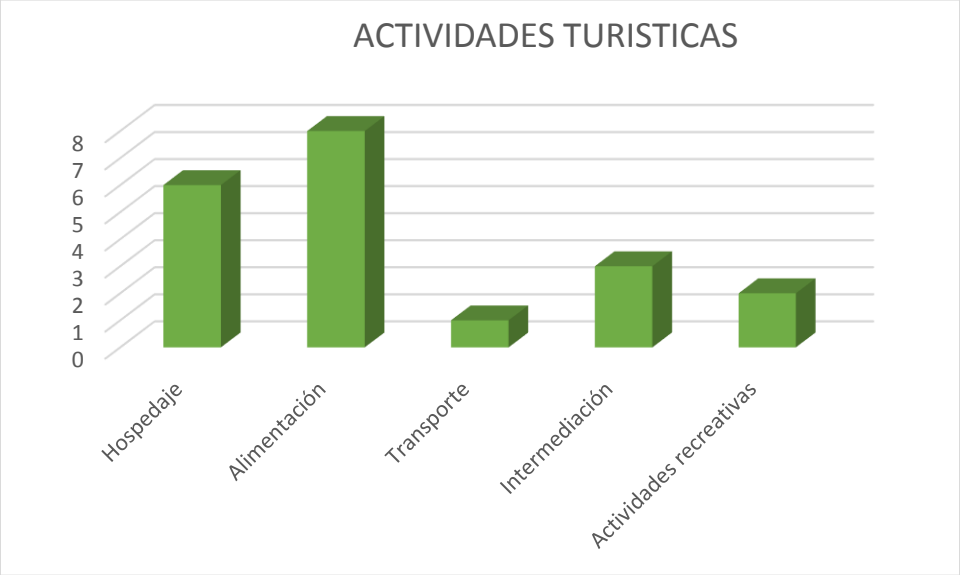


Figura VIII: Clasificación de los emprendimientos según su actividad.

Según los datos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 40% de los establecimientos se dedican a brindar los servicios de alimentación, el 30% los servicios de hospedaje, el 15% servicios de intermediación y solo el 5% servicios de transporte.

Tabla IX: Estado del inmueble.

ESTADO DEL INMUEBLE		%
-Propio	8	40
-Arrendado	12	60

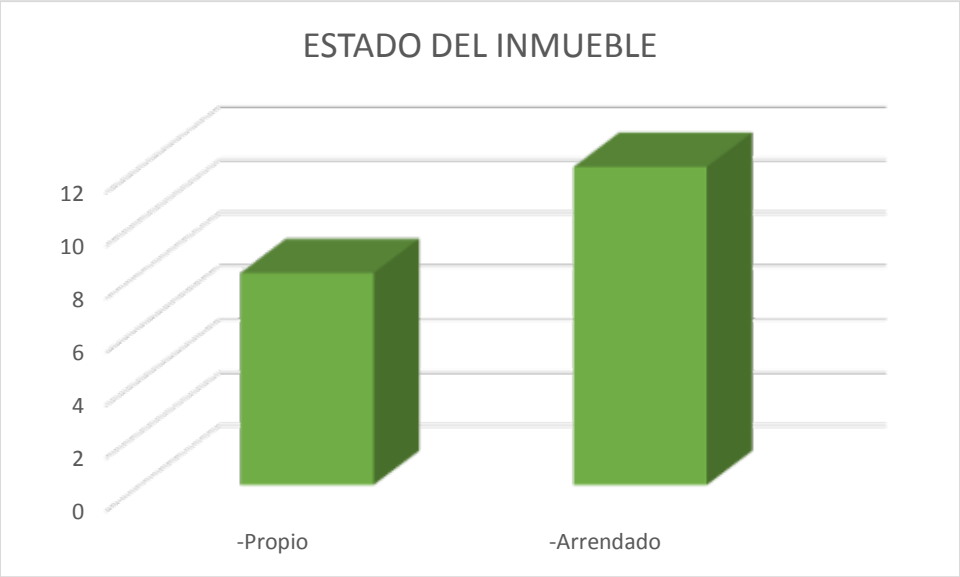


Figura VIX: Estado del inmueble.

Según los datos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 60% de los establecimientos donde se realiza la actividad comercial son arrendados, mientras que el 40% restante goza de la ventaja de tener un inmueble propio.

Tabla VII: Año de creación de los emprendimientos.

AÑO DE CREACIÓN		%
2015	3	15
2016	5	25
2017	12	60

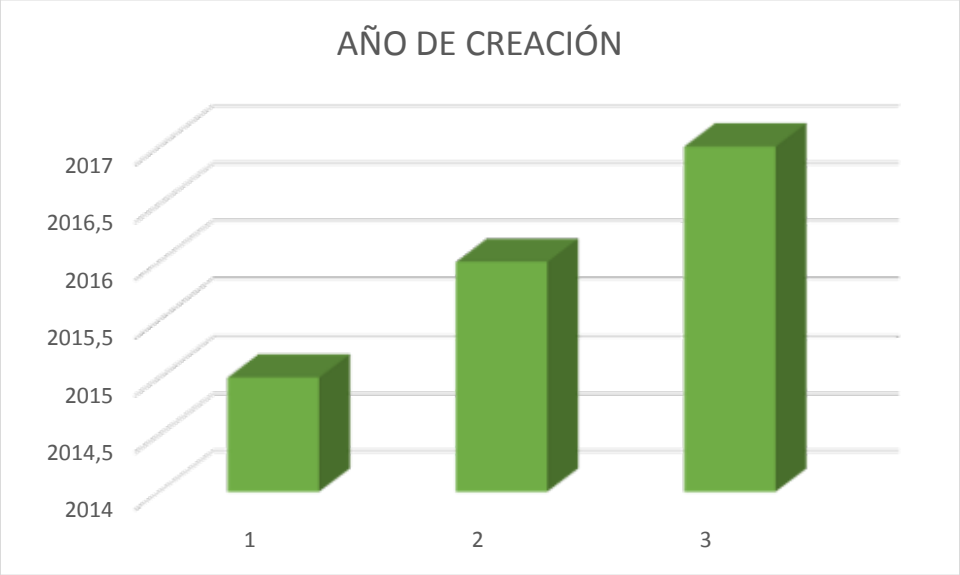


Figura VII: Año de creación de los emprendimientos.

Según los datos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 60% de los emprendimientos fueron creados en el año 2017, el 25% en el año 2016 y el 15% restante en el año 2015.

Tabla VIIII: Inversión inicial para el desarrollo de los emprendimientos.

INVERSIÓN INICIAL		%
5.000-10.000	10	50
10.001-15.000	5	25
15.001-20.000	3	15
20.001-25.000	2	10

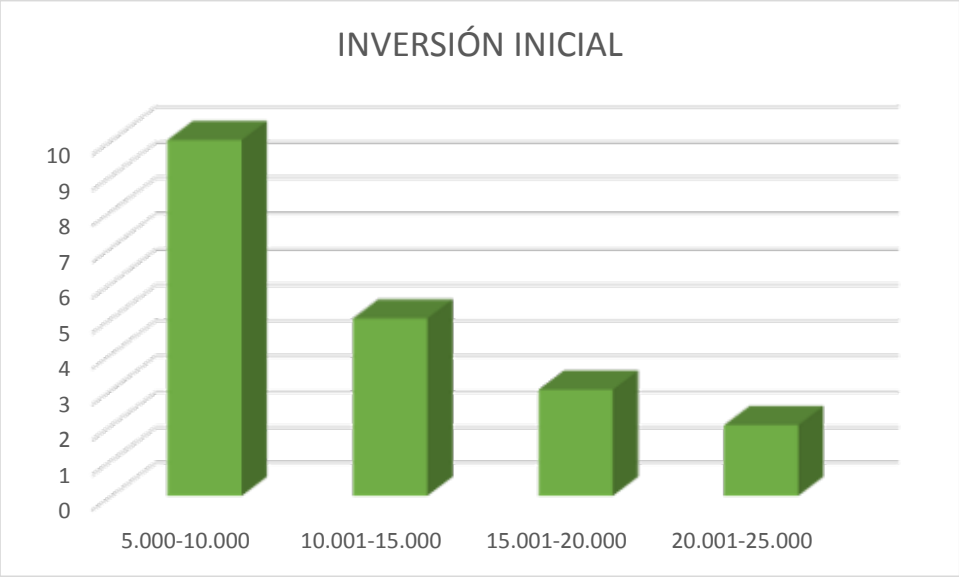


Figura VIIII: Inversión inicial para el desarrollo de los emprendimientos.

Según los datos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 50% de los emprendimientos iniciaron sus actividades con una inversión no mayor a 10.000 dólares, el 25% con una inversión no mayor a los 15.000 dólares, el 15% una inversión no mayor a 20.000 dólares y el 10% restante inicio sus actividades con una inversión no mayor a 25.000 dólares.

Etapas del emprendimiento.

Tabla IXI: Etapas por las que paso el emprendimiento.

ETAPA POR LAS QUE PASO EL EMPRENDIMIENTO		%
INTRODUCCIÓN	8	40
DESARROLLO	12	60
MADUREZ	0	0
DECLIVE	0	0

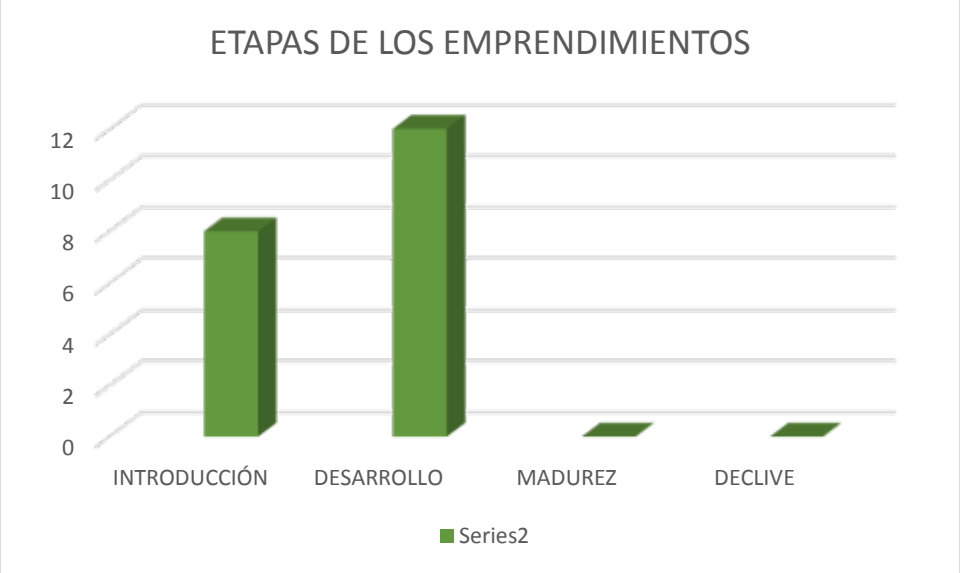


Figura IX: Etapas por las que pasaron los emprendimientos.

Según los datos obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 60% de los emprendimientos afirman estar en la etapa de desarrollo, mientras que el 40% restante menciona encontrarse en la etapa de introducción.

IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE PUYO.

Empleabilidad

Tabla XI: Factor empleabilidad al inicio del emprendimiento.

¿Cuándo empezó cuantos empleados tenía?		%
1 empleado	11	55
2 empleados	7	35
3 empleados	2	10

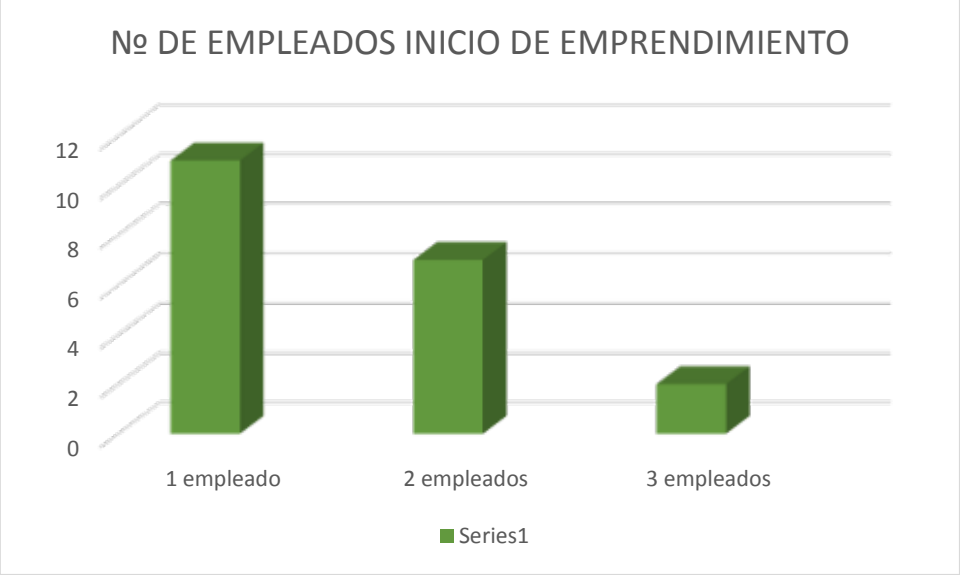


Figura X: Factor empleabilidad al inicio del emprendimiento.

Según los datos de empleabilidad obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 55% de los emprendimientos iniciaron sus actividades con un empleado, el 35% con dos empleados y el 10% restante con tres empleados.

Tabla XIV: Factor empleabilidad en la actualidad.

¿Cuántos tiene ahora?		%
1 empleado	7	35
2 empleados	10	50
3 empleados	3	15

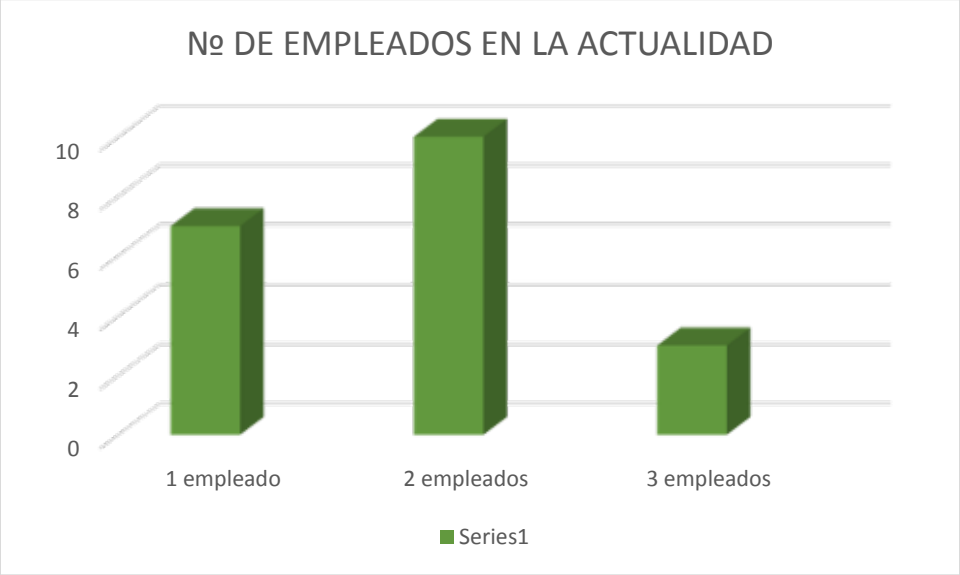


Figura XIV: Factor empleabilidad en la actualidad.

Según los datos de empleabilidad obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 50% de los emprendimientos cuentan actualmente con 2 empleados, el 35% con un empleado y el 15% restante con 3 empleados.

Tabla XII: Factor empleabilidad en el último año.

¿Cuántos empleados incorporaron el último año?		%
NINGUNO	20	100

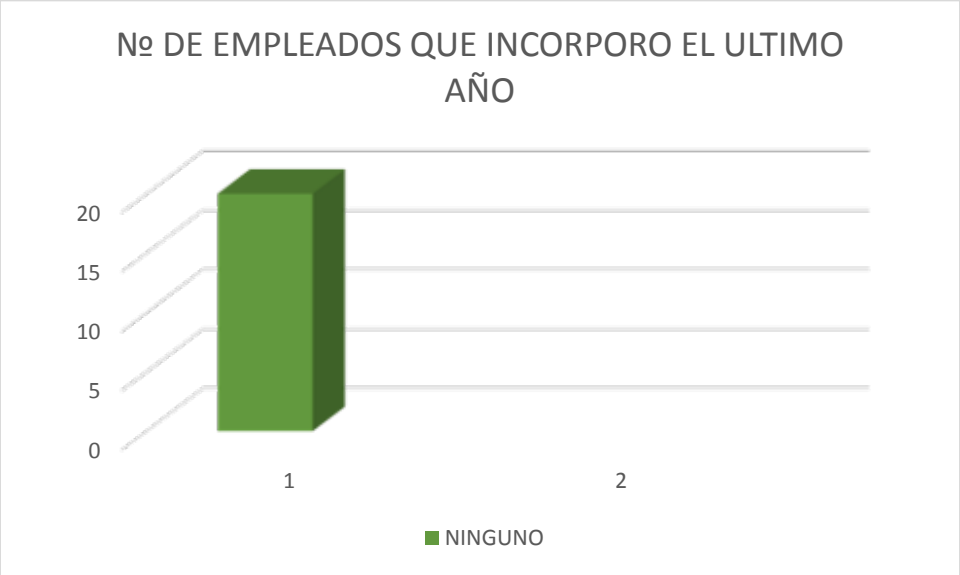


Figura XII: Factor empleabilidad en el último año.

Según los datos de empleabilidad obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 100% de los emprendimientos sujetos de estudio, afirman no haber incorporado ningún empleado en último año.

Tabla XIIII: Factor empleabilidad con miras en el próximo año.

¿Piensa incorporar empleados el próximo año?		%
SI	2	10
NO	18	90

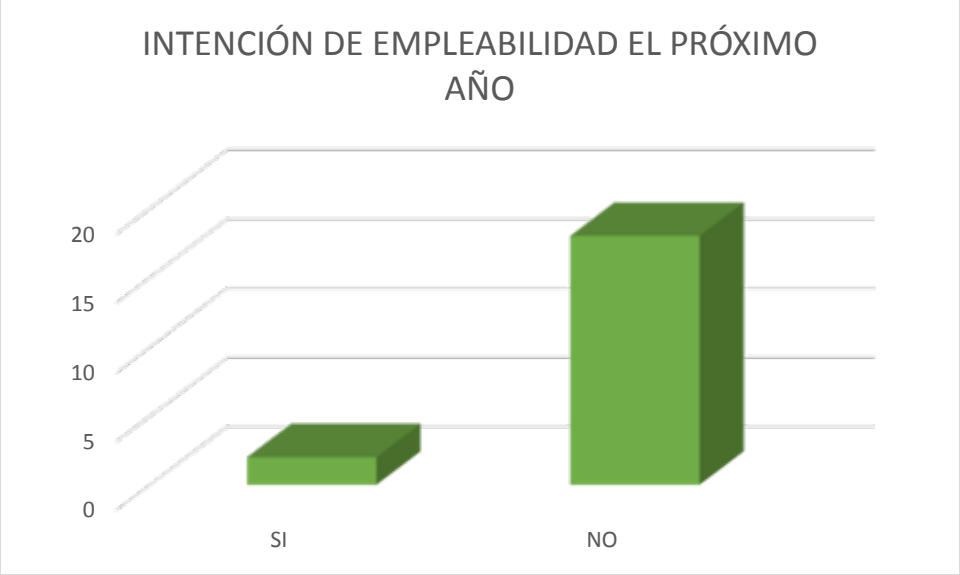


Figura XIIII: Intensión de empleabilidad el próximo año.

Según los datos de empleabilidad obtenidos del catastro de establecimientos turísticos registrados en el MINTUR en el año 2017 y considerando solo al 61.37% que corresponde a emprendimientos, se ha identificado que el 10% de los emprendimientos sujetos de estudio, afirman que incrementarían mínimo un empleado el próximo año, mientras que el 90% afirma no incorporar ningún empleado en el siguiente año.

Organización del emprendimiento

Tabla XIVI: Cambios en la organización de los emprendimientos.

CAMBIO EN LA ORGANIZACIÓN		%
SI	7	35
NO	13	65

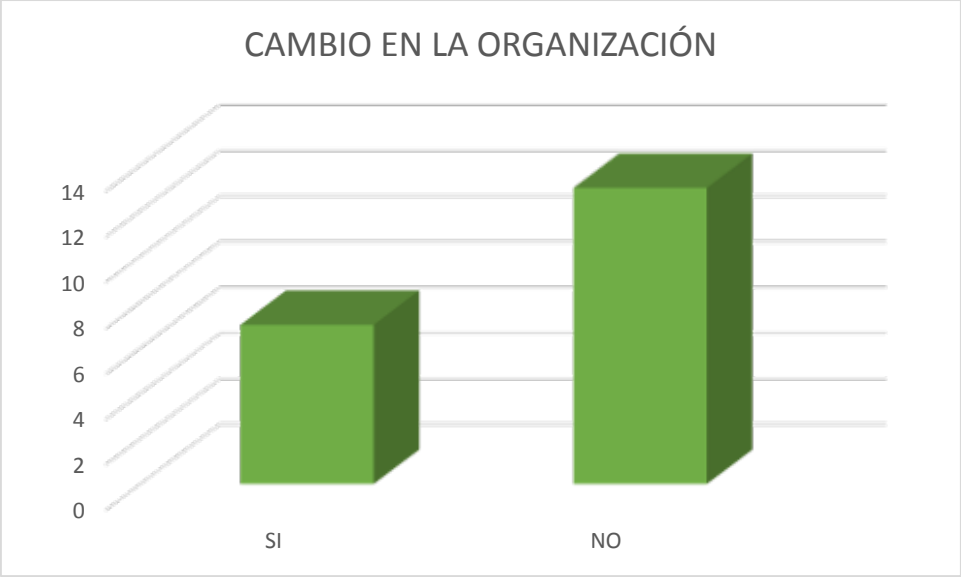


Figura XIVI: Cambios en la organización de los emprendimientos.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 65% de los emprendimientos no han experimentado cambios en su organización, mientras que el 35% restante asegura haber asumido cambios considerables.

Tabla XV: Cambios organizacionales.

CAMBIOS ORGANIZACIONALES		%
ESTRUCTURA EMPRESARIAL	5	71
PROFESIONALIZACIÓN	4	57
RECURSOS HUMANOS	3	43

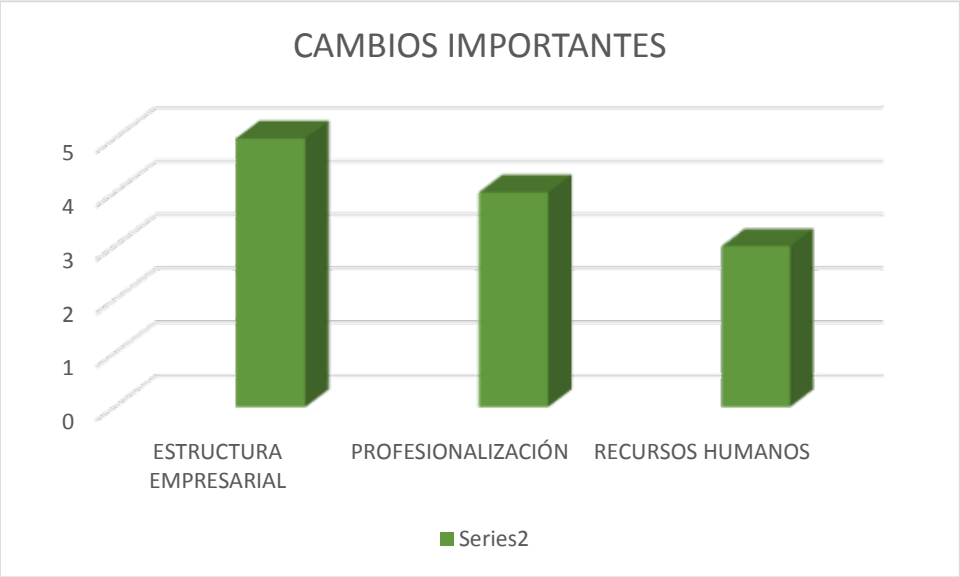


Figura XV: Cambios organizacionales.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 71% de los emprendimientos han experimentado cambios en su estructura empresarial, el 57% en su profesionalización y el 43% ha experimentado cambios en los recursos humanos.

Tabla XIX: Presencia de asesoramiento.

HA RECIBIDO ASESORAMIENTO		%
PROFESIONAL	0	0
NO PROFESIONAL	20	100

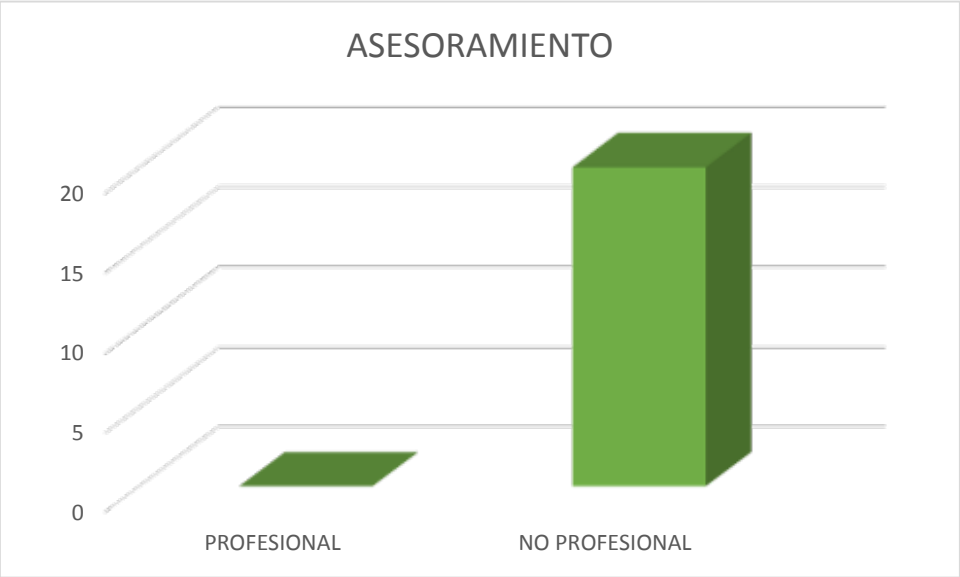


Figura XIX: Presencia de asesoramiento.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 100% de los emprendedores aseguran haber recibo asesoramiento no profesional, es decir asesoramiento de familiares y amigos que desconocen de materia turística o del negocio en el que se desarrolla.

Tabla XX: Participación en Asociaciones o cámaras.

PERTENECE A ALGUNA ASOCIACIÓN		%
SI	12	60
NO	8	40

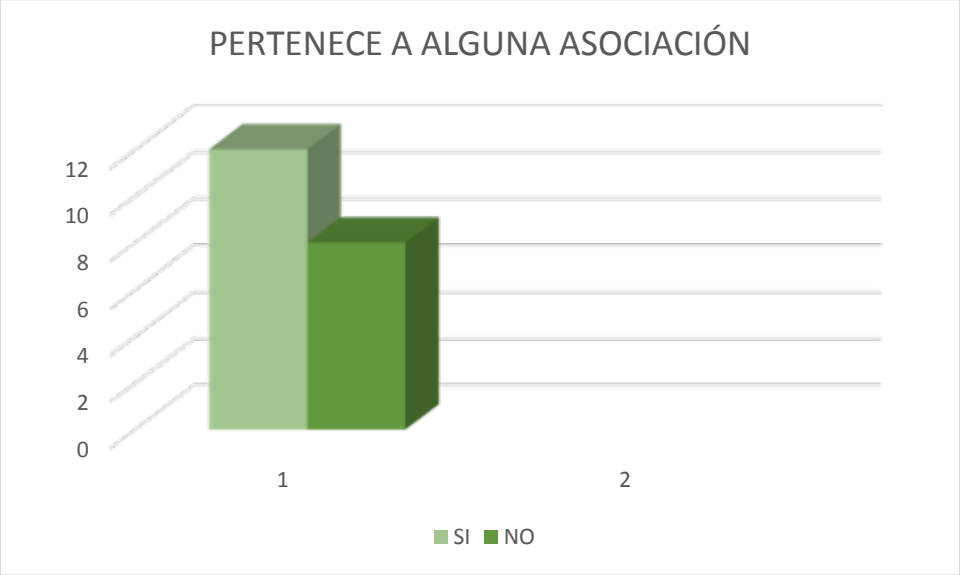


Figura XVI: Participación en asociaciones o cámaras.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 60% de los emprendimientos pertenecen a una asociación o cámara de su tipo de negocio, mientras que el 40% restante no pertenece a ninguna asociación o cámara.

Tabla XVII: Participación en programas de fomento empresarial.

PARTICIPA EN PROGRAMAS DE FOMENTO EMPRESARIAL		%
SI	13	65
NO	7	35

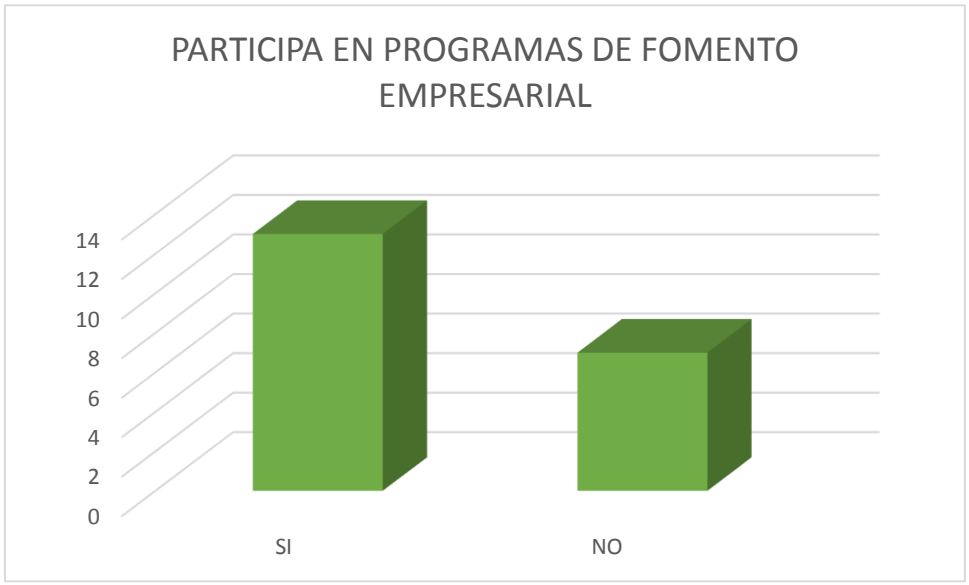


Figura XVIII: Participación en programas de fomento empresarial.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 65% de los emprendimientos participa en un programa de fomento empresarial (prestamos en instituciones financieras) y el 35% restante no participa en ningún programa.

Productos/Servicios.

Tabla XVIIII: Cambios en los productos/servicios.

CAMBIOS EN EL PRODUCTO/SERVICIO		%
SI	8	40
NO	12	60

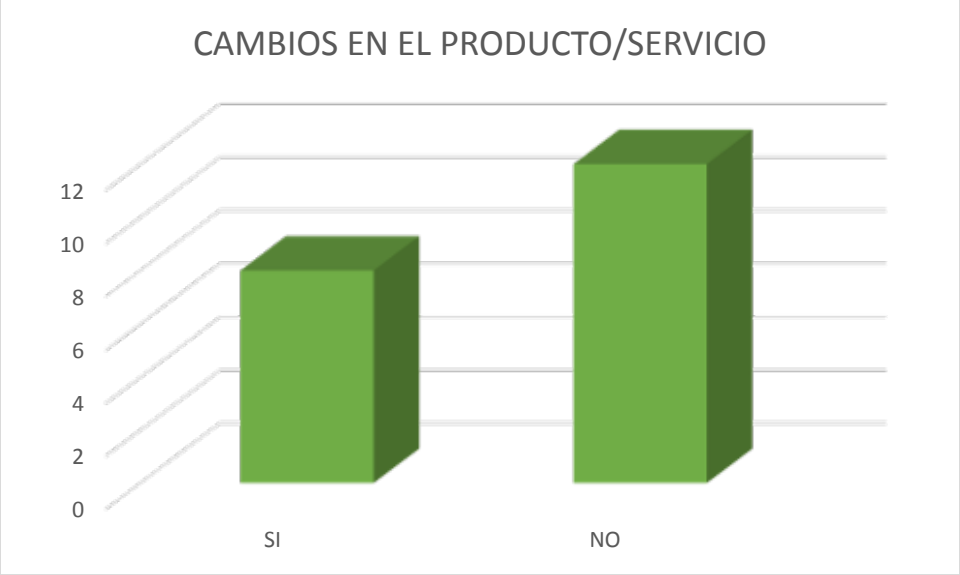


Figura XVIIII: Cambios en los productos/servicios.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 60% de los emprendimientos han experimentado cambios en el producto/servicio que ofertan, mientras que el 40% restante afirma no haber pasado por ningún cambio.

Tabla XVIII: Cambios establecidos en los productos/servicios.

CAMBIOS EN LOS PRODUCTOS/SERVICIOS		%
TÉNICAS DE COMERCIALIZACIÓN	5	63
PRECIO	6	75
INNOVACIÓN	4	50

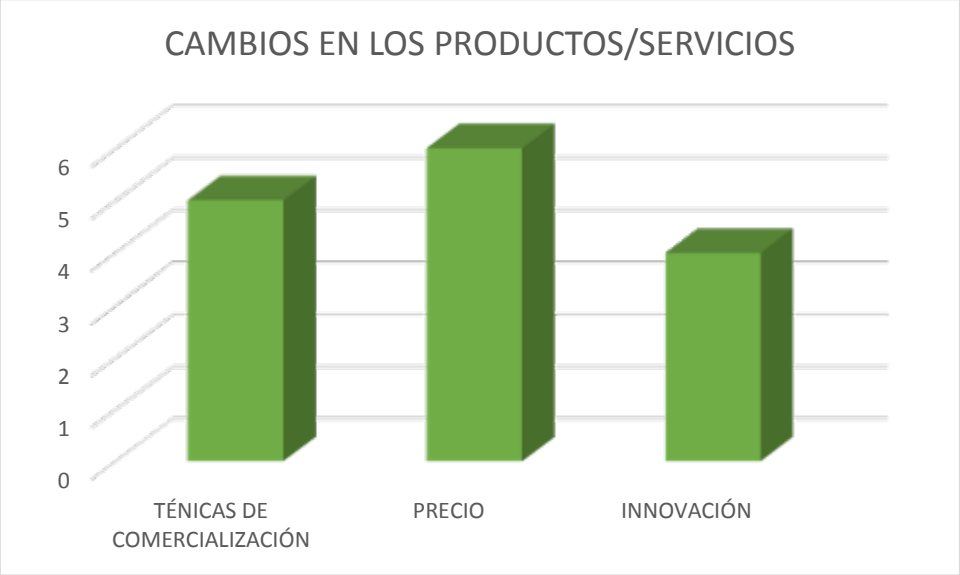


Figura XIX: Cambios desarrollados en los productos/servicios.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 75% de los emprendimientos han experimentado cambios en el precio de su oferta, el 63% en cambio en las técnicas de comercialización de su oferta y el 50% en la innovación de su producto o servicio.

Tabla XXIV: Razones de ajustes de precios en los productos/servicios en el último año.

MOTIVOS DE AJUSTE DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS EN EL ÚLTIMO AÑO		%
TENER MAYOR DEMANDA	2	33
GENERAR INGRESOS SUFCIENTES PARA MANTENERSE	3	50
CREAR POPULARIDAD	1	17

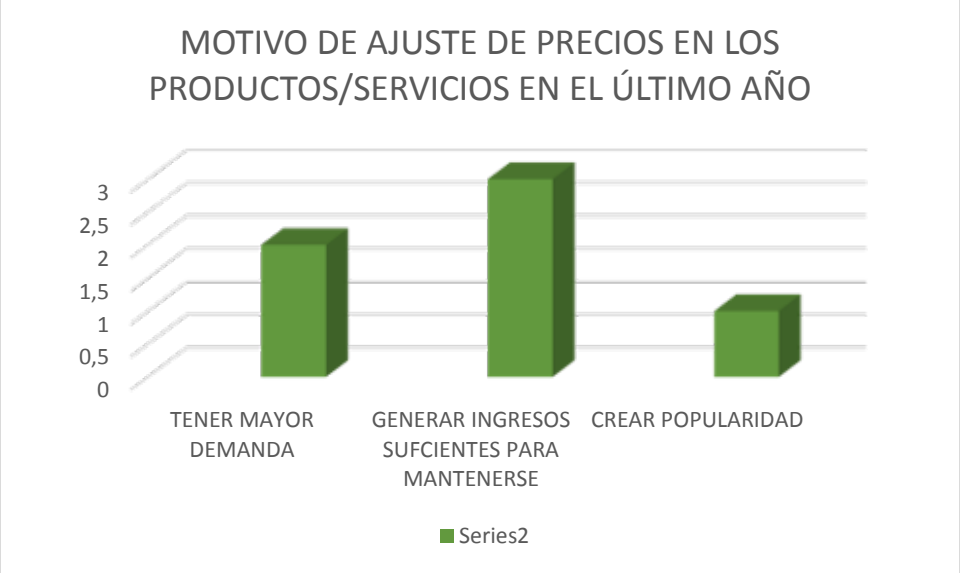


Figura XXIV: Razones del ajuste de los recios de los productos/servicios el último año.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 50% de los emprendimientos han asegurado haber experimentado cambios en el precio de su oferta, afirman haberlo hecho para generar ingresos suficientes para mantenerse, el 33% lo hizo ara tener mayor demanda y el 17% restante lo hizo para crear popularidad en su medio.

Tabla XXV: Diferencias entre el emprendimiento y la competencia.

¿EXISTEN DIFERENCIAS ENTRE SU EMPRENDIMIENTO Y LA COMPETENCIA?		%
SI	9	45
NO	11	55

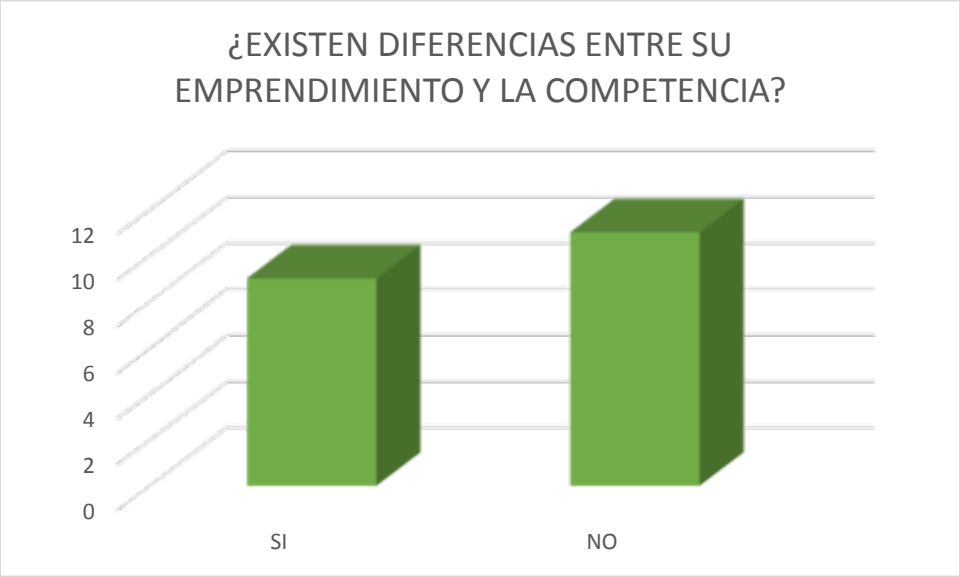


Figura XX: Diferencias entre el emprendimiento y la competencia.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 55% de los emprendimientos afirman que no existen diferencias entre su negocio y la competencia, mientras que el 45% restante asegura que existen diferencias.

Tabla XIXI: Identificación de las diferencias con la competencia.

DIFERENCIAS CON LA COMPETENCIA		%
CALIDAD EN EL PRODUCTO/SERVICIO	7	35
INNOVACIÓN	4	20
MEJOR PRECIO	9	45

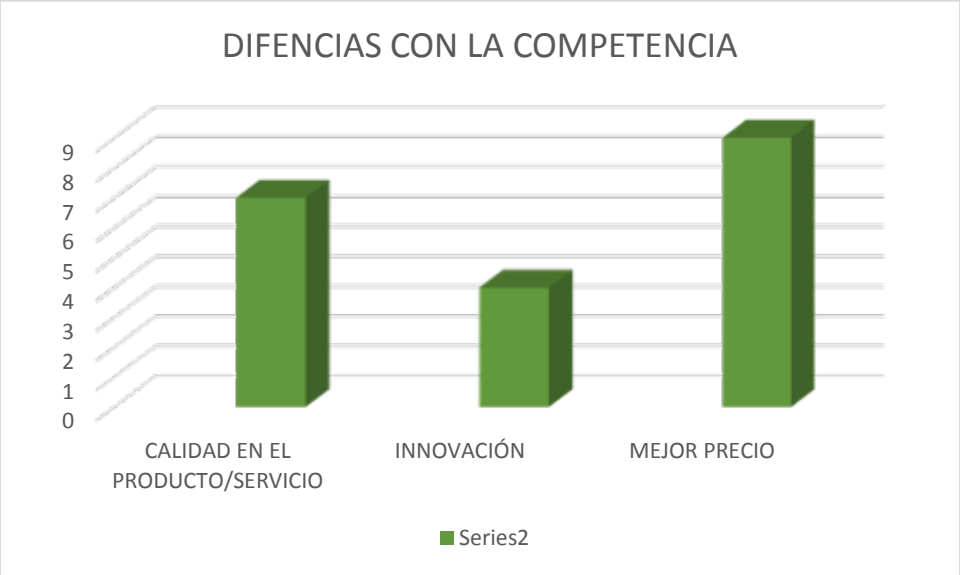


Figura XXII: Diferencias con la competencia.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 45% de los establecimientos afirman que lo que les diferencia de la competencia es el precio de la oferta, el 35% le acredita a la calidad de los productos/servicios y el 20% restante asegura que le diferencia de la competencia la innovación de su oferta.

Momentos que atravesó el emprendimiento.

Tabla XXII: Peores momentos que atravesó el emprendimiento.

LOS PEORES MOMENTOS		%
LOS PRIMEROS 6 MESES	11	55
EL PRIMER AÑO	9	45

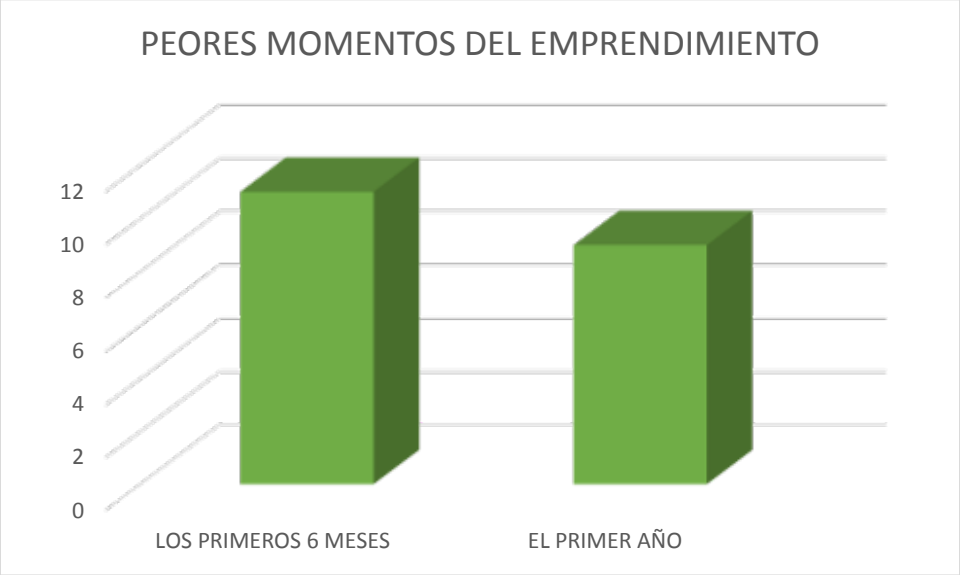


Figura XXII: Peores momentos que atravesó el emprendimiento.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 55% de los establecimientos afirman que los momentos más críticos que atravesaron fue los primeros 6 meses de funcionamiento, el 45% el primer año.

Tabla XXI: Mejores momentos que atravesó el emprendimiento.

LOS MEJORES MOMENTOS		%
A PARTIR DEL SEXTO MES	11	55
EL SEGUNDO AÑO	9	45
FERIADOS	20	100

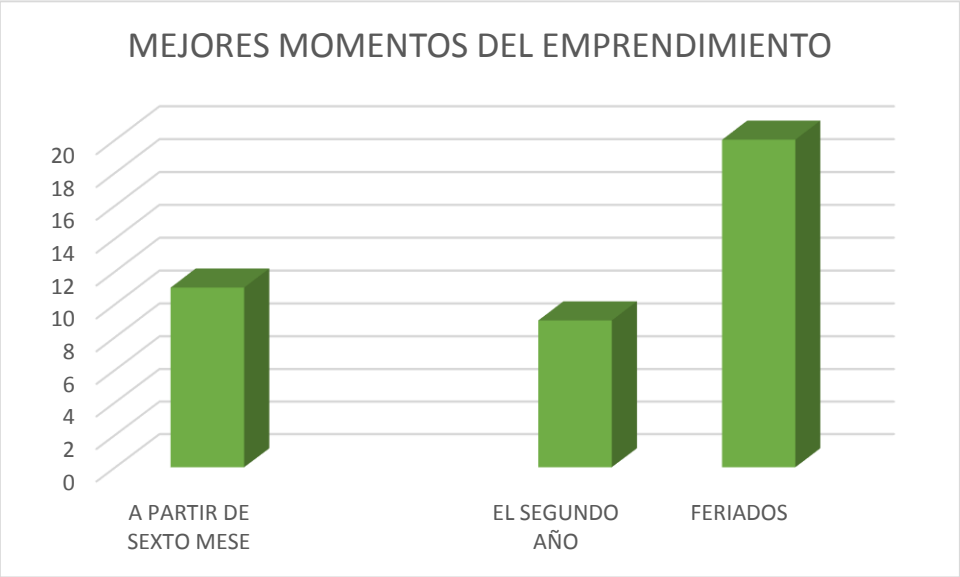


Figura XXIII: Mejores momentos que atravesó el emprendimiento.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 55% de los establecimientos afirman que los mejores momentos que atravesaron fue a partir del sexto mes de funcionamiento, el 45% a partir del segundo año y finalmente el 100% de los entrevistados concluye que otro de los mejores momentos, son las épocas de festividades y feriados.

Tabla XXIIX: Intención de cerrar el emprendimiento.

	PENSARON EN CERRAR	%
SI	15	75
NO	5	25

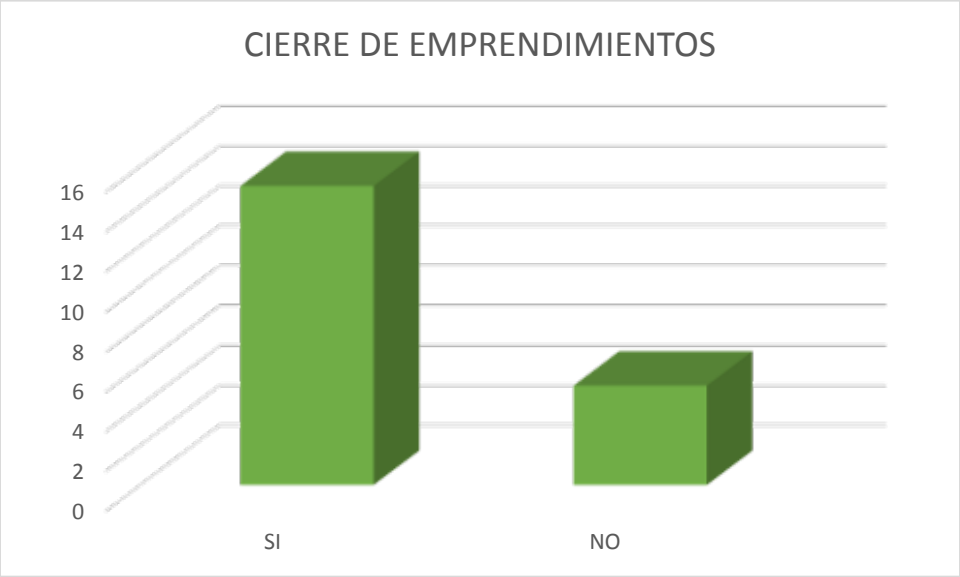


Figura XXIX: Intención de cerrar el emprendimiento.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 75% de los emprendimientos pensaron en cerrar su negocio y el 25% manifestó no haberlo pensado.

Tabla XXIIIX: Causas de la intención de cerrar el emprendimiento.

POR QUE PENSARON CERRAR		%
NO GENERA UTILIDAD	4	20
NO EXISTE DEMANDA CONSTANTE	9	45
EL PUYO NO ES TURISTICO	7	35

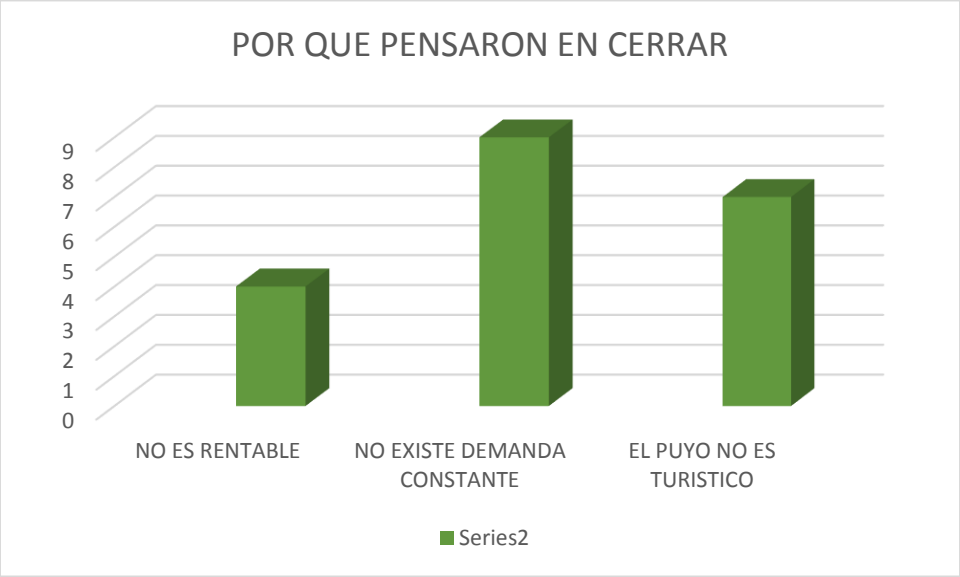


Figura XXIV: Causas de intención del cierre del emprendimiento.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 45% de los emprendimientos han pensado en cerrar por que no existe una demanda constante, el 35% afirma que el motivo de su cierre sería porque la ciudad de Puyo no es turística y el 20% por que el negocio no genera utilidad.

Factores que intervienen en el desarrollo de los emprendimientos.

Tabla XXIVI: Factores internos favorables.

FACTORES INTERNOS, CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO			%
PRODUCTO/ INNOVADOR	SERVICIO	7	35
VARIEDAD		4	20
PRECIO		9	45

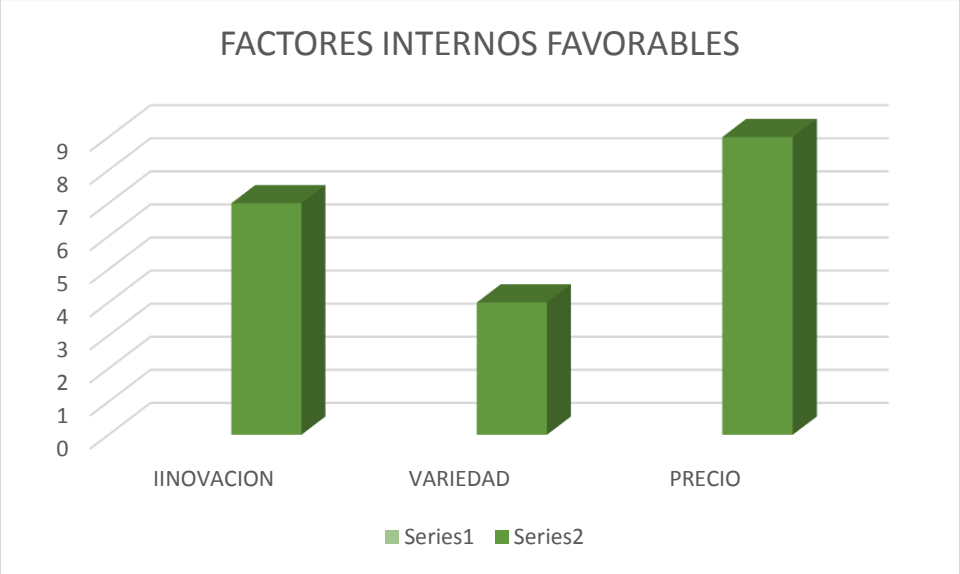


Figura XXVI: Factores internos favorables.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 45% de los emprendimientos destacan que el factor interno más relevante es el precio de su oferta, el 35% le adjudica a la innovación que existe en su oferta y el 20% restante a la variedad de sus productos/servicios.

Tabla XXVII: Factores externos favorables.

FACTORES EXTERNOS, CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO		%
ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA	11	55
TRANSFERENCIA DE I+D	5	25
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR	4	20

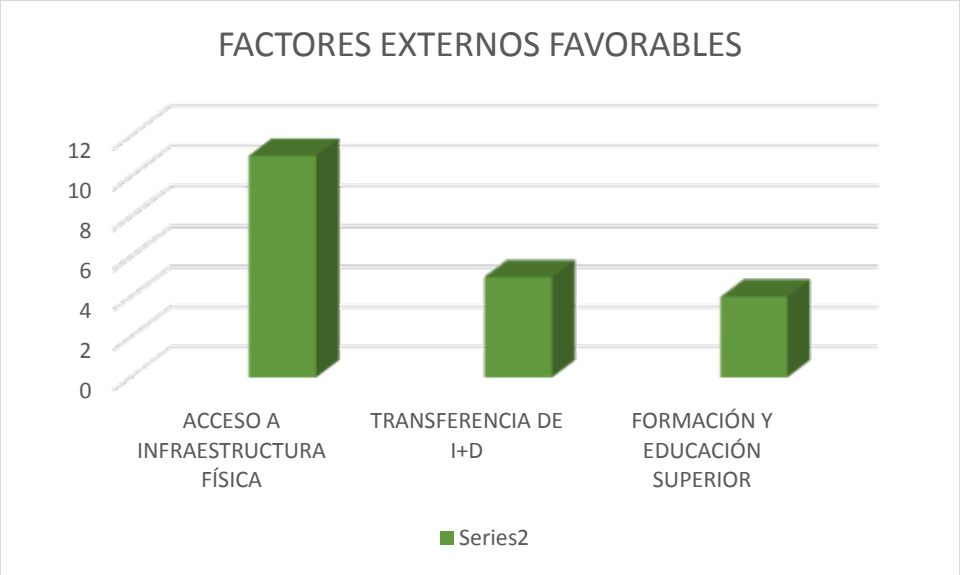


Figura XXVII: Factores externos favorables.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que los emprendedores afirman que en un 55% el acceso a infraestructura física, en un 25% la transferencia de I+D y en un 20% la formación y educación superior, son factores favorables para el desarrollo de los emprendimientos.

Tabla XXVI: Factores internos desfavorables.

FACTORES INTERNOS, DECRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO		%
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	9	45
ESTUDIO DE MERCADO	5	25
SISTEMA DE ANALISIS DE COSTOS	7	35

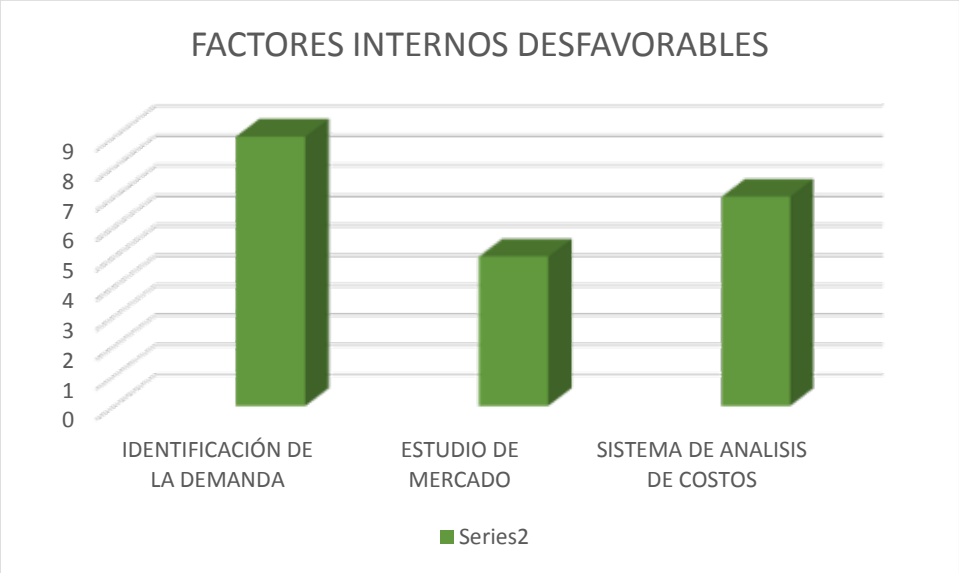


Figura XXVIII: Factores internos desfavorables.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 45% de los emprendedores afirman que la falta de identificación de la demanda ha sido un factor desfavorable para el desarrollo de su emprendimiento, el 35% hace referencia a la ausencia de un sistema de análisis de costos y el 25% restante al estudio del mercado en el que se desarrollan.

Tabla XXVIIV: Factores externos desfavorables.

FACTORES EXTERNOS, DECRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO		%
POLITICAS GUBERNAMENTALES A FAVOR DE LOS EMPRENDIMIENTOS	7	35
FACILIDAD DE FINANCIAMIENTO	5	25
PROGRAMAS DE INCENTIVOS Y EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO	2	10
PLAN DE DESARROLLO TURISTICO	5	25
ORDENAMIENTO TERRITORIAL	1	5

Figura XXVIIIV: Factores externos desfavorables.

Según los datos obtenidos de los emprendimientos turísticos, registrados en el MINTUR en el año 2017, se ha identificado que el 35% de los emprendedores afirman que la ausencia de políticas gubernamentales a favor de los emprendimientos afecta considerablemente el desarrollo de sus negocios, en segundo nivel pero no menos importantes, se encuentra la falta de facilidades de financiamiento y un plan de desarrollo turístico local, en última instancia se identificó con un 5% a la ausencia de ordenamiento territorial local.

DISEÑAR UNA PROPUESTA QUE PERMITA MEJORAR EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN LA CIUDAD DE PUYO.

GUIA PRÁCTICA PARA EMPRENDEDORES TURISTICOS

INTRUDUCCIÓN

La presente guía práctica para emprendedores turísticos “10 PASOS PARA EMPRENDER”, tiene como finalidad, servir como un instrumento didáctico, que les permita a los emprendedores conocer los factores a considerar antes de iniciar un negocio y durante el desarrollo del mismo.

OBJETIVOS

1. Incentivar a la cultura de emprendimiento.
2. Disminuir el índice de fracaso de los emprendimientos.
3. Aportar al correcto funcionamiento de los emprendimientos.

5 PASOS PARA EMPRENDER

PRIMERO: IDEA DE NEGOCIO

Identificar la idea de negocio correcta es la pieza clave para lograr un buen emprendimiento.

1. Hacer una lista de todas las ideas, no importa cuántas sean.
2. Buscar siempre ideas que sean novedosas, ya que despertaran mayor interés en nuestros potenciales clientes.
3. Las ideas de negocio deben siempre buscar la satisfacción de las necesidades de los clientes.
4. La idea de negocio debe estar asociada a tus capacidades físicas, didácticas e intelectuales, de esta manera será mucho más fácil entenderla y desarrollarla.
5. Empieza a asociar tú idea de negocio con la oportunidad de negocio, es decir, debemos observar a nuestros potenciales clientes y analizar si nuestra oferta es realmente lo que ellos necesitan y están dispuestos a pagar por ello.

SEGUNDO: ELECCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Antes de pasar al siguiente paso, debemos aclarar las siguientes interrogantes.

1. ¿Qué producto o servicio vamos a vender?

2. ¿Cuáles son sus cualidades y atributos que lo hacen potencial y lo diferencian de los existentes en el mercado?
3. ¿A quiénes vamos a vender nuestros productos o servicios?
4. ¿Cómo vamos a hacer que conozcan nuestra oferta?

TERCERO: PLAN DE NEGOCIO

Nos permitirá saber de forma exacta que debemos hacer para poner en marcha nuestra idea de negocio y conocer el presupuesto que necesitamos para la operación de la misma.

1. Estudio de mercado

   Analizar el medio en el que vamos a comercializar nuestro producto o servicio es trascendental, debido a que se identificará el comportamiento de los consumidores, el nivel de consumo que existe y se logará definir a que segmento de mercado se deben enfocar. También se podrá generar estrategias que permitan su penetración en el mercado y la fijación de metas en ventas.
2. Estudio técnico u operacional

   Este estudio lo que permitirá es conocer a detalle cada uno de los procedimientos que se debe realizar para la producción de un producto o servicio, de esta manera se obtiene un control en el uso de los recursos, un conocimiento real de los costos que genera la producción y se garantiza un producto o servicio de calidad.

   2.1. Lo que primero se debe realizar es una ficha técnica en la cual se describa las características físicas (color, tamaño, peso, diseño, etc.), cualidades y características de empaque, embalaje y características técnicas del producto o servicio.

   2.2. Posterior a eso, en la misma ficha de debe realizar de forma secuencial la descripción del proceso, detallando cada una de las actividades y procedimientos que se deben seguir para la producción del producto o servicio.

   2.3. Siguiendo la misma línea se debe detallar las necesidades y requerimientos indispensables para la elaboración del producto o servicio, es decir la materia prima, maquinaría, mano de obra, tecnología, entre otros.

   2.4. Como cuarto paso, se debe crear un plan de producción, basado en la fijación de metas que se desarrollaron en el 3er paso-Estudio de mercado, el plan debe ser cuantificado en unidades y por periodos de tiempo.

2.5. Como siguiente enunciado se debe asignar los costos de producción, tomando en cuenta los costos de materia prima, mano de obra, equipamiento, etc.

2.6. Finalmente se detallará la infraestructura a adquirir, indicando la función de cada una de ellas en la producción del producto o servicio.

3. Estrategia organizacional

3.1. Realizar un análisis FODA del producto o servicio a ofertar, en el que se identifique cada uno de sus componentes (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas).

3.2. Crear una estructura organizacional, en la que se contemple los niveles directivos, administrativos y operativos, de igual manera y dependiendo del número de integrantes se debe establecer la junta directiva y asignar responsabilidades a cada uno de los socios.

3.3. Identificar el tipo de empresa que va a crear, ya sea de carácter individual o en sociedad, respetando siempre las normas y reglamentos vigentes establecidos por los entes reguladores (Municipio, Sri, Ministerios, entre otros).

3.4. Finalmente, analizar de los costos administrativos que conlleva la puesta en marcha del emprendimiento, en el que se tomará en cuenta el espacio físico, servicios básicos, pago de salario del recurso humano que no se encuentre inmerso en el proceso de producción.

4. Análisis financiero

Por medio de este análisis se podrá conocer la viabilidad del negocio a emprender, ya que se conocerá el valor total de inversión necesario para la puesta en marcha.

4.1. Identificar las fuentes de financiamiento para desarrollar el emprendimiento, especificar el valor exacto de las aportaciones en efectivo del o los miembros del negocio, en el caso de que la aportación sea en bienes, detallar la etapa en la que colaboraría el aporte. Si el aporte es en materia de créditos en cualquier tipo de institución financiera, detallar el monto a recibir, el porcentaje de interés, la forma de pago y el tiempo a cancelar.

4.2. Se debe establecer un monto para capital de trabajo, el mismo que permitirá desarrollar las actividades con normalidad hasta empezar a generar ventas.

5. Plan operativo

   Es básicamente una programación de las actividades que se deben poner en marcha, indicando el tiempo y el monto necesario para su ejecución, así como estableciendo responsables.

   5.1. Crear un cronograma en el que se registre las actividades, recursos y tiempos necesarios para desarrollar el plan de negocios, por medio de esta herramienta se podrá dar seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de conocer de forma clara el estado real del proceso.

CUARTO: ESTRATEGIAS DE MARKETING

Luego de haber realizado los tres pasos anteriores, están listos para crear una correcta estrategia de marketing, que permita llegar al consumidor de manera eficiente, el objetivo aparte de dar a conocer la oferta, es lograr que los potenciales clientes sientan interés por los productos o servicios, y los asocien con sus necesidades, de esta forma verán a nuestra oferta como algo que es indispensable para ellos y no como una oferta más. De la combinación correcta de estos 4 elementos dependerá el éxito comercial de la oferta.

Se analizará desde las 4P del marketing.

1. Producto/Servicio

   Es importante al momento de realizar la estrategia de Marketing mostrarles a los potenciales clientes cual es la oferta, que beneficios ofrece su consumo y las características que lo hacen diferente y mejor de la competencia.

2. Precio

   Fijar el precio a la oferta no es solo la suma de los costos de producción más el porcentaje de utilidad que esperamos tener, es un proceso delicado que si no lo hacemos correctamente podemos dañar la imagen del producto o servicio.

   2.1. Lo primero que se debe hacer es identificar el valor real que tiene la oferta.
   2.2. Luego, qué valor tiene la oferta de la competencia.
   2.3. Finalmente se debe analizar la oferta, el producto o servicio que deseas vender va a ser de carácter económico o va a ser exclusivo.

3. Plaza

Hace referencia a los lugares donde se debe comercializar la oferta y a los canales de distribución que se utilizará para hacerla conocida.

3.1. A mayor cantidad de lugares y canales de distribución, mayor serán las ventas

3.2. Escoger correctamente los lugares y canales de distribución, en base a la información detallada en el plan de negocios (potenciales clientes, mercado meta).

4. Promoción

Es básicamente el proceso de decirles a los potenciales clientes que existe una nueva y mejor oferta y darle las razones claras de por qué es mejor consumirla, el objetivo de la promoción o publicidad es dar a conocer y luego acelerar el proceso de ventas.

4.1. La publicidad debe ser excelente calidad, enfocada siempre en mostrar las ventajas y beneficios de la oferta.

4.2. La publicidad debe ser transmitida por los medios correctos, donde se conoce que están los potenciales clientes que les podría interesar la oferta.

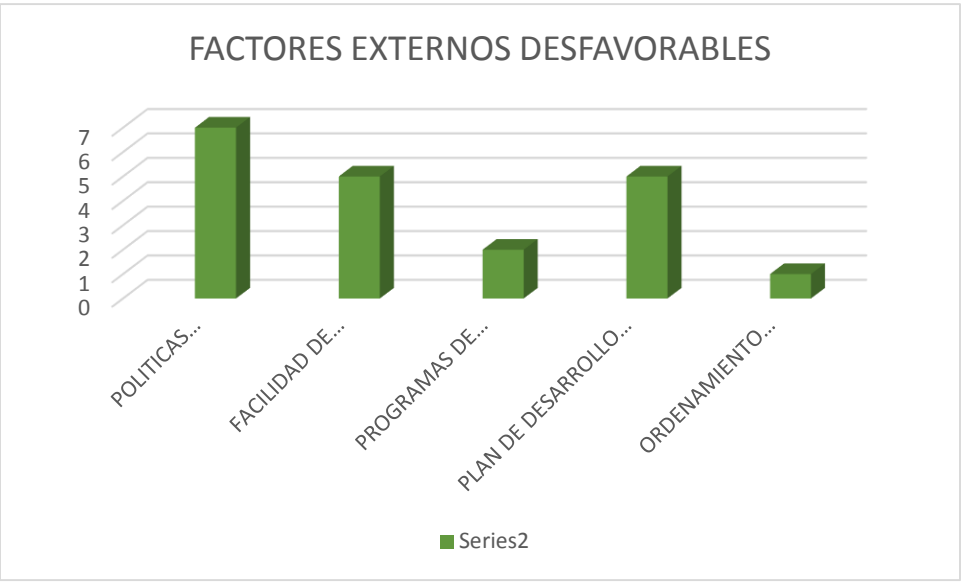
4.3. Ofrecer siempre algo que sea atractivo para el subconsciente de los clientes, como descuentos, bonos o gratuidades, esto ayudará a despertar más el interés del consumidor.

QUINTO: OPORTUNIDADES EMPRESARIALES

Al hablar de oportunidades empresariales, no se trata de nada más de saber identificar espacios o medios que podrían ser útiles para dar a conocer la oferta de forma más directa o para obtener conocimiento que podría ser muy útil para mejorar la oferta.

5.1. “Si tu negocio no está en internet, tu negocio no existe”, el uso del internet para dar a conocer la oferta o el negocio como tal es de vital importancia debido a que actualmente el 50% de la población del mundo tiene acceso, y la difusión de la información no tiene límites.

5.2. El Benchmarking, no es otra cosa que conocer, estudiar e interactuar con la competencia, esto ayudará a conocer sus debilidades y también sus fortalezas, de esa manera se podrá generar estrategias que beneficien al negocio, sin perjudicar directamente al otro.



5.3. Participación en ferias nacionales e internacionales o eventos locales, con la finalidad de dar a conocer la oferta y el negocio, a mayor participación en eventos públicos mayor será el contacto con los clientes, sin embargo, se debe cuidar mucho la imagen y jugar con la innovación, del tal manera que la participación siempre debe ser diferente.

5.4. Intervención en ruedas de negocios, donde se encuentran inmersos oferentes y demandantes, el objetivo primordial es dar a conocer la oferta y generar acuerdos, convenios y negocios con personas o empresas interesadas en el producto o servicio.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

1. Después de un análisis de la situación actual de los emprendimientos turísticos registrados en el MINTUR en la ciudad de Puyo en los últimos años, se ha identificado que en el año 2017 existen 233 establecimientos registrados, de los cuales el 61% son emprendimientos por que llevan en funcionamiento un periodo menor a 42 meses, el 30% son consideradas empresas, debido a que su actividad la realizan por un periodo mayor a 42 meses y 9% se encuentran actualmente cerrados. Del 100% de los establecimientos que son considerados emprendimientos, el 40% asegura estar en la etapa de introducción, el 60% se encuentra en la etapa de desarrollo y el 0% en la etapa de madurez y declive. Por otro lado, se ha identificado que el perfil de los emprendedores es: el 60% de los emprendedores son mujeres, mientras que el 40% son hombres, tienen una edad promedio entre 25 a 35 años, han alcanzado un nivel de educación de pregrado, el 40% es auto empleado y perciben ingresos mensuales entre 563.00 a 750.00 dólares, el 65% decidió emprender por oportunidad y tan solo el 35% por necesidad.

2. Luego de realizar un análisis completo de los factores que inciden en el desarrollo de los emprendimientos, se ha logrado conocer el porcentaje de incidencia de cada uno de ellos. Los factores internos que inciden de forma favorable en el desarrollo de los emprendimientos es en mayor escala el precio de la oferta, siguiendo la innovación en el producto o servicio que ofertan los emprendimientos y en última instancia la variedad de oferta disponible. Dentro de los factores externos favorables tenemos, como primer punto el acceso a la infraestructura física, como segundo punto la trasferencia de I+D y como tercer punto la formación y educación superior. Los factores internos que son desfavorables para el desarrollo de los emprendimientos es en mayor porcentaje la identificación de la demanda, en segundo lugar la ausencia de un sistema de análisis de costos y en último lugar el estudio de mercado y dentro de los factores externos desfavorables para el desarrollo de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo, tenemos la ausencia de políticas gubernamentales a favor de los emprendimientos, la

facilidad de financiamiento, la ausencia de un plan de desarrollo turístico de la ciudad y un plan de ordenamiento territorial.

3. Finalmente se concluye la investigación planteando una guía de 5 pasos para emprendedores turísticos, que pretende servir de guía para el correcto desarrollo de los emprendimientos en la ciudad de Puyo.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las autoridades locales realizar un diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos turísticos de la ciudad de Puyo, con el fin de conocer su realidad y buscar alternativas de inclusión en proyectos de desarrollo local.
2. Se sugiere a las instituciones gubernamentales analizar los factores antes estudiados, con el fin de desarrollar estrategias que permitan mejorar el ambiente emprendedor en la ciudad de Puyo y corregir el inadecuado desarrollo de los emprendimientos actualmente, con el fin de disminuir el índice de fracaso de los emprendimientos turísticos.
3. Recomendamos a los emprendedores hacer uso de la guía didáctica que les servirá de herramienta para mejorar el desarrollo de sus emprendimientos.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFIA

AEI. (2018). *lideresparagobernar.org*. Obtenido de http://lideresparagobernar.org/emprendimiento-en-el-ecuador/

Audretsch, & Phillips. (2007). *Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible.* Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006

Baldeón, N. (2018).

Bembibre, C. (2011). *Turismo.* Obtenido de https://www.importancia.org/turismo.php

Carmen , & Guerrero. (2012). *El emprendimiento y sus tenciones desde la Politica Publica.* Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Facultad de Ciencias. Obtenido de http://files.gerenciadeproyectos-ctc.webnode.es/200000028-290842a01f/Emprendimiento_y_tensiones_desde_la_Politica_Publica.pdf

Carrera, P. (2017). *Los emprendimientos en el Ecuador se dan más por necesidad que por oportunidad.* Obtenido de https://laconversacion.net/2017/11/los-emprendimientos-en-el-ecuador-se-dan-mas-por-necesidad-que-por-oportunidad/

Castillo, E. (2015). *EL TURISMO EN ECUADOR. NUEVAS TENDENCIAS EN EL TURISMO SOSTENIBLE Y CONTRIBUCION AL CRECIMIENTO ECONOMICO* . Obtenido de http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf

Congreso Internacional de Sociología en México. (1965). Obtenido de https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/

De la Torre. (1980). *El turismo Fenómeno Social.* Obtenido de https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/

Edwin, R. (2011). *Evolución Historica del Turismo.* Obtenido de http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_del_turismo.html

emprendepymes.net. (2018). Obtenido de https://www.emprendepyme.net/plan-de-negocio-con-el-modelo-canvas.html

Fernandez. (2001). *Derecho administrativo del turismo.* Madrid.

Garcia. (Marzo de 2015). *EL EXITO EN EL EMPRENDIMIENTO.* TESIS, UNIVERSIDAD PONTIFICIA ICAI ICAIDE COMILLAS MADRID, Madrid. Obtenido de https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4167/TFG000655.pdf?sequence=1

Garcia, A. (2015). *El exito en el emprendimiento.* Universidad Pontificia de Comillas, Madrid. Obtenido de https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4167/TFG000655.pdf?sequence=1

GEM. (2018). *GLOBAL INTERPRENEURSHIP MONITOR ECUADOR 2017.* Obtenido de http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf

Hunziker, & Krapf. (1942). *Origen del Turismo.* Obtenido de https://mascotaschulas.wordpress.com/2017/02/01/walter-hunziker-kurt-krapf/

ICEB. (Septiembre de 2018). *iceb.edu.com*. Obtenido de https://www.iceb-edu.com/blog/emprendimiento-america-latina-la-formacion-la-palanca-cambio

INEC. (2010). *Censo nacional económico.* INEC. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/resultados_generales_censo_economico.pdf

Jaramillo, L. (2008). *Emprendimiento.* Universidad del Norte . Lumen. Obtenido de https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf

Kantis. (2009). *Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador.* Obtenido de http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20%283%29.pdf

Kantis. (2009). *Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas en el área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador.* Obtenido de http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20%283%29.pdf

Kantis, & Col. (2004). *Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad.* Cuenca . Obtenido de http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20%283%29.pdf

Korstanje, M. (2015). *http://www.eumed.net*. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/321/La%20Empresa%20Turistica.htm

Livar, S. (2018). La importancia de fomentar el emprendimiento en ecuador. Obtenido de https://www.eluniverso.com/larevista/2018/11/20/nota/7059030/nos-hace-falta-innovar

MINTUR. (2015).

MINTUR. (2015). *Proyecto Ruta del Libertador.* Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf

MINTUR. (2017). *CATASTRO TURISTICO PASTAZA 2017.*

OCDE. (2017). *Perspectivas económicas de América Latina. Juventud, competencias y emprendimiento.* Obtenido de https://www.iceb-edu.com/blog/emprendimiento-america-latina-la-formacion-la-palanca-cambio

OMT. (1994). *Organización Mundial del Turismo.* Obtenido de El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visit

Oyarvide, H. (2016). *Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible.* Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006

Piperopoulos. (2012). Obtenido de http://www.revistaespacios.com/a15v36n05/15360507.html

Quiminet. (2015). Obtenido de https://www.quiminet.com/articulos/producto-y-servicio-especializado/guia-de-la-empresa-345/

Ramirez. (2003). *LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO VENTAJA COMPETITIVA PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO.* Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/entorno-empresa-turistica.html

Rodríguez, E. (2011). *Evolución Historica del Turismo.* Obtenido de http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_del_turismo.html

Rosero, & Molina. (2008). *La importancia del emprendimiento para la empresa Barcelona Activa.* Obtenido de https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2989/Martinezjuan2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y

The Shorter Oxford English Dictionary. (1800). Obtenido de https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/

Torres. (2010). *La importancia del emprendimiento para la empresa Barcelona Activa.* Barcelona, España. Obtenido de https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2989/Martinezjuan2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y

UIOOT. (1967). Obtenido de https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/

Valera. (2001). *Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad.* Cuenca. Obtenido de

http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20%283%29.pdf

Villegas. (2001). *Intención emprendedora en estudiantes universitarios.* Obtenido de file:///C:/Users/RX%20EXPRESS/Downloads/1528-6756-3-PB.pdf

CAPITULO VII

ANEXOS

Modelo de encuestas a los emprendedores.

FACTORES QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA PARROQUIA PUYO

SEXO	
-Masculino	
-Femenino	X
EDAD	25
NIVEL DE EDUCACIÓN	
-Primaria	
-Secundaria	
-Pregrado	X
-Posgrado	
OCUPACIÓN	
-Empleado	
-Retirado-Discapacitado	
-Dedicado al hogar	
-Estudiante	
-Desempleado	
-Auto empleado	X
INGRESOS MENSUALES	
-MENOS DE 187.00	
-DE 187.00 A 375.00	
-DE 376.00 A 562	
-DE 563.00 A 750.00	

-DE 751.00 A 1125.00	
-MAS DE 1125.00	
AÑO DE CREACIÓN	2017
TIPO DE EMPRENDIMIENTO TURISTICO	
-Hospedaje	
-Alimentación	X
-Transporte	
-Intermediación	
-Actividades recreativas	
¿Cuándo empezó cuantos empleados tenía?	1
¿Cuántos tiene ahora?	1
¿Cuántos empleados incorporó el último año?	0
¿Piensa incorporar empleados el otro año?	Si
¿Cuántos?	1
EL INMUEBLE ES	
-Propio	
-Arrendado	X

Modelo de entrevista a los emprendedores.

PREGUNTAS ABIERTAS

1. Por favor, cuénteme la evolución de su empresa, desde que se creó hasta hoy.

Mi emprendimiento inicio a principios del año 2017, la idea era brindar una experiencia diferente en gastronomía, ofreciendo planos especializados y diferentes, no he tenido mayor evolución en estos casi 2 años, en realidad lo que he logrado es mantenerme como empecé, tratando siempre de cubrir los gastos que genera este negocio.

2. ¿Cuáles diría Ud. que son las distintas etapas que Ud. percibe que su empresa recorrió hasta ahora?

Todo empezó con una idea, luego decidí endeudarme pidiendo un préstamo y luego monte el negocio y ahora lo que hago es mantenerme a flote.

3. Cómo cambió la organización de la empresa desde su creación, y cuándo se realizaron los cambios **(Se refiere al organigrama de la empresa, a la tercerización de ciertos aspectos, como la liquidación y/o pago de sueldos, la distribución, ciertas partes de la producción; la gestión de la innovación).**

No ha habido cambios, ya que desde que puse la cafetería yo he sido el chef porque esa es mi profesión y he tenido a una persona que me ayude en el servicio, siendo yo quien dirige y maneja todo, desde la parte operativa, administrativa y de publicidad.

4. Cómo cambiaron los productos de la empresa, desde su creación, y cuándo se realizaron los cambios. **(se refiere a cambios en los productos ya existentes y a la incorporación de productos nuevos).**

Inicie con una carta de 5 productos diferentes y novedoso y desde entonces no he cambiado porque eso implicaría mayor inversión y no cuento con un ingreso seguro que me permita arriesgarme a seguir invirtiendo.

5. ¿Hubo algún otro cambio importante, por ejemplo, en la comercialización, el financiamiento o en otros aspectos clave de la compañía?

No existe ningún cambio desde que inicié el negocio, solo he tratado de sostenerlo hasta que se haga conocido y poder generar mayor demanda.

6. ¿Cuáles diría Ud. que fueron los mejores momentos de su empresa, y a que lo atribuye?

Sin duda, fue cuando ya tuve 4 meses abierto y la gente empezó a interesarse por venir, muchos por la comida y otros por el ambiente del lugar y también en temporadas de feriados sin duda se aumenta un poco la demanda.

7. ¿Y los peores momentos?

Cuando recién abrí y claramente cuando no hay feriados y son fechas normales, es decir no existe una demanda turística estable en la ciudad, como por ejemplo en Baños, allá no importa que día sea, todos parecen feriado o fin de semana

8. ¿Pensaron en algún momento en cerrar la empresa y por qué?

Si, justamente ahora lo estoy pensando seriamente, porque no es rentable trabajar solo para mantenerse sin generar utilidades, por que el trabajo es muy fuerte y no hay recompensa y porque francamente no le veo a Puyo como una ciudad turística en la que se pueda invertir con la seguridad de recuperar su inversión, es muy arriesgado.

9. ¿Por qué continuaron?

Me gusta la cocina, me gusta el Puyo y de verdad me gustaría que Puyo se vaya especializando y preocupando por tener negocios que brinden lo mejor a los turistas.

10. ¿Perciben diferencias entre Uds. y las empresas de la competencia y cuáles son?

Claro que sí, la mayoría de negocios similares al mío solo se dedican a brindar una oferta ya existente, lo que yo ofrezco son productos únicos que en puyo nadie más lo oferta y como les decía yo brindo la oportunidad de tener una experiencia diferente.

11. ¿Tiene o ha tenido asesoramiento de profesional y de que tipo?

Francamente no, más han sido consejos de amigos entendidos de la materia, que me dicen que debería ampliar la carta, que debería buscar otras opciones similares al mercado en el que estoy, que debería alzar los precios, pero francamente no estoy de acuerdo con ninguno.

12. ¿Participó o participa actualmente en algún programa de fomento empresario, cuál es y qué opinión tiene?

No, ninguno.

13. ¿Es miembro de alguna cámara que nuclea a las empresas de su sector de actividad?

No.

14. ¿Podría contarnos cuál fue la inversión inicial, cómo estuvo compuesto el aporte inicial de capital, trabajo, de equipamiento, máquinas, etc., para poner en marcha la empresa? (Capital: se refiere a capital propio, préstamos de amigos/familiares, préstamos bancarios, subsidios del gobierno, otros, precisar cuáles y qué porcentajes representaron sobre la inversión inicial).

Inicié con un préstamo de 10.000 y un ahorro de 2.000, en total 12.000, con los cuales compré el equipo de cocina (cocina, nevera, servidores, ollas, entre otros), mobiliario (mesas, sillas, lamparas, decoración) y toda la vajilla que se necesita para poder servir correctamente los productos, luego separé 2.000 para arriendo, garantía y todos los permisos que necesitaba sacar para poder funcionar.

15. Cuando se inicia una empresa hay una etapa en la que no se generan ingresos suficientes para cubrir todos los gastos y costos. ¿A Uds les sucedió, cuando y como hicieron para solucionarlo?

Claro, eso me paso los primeros 3 meses, ya que muy pocas personas venían y la comida se dañaba, lo que hicimos fue esperar que la gente escuche de nosotros y venga y también vea nuestra publicidad que colgamos en Facebook.

16. ¿A qué factores internos atribuye el crecimiento de su empresa? (Administrativos, comercial, marketing, innovación, calidad).

A la innovación en la oferta, ya que eso no hay y llama la atención, a la alta calidad de nuestro producto y servicio y un poco al marketing, ya que confieso no he trabajado muy bien en eso.

17. ¿A qué factores externos atribuye el crecimiento de su empresa? (Políticos, económicos, socio cultural, educación).

Ninguno, pienso que nos hemos levantado solos.

18. ¿A qué factores internos atribuye la poca evolución de su empresa? (Administrativos, comercial, marketing, innovación, calidad).

Falta de publicidad efectiva y constante, la innovación en el producto y servicio, el desconocimiento de lo que el cliente quiere (quiere experiencias nuevas o quiere lo que todos ofrecen).

19. ¿A qué factores externos atribuye la poca evolución de su empresa? (Políticos, económicos, socio cultural, educación).

Falta de preocupación por las autoridades locales, pocas facilidades de acceder a un crédito de inversión en emprendimientos a un interés justo, falta de programas de educación en materia de emprendimiento, falta de incentivos por parte de municipio para garantizar que los emprendimientos no se estanquen y trabajar en el ámbito gubernamental en el turismo en Puyo, no es lo mismo decir puyo ciudad turística a en serio ser una ciudad que genera turismo, ara creerse primero hay que ser.

20. ¿Cómo se imagina a su empresa en los próximos 5 años?

Si logramos seguir, espero poder ampliar la oferta y crear una cultura de calidad en el producto y servicio y ser un referente para el resto de negocios que decidan invertir en Puyo.

De la actividad principal del sector en el que se desempeña su empresa, ¿cuál fue la tendencia general de las ventas el último año, baja, regular, alta?

Regular, hubo buenos y malos momentos.

21. . ¿Tuvo que ajustar los precios en este último año y por qué?

La verdad no lo hice, no porque no deseaba, pero sé que ese no es el camino para llegar al cliente.

22. ¿Qué le motivo a emprender, una oportunidad o necesidad?

Una oportunidad, de aprovechar mis conocimientos, hacer lo que me gusta y sobre todo el deseo de hacer algo diferente que ayude a abrir la mente de las personas.