

**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**



**FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA**

**INGENIERÍA EN TURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO/A EN  
TURISMO**

**TÍTULO:**

**COMPETENCIA Y AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA EN  
LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL  
CANTÓN PASTAZA.**

**AUTORES:**

**AMARILIS ISAMARA ROJAS MEJIA**

**ELVIS FRANCISCO SHIGUANGO GREFA**

**DIRECTOR DEL PROYECTO:**

**Dr. LUIS OSWALDO MANOSALVAS VACA PhD**

**PUYO – ECUADOR**

**2019 – 2020**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quienes suscriben **Rojas Mejía Amarilis Isamara** con CI. **1207611375** y **Shiguango Grefa Elvis Francisco** CI. **2200287197**, hacen constar que los autores del proyecto de investigación titulado: “**COMPETENCIA Y AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN PASTAZA**”, el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del tutor de dicho trabajo, Dr. Luis Oswaldo Manosalvas Vaca PhD.

En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo, como interpretación de datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.



.....  
Rojas Mejía Amarilis Isamara

CI. 1207611375



.....  
Shiguango Grefa Elvis Francisco

CI. 2200287197

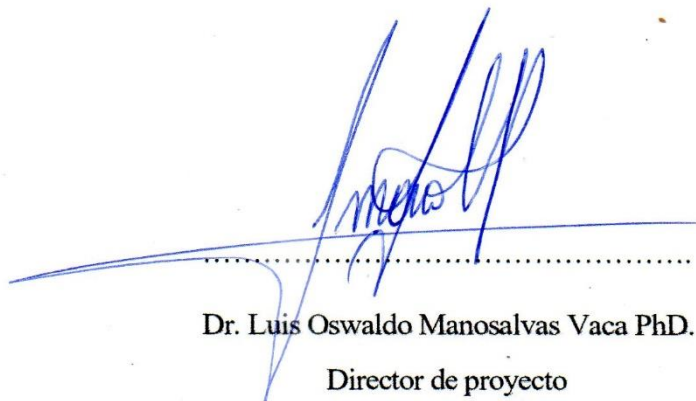
# CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Dr. Luis Oswaldo Manosalvas Vaca PhD.

## DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Certifico:

Que el presente trabajo de investigación realizado por las estudiantes **Rojas Mejía Amarilis Isamara** y **Shiguango Grefa Elvis Francisco**, sobre el tema: **“COMPETENCIA Y AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN PASTAZA”**, ha sido cuidadosamente revisado por el suscrito, por lo que he podido constatar que cumple con todos los requisitos de fondo y forma establecidos por el departamento Ciencias de la vida de la Universidad Estatal Amazónica, para esta clase de trabajos, por lo que autorizo su presentación.



Dr. Luis Oswaldo Manosalvas Vaca PhD.

Director de proyecto

CI. 0602763302



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND



Oficio No. 59-SAU-UEA-2020

Puyo, 28 de enero de 2020

Por medio del presente **CERTIFICO** que:

El Proyecto de Investigación correspondiente a los egresados ROJAS MEJÍA AMARILIS ISAMARA con C.I. 1207611375; y SHIGUANGO GREFA ELVIS FRANCISCO con C.I. 2200287197, con el Tema: “**COMPETENCIA Y AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN PASTAZA**”, de la carrera, Ingeniería en Turismo. Director del proyecto Dr. Manosalvas vaca Luis, PhD, ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 6%, Informe generado con fecha 27 de enero de 2020 por parte del director, conforme archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente,

Ing. Italo Marcelo Lara Pilco MSc.

**ADMINISTRADOR DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND – UEA - .**

# **CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo aprueba el proyecto de investigación y desarrollo **“COMPETENCIA Y AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN PASTAZA”**



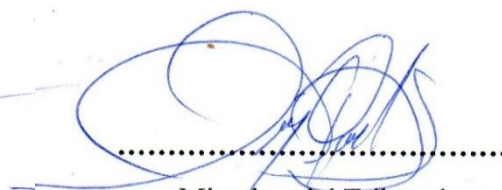
Presidente del Tribunal

Ing. Fernando Ortega, Ms.C



Miembro del Tribunal

Ing. Christian Salazar, Ms.C



Miembro del Tribunal

Ing. Valeria Quevedo, Ms.C

## **AGRADECIMIENTO**

El presente proyecto nos gustaría agradecer en primer lugar a Dios por bendecirnos para llegar hasta donde hemos llegado, porque hiciste realidad este sueño que tanto hemos anhelado.

A la Universidad Estatal Amazónica por darnos la oportunidad de estudiar y ser unos profesionales.

También me gustaría agradecer a nuestros profesores, y en especial a nuestro tutor, al Dr. Luis Oswaldo Manosalvas Vaca, que ha hecho posible la realización de nuestro proyecto de investigación,

De igual manera agradecer a nuestras familias quienes han sido nuestro apoyo incondicional, los cuales nos han motivado y aconsejado durante toda nuestra carrera. Mil gracias a todos por sus bendiciones.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos la fuerza y valentía para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados por nosotros y nuestros padres.

A nuestros padres por brindarnos su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos confiando siempre en nuestras capacidades, y es un privilegio de ser su hija (o).

A nuestros hermanos (as) por estar siempre presentes, acompañándonos en todo momento con el apoyo moral, que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

## RESUMEN EJECUTIVO

El emprendimiento es la forma de descubrir oportunidades para llevar a cabo un negocio propio, brindando a la ciudadanía una oportunidad laboral, y poniendo en práctica habilidades y destrezas para alcanzar una meta deseada. La presente investigación tiene como objetivo principal analizar la Competencia y la Autoeficacia emprendedora en los prestadores de servicios turísticos del cantón Pastaza. Donde, se desarrolló una evaluación de carácter demográfico de la población y análisis descriptivo. Y para analizar la confiabilidad del instrumento se realizó un análisis de confiabilidad de Cronbach a los constructos Competencia y Autoeficacia emprendedoras. Para el desarrollo del trabajo, se utilizó un tipo de investigación documental y de campo con la aplicación de un enfoque cualitativo y cuantitativo, con una metodología descriptiva y transversal con el fin de recolectar toda la información necesaria para la investigación. Donde los resultados indicaron que las dimensiones de los constructos Competencia y Autoeficacia emprendedora, dieron un resultado desfavorable en los empresarios turístico del Cantón Pastaza. Por lo tanto, esto podría sugerir que los emprendedores no tienen las habilidades y competencias emprendedoras necesarias para el establecimiento y desarrollo de emprendimientos. Este conocimiento permitió entender las falencias de este sector, y aportar con estrategias para el desarrollo empresarial turístico del cantón Pastaza.

**Palabras claves:** Emprendimiento, Competencia emprendedora, Autoeficacia Emprendedora.



## **ABSTRACT.**

Entrepreneurship is the form of discovering opportunities for carrying out businesses, providing citizens with work opportunities, and putting abilities and skills into practice to achieve the desired goal. The following investigation had as its main objective the analysis of the entrepreneurial Competencies and Self-efficacy for providing touristic services of the canton Pastaza, where, an evaluation of the demographic character of the population was carried out as well as a descriptive analysis. In addition, to analyse the reliability of the tool, a Cronbach reliability analysis was carried out on the entrepreneurial constructs of Competence and Auto-efficacy. For the development of the work, a documental and fieldwork type of work was used with the application of qualitative and quantitative focus, with a descriptive and transversal methodology with the aim of collecting all the necessary information for the investigation. Where the results indicate that in the dimensions of the entrepreneurial Competences and Self-efficacy, unfavourable results were found in the touristic ventures of the Canton Pastaza. Therefore, it can be suggested that the entrepreneurs do not have the abilities nor competences necessary for the establishing and development of the ventures. This knowledge permitted the understanding of the failings of this sector and aided with strategies for the development of tourism in the canton Pastaza.

**Key words:** Entrepreneurship, Entrepreneurial Competence, Entrepreneurial Self-efficacy.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.5. OBJETIVOS.....	4
1.5.1. General.....	4
1.5.2. Específicos.....	4
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>5</b>
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
2.1. ANTECEDENTES.....	5
2.2. BASES TEÓRICAS.....	7
2.2.1. Importancia del desarrollo Turístico.....	7
2.2.2. Emprendimiento.....	8
2.2.3. Importancia del emprendimiento en el turismo.....	10
2.2.4. Competencia emprendedora.....	11
2.2.5. Autoeficacia emprendedora.....	12
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>14</b>
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
3.1. LOCALIZACIÓN.....	14
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
3.2.1. Tipo de Investigación.....	15
3.2.2. Métodos de Investigación.....	15
3.2.3. Coeficiente del alfa de Cronbach.....	16
3.2.4. Constructo competencia emprendedora.....	17
3.2.5. Constructo autoeficacia emprendedora.....	19
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>21</b>
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	21

4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS DATOS DEMOGRÁFICOS. ....	21
4.1.1. Variable género.....	21
4.1.2. Variable edad.....	22
4.1.3. Variable estado civil .....	22
4.1.4. Variable escolaridad .....	23
4.1.5. Variable tipo de servicio ofertado .....	23
4.1.6. Variable ingresos mensuales de su negocio .....	24
4.1.7. Variable tipo de empresa .....	24
4.1.8. Variable procedencia del emprendedor .....	25
4.1.9. Variable explique la Provincia o País.....	25
4.1.10. Variable ha estado en los últimos meses en contacto con un centro/organismo de apoyo a emprendedores .....	26
4.1.11. Variable ¿Cuál es el nivel de estudio alcanzado por su padre? .....	26
4.1.12. Variable ¿Cuál es el nivel de estudio alcanzado por su madre? .....	27
4.1.13. Variable ¿tiene algún miembro cercano de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio? .....	27
4.1.14. Variable tiempo de apertura de su negocio o empresa .....	28
4.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS CONSTRUCTOS .....	28
4.2.1. COMPETENCIA EMPRENDEDORA .....	28
4.2.1.1. Espíritu emprendedor .....	29
4.2.1.2. Deseo de tener un negocio.....	30
4.2.1.3. Experiencia técnica previa.....	31
4.2.1.4. Tolerancia el riesgo .....	32
4.2.1.5. Responsabilidad.....	33
4.2.1.6. Capacidad de reponerse y aprender.....	34
4.2.1.7. Capacidad para trabajar con otros .....	35
4.2.1.8. Credibilidad .....	36
4.2.1.9. Priorizar .....	37
4.2.1.10. Familia y negocio .....	38
4.2.1.11. Cualidades del emprendedor .....	39
4.2.2. AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA.....	40
4.2.2.1. Afrontar cambios inesperados .....	40
4.2.2.2. Construir un entorno innovador.....	41
4.2.2.3. Definir el objetivo central del negocio .....	42
4.2.2.4. Desarrollar los recursos humanos claves.....	43

4.2.2.5.	Descubrir nuevos productos y oportunidades de mercado .....	44
4.2.2.6.	Iniciar relaciones con inversores .....	45
4.3.	ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRENDEDORES DEL CANTÓN PASTAZA.....	46
4.4.	MATRIZ PARA LA ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS .....	48
4.5.	MATRIZ FODA .....	48
4.5.1.	Matriz de evaluación de factores externos .....	49
4.5.2.	Matriz de evaluación de factores internos .....	50
4.5.3.	Matriz FODA cruzado ponderado .....	51
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>52</b>	
5.	ESTRATEGIAS QUE AYUDEN A POTENCIALIZAR A LOS EMPRENDEDORES TURISTICOS DEL CANTÓN. ....	52
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>53</b>	
6.	CONCLUSIONES.....	53
6.1.	RECOMENDACIONES .....	54
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>55</b>	
7.	BIBLIOGRAFÍA .....	55
<b>CAPÍTULO VIII.....</b>	<b>62</b>	
8.	ANEXOS .....	62
8.1.	ENCUESTAS .....	62
8.1.1.	Perfil demográfico del emprendedor (Anexo 1).....	62
8.1.2.	Constructo Competencia emprendedora (Anexo 2). ....	63
8.1.3.	Constructo Autoeficacia emprendedora (Anexo 3). ....	66
8.2.	ENTREVISTA.....	67

## ÍNDICE DE TABLA

<b>Tabla 1:</b> Constructo Competencia emprendedora .....	17
<b>Tabla 2:</b> Constructo autoeficacia emprendedora .....	19
<b>Tabla 3:</b> Coeficiente del alfa de Cronbach .....	21
<b>Tabla 4:</b> Género .....	21
<b>Tabla 5:</b> Edad .....	22
<b>Tabla 6:</b> Estado civil .....	22
<b>Tabla 7:</b> Escolaridad .....	23
<b>Tabla 8:</b> Tipo de servicios ofertados .....	23
<b>Tabla 9:</b> Ingresos mensuales de su negocio.....	24
<b>Tabla 10:</b> Tipo de empresa.....	24
<b>Tabla 11:</b> Procedencia del emprendedor .....	25
<b>Tabla 12:</b> explique la Provincia y País .....	25
<b>Tabla 13:</b> Ha estado en los últimos meses en contacto con un centro/organismo de apoyo a emprendedores.....	26
<b>Tabla 14:</b> Nivel de estudio alcanzado por su padre .....	26
<b>Tabla 15:</b> Nivel de estudio alcanzado por su madre .....	27
<b>Tabla 16:</b> Tiene algún miembro cercano a su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio .....	27
<b>Tabla 17:</b> Tiempo de apertura de su negocio .....	28
<b>Tabla 18:</b> Matriz MEFE .....	49
<b>Tabla 19:</b> Matriz MEFI .....	50

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Mapa de la provincia de Pastaza.....	14
<b>Figura 2:</b> Alfa de Cronbach .....	17
<b>Figura 3:</b> Espíritu emprendedor .....	29
<b>Figura 4:</b> Deseo de tener un negocio.....	30
<b>Figura 5:</b> Experiencia técnica previa.....	31
<b>Figura 6:</b> Tolerancia al riesgo .....	32
<b>Figura 7:</b> Responsabilidad .....	33
<b>Figura 8:</b> Capacidad de reponerse y aprender .....	34
<b>Figura 9:</b> Capacidad para trabajar con otros .....	35
<b>Figura 10:</b> Credibilidad.....	36
<b>Figura 11:</b> Priorizar.....	37
<b>Figura 12:</b> Familia y Negocio .....	38
<b>Figura 13:</b> Cualidades del emprendedor .....	39
<b>Figura 14:</b> Afrontar cambios inesperados .....	40
<b>Figura 15:</b> Construir un entorno innovador.....	41
<b>Figura 16:</b> Definir el objetivo central del negocio .....	42
<b>Figura 17:</b> Desarrollar los recursos humanos Claves .....	43
<b>Figura 18:</b> Descubrir nuevo productos y oportunidades de mercado .....	44
<b>Figura 19:</b> Iniciar relaciones con inversores .....	45
<b>Figura 20:</b> Matriz FODA .....	51

# CAPÍTULO I.

## 1. INTRODUCCIÓN

La actividad turística ha evolucionado rápidamente hasta ocupar un espacio de liderazgo en la vida de los seres humanos, sea en función de quienes lo disfrutan, como de quienes permiten alcanzar ese disfrute. Para las dos partes, representa una mejora en la calidad de vida de las personas (Rataric, Caviglia, & Reyes, 2008).

La Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI), menciona que en la actualidad Ecuador está pasando por una etapa de desarrollo media; al momento el mayor desafío es transformar su matriz productiva para depender menos de los recursos naturales no renovables. Para ello, el principal objetivo es fortalecer el sector productivo y lograr grandes metas; en la actualidad Ecuador es considerado uno de los países más emprendedores del mundo, mostrando potencialidades para la creación de empresas innovadoras y competitivas. (AEI, 2014).

El emprendimiento tiene la característica que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo la persona o el emprendedor es un pilar fundamental, donde se busca determinar las principales particularidades que permiten que unas personas sean más exitosas que otras en la creación e implementación de dichas ideas de emprendimiento (Murulanda , Correa , & Mejía , 2009).

Básicamente un constructo muy relevante en el área de emprendimiento es la autoeficacia, esta define; como el conjunto de creencias que los individuos pueden hacer en forma satisfactoria, que ha sido frecuentemente relacionado con el emprendimiento y podría tener efectos en el crecimiento del emprendedor. Por otro lado, la Autoeficacia Emprendedora ha probado ser una herramienta importante para la evaluación de la conducta emprendedora (Neri Torres & Watson, 2012).

Un emprendedor es aquel que se hace cargo de su propio destino y crea su propio negocio, toma la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto. Es una persona orientada hacia el futuro, capaz de asumir riesgos para involucrarse en la identificación y el desarrollo de nuevas ideas (Rataric, Caviglia, & Reyes, 2008).

De la misma manera, otra variable que se ha estudiado, es la competencia emprendedora, que puede considerar dos definiciones: la primera es un sentido amplio de dominio de capacidades y actitudes empresariales y comprensión de conceptos económicos básicos, que

incluye el desarrollo de ciertas cualidades personales. Por otro lado, la segunda definición se trata de un concepto específico dirigido a la creación de empresas o emprendimientos donde la persona puede sobresalir empresarialmente (Sobrado & Fernandez, 2010).

Las competencias constituyen uno de los ejes fundamentales de las habilidades que el empresario debe tener y ser la base para orientar la formación de emprendedores. Las competencias han incursionado con fuerza en varios escenarios como son la economía, la empresa y la misma educación. En contexto los emprendimientos han adquirido importantes impactos de fenómenos en el progreso económico y social, formando fuentes de trabajo y buscando nuevas oportunidades de inversiones para que la competitividad sea el desarrollo de la herramienta en la innovación de los emprendimientos.



## **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

### **1.2. JUSTIFICACIÓN.**

En Ecuador el emprendimiento en el sector turístico es un componente muy importante para la generación de ingresos, empleo y producción; ha permitido el crecimiento de sectores de alimentación, alojamiento, transporte, intermediación (Guerrero, 2013); en cuanto a la percepción de las capacidades personales, para emprender en diferentes ámbitos del turismo, es necesario comprender las habilidades y competencias emprendedoras. Sin embargo, los emprendedores consideran como una barrera el temor al fracaso (Ordeñana, Lasio, Caicedo, Samaniego, & Izquierdo, 2017).

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

### **1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

Global Entrepreneurship Monitor, Ecuador 2017 (GEM), señala que en la mayoría de los países y regiones del mundo predominan los emprendedores motivados por oportunidad. En 2017, la motivación supera a la necesidad, Ecuador muestra un índice motivacional entre los más bajo de la región. También, se ve afectada por el temor al fracaso que se convierte, en algunos casos, en una barrera para el emprendimiento. En Ecuador la población considera que el miedo al fracaso le impediría emprender en la industria turística (Lasio, Ordeñana, Caicedo, Samaniego, & Izquierdo, 2017).

Sin embargo, en la provincia de Pastaza en los últimos años se ha visto un gran incremento de emprendimientos en el sector turístico, los mismos que han sido apoyados por instituciones públicas, específicamente la Prefectura de Pastaza, esto ha generado que algunos emprendimientos todavía se mantengan en el mercado, sin embargo, la mayoría de

ellos han cerrado antes del primer año de constitución por diferentes factores que existen en los servicios turísticos que ofrecen los emprendimientos (GADPP, 2018).

Es por ello que la presente investigación analiza las competencias y la autoeficacia emprendedora de los prestadores de servicios turísticos, ya que no existe un estudio que determine los factores que inciden al cierre prematuro de los emprendimientos en el cantón. Al realizar el estudio y una vez obtenido los resultados, se podrá determinar y proponer estrategias de desarrollo que permitan mejorar al emprendedor a nivel personal y profesional, y así también mejorar la economía local y regional.

## **1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

¿Los emprendedores del sector turístico del cantón Pastaza poseen competencias y autoeficacia de emprendimiento?

## **1.5. OBJETIVOS.**

### **1.5.1. General.**

Analizar las competencias y autoeficacia emprendedora en los prestadores de servicios turísticos en el cantón Pastaza.

### **1.5.2. Específicos.**

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

## **CAPÍTULO II**

### **2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. ANTECEDENTES**

El turismo es una actividad económica y social relevante en diversos países por sus posibilidades de generar empleo, creación de empresas y aporte al desarrollo local. En este sentido, el turismo ecuatoriano en los últimos años ha experimentado un crecimiento récord, al registrar ingresos económicos estimados de 1691,2 millones de dólares en 2015, en relación a 492 200 000 dólares en el año 2007, lo que figuraría un crecimiento promedio anual del 13 % (Mintur, 2015).

Global Entrepreneurship Monitor, Ecuador 2017 (GEM), señala que el Ecuador posee la tasa más alta de Latinoamérica en emprendimiento por necesidad seguido por Perú y Brasil. Sin embargo, los emprendedores destacados son los que han terminado apenas su educación secundaria. La mujer ecuatoriana aparece con una gran participación, conformando el 46.3% del emprendimiento en el país, es decir, que representan actualmente entre el 46 y 55% de la fuerza laboral gerencial de la nación (Lasio, Caisedo, Ordeñana, Samaniego, & Zambrano, 2016).

Muchos investigadores, señalan que los estudios efectuados en el ámbito del emprendimiento y la autoeficacia emprendedora se han hecho en contextos de economías desarrolladas, siendo que hacen falta estudios para validarlos en otros contextos (Ceballos , Bojorquez, & Flores, 2016); este trabajo aporta con la investigación de las Competencias y autoeficacia emprendedora en los prestadores de servicios turísticos en el cantón Pastaza.

Adicionalmente, estudios demuestran que la autoeficacia es el predictor más efectivo para el logro de las metas establecidas. Personas con altos niveles de autoeficacia tienen más intereses intrínsecos en realizar las tareas, están más dispuestos a utilizar sus esfuerzos y muestran más persistencia cuando existen obstáculos (Flores, Bojorquez, & Ceballos, 2016).

El Ministerio de Educación Cultura y Deporte de España (2012) indica que las competencias es la capacidad, susceptible de ser medida, necesaria para realizar un trabajo de forma eficaz. Las competencias se componen de: los conocimientos necesarios para desarrollarla, los conocimientos aplicados (habilidades y destrezas) y las actitudes que conllevan. Los

conocimientos y la experiencia hacen referencia al “saber hacer”, las habilidades y destrezas al “poder hacer” y las actitudes al “querer hacer”. Por tanto, la competencia es la aplicación de un conocimiento teórico más un conocimiento práctico sostenidos por una actitud determinada.

De la misma forma “deben ser consideradas como parte de la capacidad adaptativa cognitivo-conductual que es inherente al ser humano, las cuales son desplegadas para responder a las necesidades específicas que las personas enfrentan en contextos socio históricos y culturales concretos, lo que implica un proceso de adecuación entre el sujeto, la demanda del medio y las necesidades que se producen, con la finalidad de poder dar respuestas y/o soluciones a las demandas planteadas” (Frade, 2009).

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. Importancia del desarrollo Turístico.**

El turismo ha experimentado un duradero crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen de manera acelerada en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo, dando paso a un creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del adelanto socioeconómico que ha tenido el mundo. En la actualidad el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. Este crecimiento es causado del aumento de la competitividad entre los destinos (OMT, 2018); por otro lado, en América Latina el turismo está en alza, y la OMT proyecta, que seguirá creciendo entre el 4% y 5%. El número de turistas extranjeros que llega a la región aumentó a más de 96,6 millones en el año 2015, que, según esta organización, es la mayor cantidad registrada en la última década (Infobae, 2016).

El turismo mundial es promovido por la OMT, y entre sus principales objetivos está incrementar, las opciones más viable y sostenible económicamente para muchos países. En países desarrollados, si se han alcanzado las expectativas deseadas, se ha convertido en una fuente de ingreso importante; sin embargo, la perspectiva es diferente en el caso de los países en vías de desarrollo, en la mayoría se observa la indiferencia muy marcada al no aprovechar y cuidar el entorno. Mejorar la competitividad turística según la OMT se realizará mediante la creación y el intercambio de conocimientos, el desarrollo de los recursos humanos con la promoción y la planificación turística (OMT, 2019).

En los países desarrollados el crecimiento de la economía del turismo se ha considera un incremento importante y más rápido que el crecimiento de la economía mundial, esto se debe a que el turista en estos países cuenta con todos los servicios para su comodidad durante su estadía, inclusive cuenta con espacios de esparcimiento y entretenimiento, punto clave para que el turista regrese. Entre los modelos de desarrollo turístico que se dan en el mediterráneo, está el modelo de desarrollo intensivo, este modelo ha provocado problemas de congestión, impactos medioambientales y una degradación de los productos ofertados (Camelo & Cabellos, 2012).

Para Arroyo, el desarrollo se puede lograr, si se cuenta con servicios e instalaciones que posibiliten los desplazamientos de turistas hacia cualquier lugar, para ello es necesario mejorar las condiciones de vida, logrando un equilibrio entre lo económico, social y

ambiental, y satisfaciendo las necesidades de los habitantes y visitantes. Con el firme objetivo de fomentar el turismo, a través de este, mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la localidad. Mientras que en Ecuador no se ha logrado un desarrollo local turístico el cual genere un trabajo mancomunado entre la empresa privada y el gobierno, encargado del desarrollar turístico con el aporte del sector privado (Arroyo, 2018).

En Ecuador el potencial turístico se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios históricos y riqueza natural; la mayor fortaleza del país es el mercado turístico internacional, reside en su recurso natural y en los valores culturales de su población, en tal sentido juega un papel determinante en la sostenibilidad del turismo y los beneficios económicos asociados con él, es un sector que puede ser aprovechado de manera integral (Mintur, 2015).

Dentro de los rincones naturales que posee Ecuador, se encuentra la provincia de Pastaza, la más extensa del Ecuador, con una extensión de 29.520 Km<sup>2</sup>, de los cuales el 85% pertenece a un territorio no intercedido (Plan de ordenamiento territorial de Pastaza, 2012); en donde se conserva la diversidad natural y cultural, además de las potencialidades turísticas que han comenzado el más acelerado crecimiento y progreso turístico, durante los últimos años (Reyes & Ortega , 2013).

El desarrollo turístico es el proceso dinámico e integrador que ocurre en zonas o localidades, y que permite mejorar las condiciones de vida de los habitantes. Para que se pueda dar como resultado final, el mejoramiento de la calidad de vida, el cual se debe atenderse con ejes de desarrollo, orientados a aspectos económicos, ambientales, sociales, culturales, políticos y tecnológicos (Formichella, 2004).

### **2.2.2. Emprendimiento.**

El emprendimiento se basa en crear ideas, identificar oportunidades y definir los escenarios adecuados para convertirlos en una realidad a través del proceso de creación y dirección de empresas, así como también la capacidad de generar nuevos equipos de trabajo o adaptarse a ellas. Así mismo, puede ser definido como una actitud que implica la posibilidad de materializar una idea propia que beneficia y favorece el auto sustento, la autonomía, el liderazgo, la capacidad de decisión dentro de los emprendimientos (Aliaga & Schalk, 2012).

Para González, el desarrollo turístico de los emprendimientos comprende desde la perspectiva económica, social, cultural y política, donde el término “local” es la condición común de una población que comparte una misma historia, y una vida cotidiana con

distintos, en un espacio territorial que está conectado con otras, para mejorar la condición de desarrollo local y regional (Consuelo, 2008).

Cabe recalcar que el emprendimiento son procesos que vinculan al individuo emprendedor, a las instituciones, al Estado u otros organismos no gubernamentales, lo que convierte al emprendimiento en un fenómeno social y económico muy complejo, de ahí que los emprendedores constituyan agentes de cambio e innovación, ya sea con el desarrollo de acciones a título individual o formando parte de un grupo con o sin estructura organizacional (Oyarvide, Harold; Nazareno, Ingrid; Ruenes, Amilcar; Arias, Yusmelys, 2016).

Para (Duarte Cueva, 2007); El emprendimiento es la actividad que involucra el proceso de creación de nuevas empresas, el fortalecimiento de las actuales y la expansión de las firmas en los mercados globales, entre otros aspectos clave. Guarda una estrecha relación con la dinámica fructífera de los países, el crecimiento económico, el desarrollo social y la formación de una fuerte cultura empresarial necesaria para el avance.

El emprendimiento es un elemento clave del crecimiento económico. Pese a que los mecanismos exactos, la fuerza, la temporalidad y la direccionalidad de esta relación aún son desconocida, es claro que la creación de empresas y la continuidad de estas en el tiempo aumenta la competencia, la generación de mejores empleos, la innovación y la diversificación productiva (Zamora , 2017)

Las decisiones de emprender están influenciadas por las condiciones del entorno como son: políticas de gobierno, educación y entrenamiento, capacidad emprendedora, y apoyo financiero; las actitudes de la sociedad hacia el emprendimiento y las percepciones sobre este, construyen la cultura que soporta en diverso grado a los emprendedores. Tanto en Ecuador, como en la mayoría de los países de la región, esta cultura es favorable al emprendimiento. Así, en 2016 Ecuador alcanza una actividad emprendedora temprana, TEA, de 31,8%, inferior a la obtenida en 2015 de 33,6%, ubicándose en primer lugar en la región (Lasio, Caisedo, Ordeñana, Samaniego, & Zambrano, 2016).

De acuerdo a (Lasio, Caisedo, Ordeñana, Samaniego, & Zambrano, 2016); Ecuador es el país latinoamericano con el mayor índice de creación de negocios de la región. El emprendimiento en Ecuador está mayormente orientado hacia actividades de comercio y a productos y servicios vendidos en el mercado doméstico. Se lleva a cabo para aprovechar una oportunidad de negocio que permita obtener mayores ingresos, independencia económica y la satisfacción de necesidades. La capacidad emprendedora de la sociedad, la

educación, la apertura del mercado, las normas sociales y culturales, entre otros aspectos son los que posibilitan la generación de actividades productivas en el país, mientras que las regulaciones en el mercado de trabajo, la burocracia y la corrupción son elementos que entorpecen el dinamismo del sector productivo.

### **2.2.3. Importancia del emprendimiento en el turismo.**

La buena planificación y los emprendimientos en el turismo, aporta al cuidado del entorno natural y social, logrando el desarrollo turístico en la localidad por tal motivo es necesario hacer uso y poner en práctica las estrategias, que involucren al gobierno local y a la comunidad; si las estrategias son aplicadas de la mejor manera se puede lograr, que el turismo genere fuentes de trabajo, y llegar a ser el principal aportador de ingresos económicos de un territorio local. Hasta el presente, los emprendimientos turísticos son una herramienta de desarrollo socioeconómico en Ecuador, que genera grandes crecimientos económicos al desarrollo nacional, el cual también es considerado uno de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir (Arroyo, 2018).

Es por ende que ser una persona emprendedora en el sector turístico ayuda a la economía del país, el cual se define como el beneficio que recibe la sociedad al afrontar de una forma más eficiente la satisfacción de las necesidades y la solución de los problemas de la comunidad, lo que reconoce al emprendedor como figura auténtica en el desarrollo permanente de la región (Duarte & Ruiz, 2009); diversos autores indican que las actividades de emprendimiento son procesos que guardan relación al individuo, instituciones y al Estado, lo que convierte al emprendimiento en un fenómeno social y económico muy complejo; de ahí que los emprendedores constituyan agentes de cambio e invención, para el desarrollo de acciones a título personal o formando parte de un grupo social con o sin estructura organizacional (Oyarvide, Nazareno, Ruenes, & Ferrales, 2016).

Los emprendimientos turísticos requieren el desarrollo de habilidades de comunicación, liderazgo y actitud positiva, los emprendedores presentan atributos que les permite gestionar situaciones adversas y crear vínculos con la comunidad, el gobierno, empresas y otros emprendimientos. El emprendimiento es un proceso de transformación de recursos, que aprovecha oportunidades para crear valor con el fin de satisfacer necesidades socioeconómicas. “Los emprendimientos sociales se enfocan en lograr la creación de un valor y una misión social que sea sostenible en el tiempo (Moreira & Urriolagoitia, 2011).



Al ser emprendimientos que se desarrollan en el sector turístico, tienen características de ser actividades sostenibles, donde sus fines son la preservación del hábitat natural, social y económico. En el caso de los emprendimientos sociales turísticos, se destacan como beneficios además el intercambio cultural, participación e involucramiento de los miembros de las comunidades en los emprendimientos. Los emprendedores turísticos se consideran como los propietarios de negocios de turismo que buscan activamente un estilo de vida diferente hacia los demás. Es posible que hayan migrado hacia un destino diferente o en específico para este propósito, o pueden ya vivir allí; Donde se ha argumentado que los empresarios turísticos se centran a menudo al logro de los objetivos de estilo de vida y el medio ambiente local (Silveira, Cabeza, & Fernández, 2015).

#### **2.2.4. Competencia emprendedora.**

La competencia es la puesta en marcha de un conjunto diversificado y coordinado de recursos, que la persona moviliza en un contexto determinado. Esta puesta en marcha se apoya en la elección, la movilización y la organización de recursos y sobre las acciones pertinentes que permiten un tratamiento exitoso de esta situación. Sin embargo, el ser competente no es simplemente aplicar un conjunto de conocimientos a una situación, es poder organizar su actividad para adaptarse a las características de la situación. La competencia pasa a ser entonces la estructura dinámica organizadora de la actividad, que permite que la persona se adapte a un tipo de situaciones, a partir de su experiencia, de su actividad y de su práctica (Jonnaert, Barrete, Masciotra, & Yaya, 2006).

La competencia representa la capacidad de desafiar demandas complejas en un contexto determinado. Admite relacionar y movilizar prerrequisitos psicosociales que incluyen cuestiones cognitivas y no cognitivas. Esto expresa un enfoque orientado hacia la demanda pero que precisa complementarse con una conceptualización de la competencia como estructura mental de carácter interno en el sentido de capacidades o disposiciones relacionadas con las personas (Rychen & Salganik, 2006).

El emprendimiento revela que la educación es un factor decisivo para la creación de una cultura emprendedora que asume, de forma intencional, la exigencia que facilita la adquisición de conocimientos explícitos que pueden proporcionar competencias y destrezas útiles a los futuros emprendedores. Partiendo así desde la innovación, y la perspectiva pedagógico-social, hasta proponer criterios eficaces para la toma de decisiones sobre la implementación de competencias emprendedor. La formación de las competencias

emprendedoras en imprescindible, ya que son un ámbito productivo para que el emprendedor desarrolle una identidad propia, articulando alianzas y relaciones productivas. Concretamente, es fundamental trabajar con el conocimiento para facilitar y generar crecimiento económico que se construye a partir de la intersección de elementos como oportunidad, características del individuo emprendedor, educación en actitudes y capacidades empresariales (De la Torre, Rico, Escolar, Palmero, & Jiménez, 2016).

La competencia emprendedora compone de un novedoso sistema de formación competencial; desarrollando habilidades que posibilitan el desempeño efectivo del individuo en la sociedad. Agilitando el proceso para convertir los entornos sociales en escenarios pedagógicos donde se desdoblán los aprendizajes. Por medio de esta competencia se consolida y enriquece la integralidad como formación holística, que conjuga, saberes, destrezas, elementos conductuales y valores para incorporar a una sociedad se solicitan individuos creativos, decididos y comprometidos (Batista, Guijarro, Guevara, & Dávalos, 2017)

### **2.2.5. Autoeficacia emprendedora.**

La autoeficacia es un constructo potencial que determina la confianza emprendedora, es decir que predice el rendimiento y mejora la actividad en los emprendimientos, evaluando el entorno potencial y empresarial en donde las oportunidades, están relacionadas con el rendimiento eficaz de las personas mediante la evaluación de la motivación y el esfuerzo con la intención de emprendimiento (Manosalvas, 2017).

la autoeficacia como expectativa de eficacia personal es muy diferente de la expectativa de resultados. Esto quiere decir que hace referencia a las consecuencias más probables que uno cree que producirá un determinado nivel de ejecución, mientras que la autoeficacia es un juicio emitido por el sujeto sobre su propio criterio y capacidad para alcanzar el nivel de ejecución del proyecto (Quijano & Navarro, 2012).

El término autoeficacia emprendedora es utilizada en distintos ámbitos está inserto en nuestro día a día, la internet ha sido clave para ver el avance de la tecnología, con la necesidad de romper esquemas y crear nuevas oportunidades de negocio, querer salir adelante y dejar de ser dependiente de un emprendimiento ajeno y trabajar de forma independiente. Es lo que la mayoría de la juventud anhela especialmente cuando oímos noticias de ciudadanos que emprenden a partir de sus ideas innovadores (Navarro, 2016).

La autoeficacia emprendedora es la dimensión empática de los factores relacionados con el constructor de inteligencia emocional. Se puede afirmar que la autoeficacia emprendedora está directamente relacionada con las variables de afrontamiento y solución de problemas que indica que para poder prosperar en un negocio propio el sujeto tiene que tener la capacidad y la habilidad para poder resolver cualquier tipo de problema que pueda surgir (Morales, Giménez, & Morales, 2018).

Así tenemos que para (Flores, Bojorquez, & Ceballos, 2016); La autoeficacia emprendedora representa una respuesta del problema que se presenta en un tiempo determinado, el cual dentro de la teoría cognitiva por lo que una persona inicia una empresa y por qué consigue permanecer en el mercado a largo plazo y es importante vincular las variables a un entorno en el que se requiere un alto grado de innovación de los emprendedores de prestadores de servicios.

La autoeficacia emprendedora se da como una respuesta, dentro de la teoría cognitiva, del por qué una persona inicia una empresa y por qué una persona consigue permanecer en el mercado a largo plazo y es importante vincular esta variable a un entorno en el que se requiere un alto grado de innovación (Gonzalez Estrada, Gonzalez Avila, & Aguilar Cervera, 2010).

De manera general se podría definir la autoeficacia emprendedora como el conjunto de habilidades y destrezas que posee un sujeto, tanto cognitivas como conductuales, al igual que sus creencias las cuales están influidas por diversos factores como la experiencia y las emociones, que determinarían el éxito o no ante la creación de una nueva empresa. Aun así, algunos autores afirman que poseer altos niveles de locus de control interno no se relaciona con el éxito empresarial pues se puede tener una fuerte creencia de control sobre lo que te rodea, pero baja autoeficacia en habilidades concretas (kickul & Marlino, 2007).

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. LOCALIZACIÓN



Fuente: ArcGIS

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 1:** Mapa de la provincia de Pastaza

La presente investigación está localizada en el cantón Pastaza, el cual está enfocada a los emprendimientos que prestan servicios turísticos, mediante el análisis demográfico competencia y la autoeficacia emprendedora del cantón.

#### **Límites de Cantón Pastaza.**

Al Norte: Cantón Arajuno y Cantón Santa Clara.

Al Sur: Provincia de Morona Santiago.

Al Este: Republica del Perú.

Al Oeste: Cantón Mera.

El cantón Pastaza cuenta con una superficie de 19.452 Km<sup>2</sup>, siendo así uno de los cantones más extensos de la provincia de Pastaza. Es conocida como “la ciudad del Puyo” por propios y extraños, cuenta con un clima agradable que oscilan los 21°C en promedio durante el año, con una población de 62.016 habitantes dentro de su jurisdicción, ubicados tanto en zona

rural y urbana. Posee una gran variedad de flora y fauna en donde los turistas pueden disfrutar de los servicios turísticos tales como: alojamiento, restauración y transporte turístico en sí, estos son de gran ayuda para los turistas que visitan la ciudad, llevándose una buena imagen de los emprendimientos turísticos que prestan servicios turísticos en diferentes áreas de la actividad turística del cantón (Pastaza, 2015).

## **3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1. Tipo de Investigación.**

Se realizó, una investigación documental que plantea un marco de referencia para la obtención de información mediante herramientas que permitan orientar, para la redacción de una investigación con la capacidad de análisis y síntesis mediante la documentación de materiales documentados y/o digitalizados anteriormente (Morales O. , 2003); de la misma manera, se desarrolló una investigación de campo que se refiere a la recolección de datos o información directamente de la realidad sin controlar ni manipular las variables que se está estudiando, el que realiza la investigación no puede manipular las variables porque esto ocasionaría un sesgo en la investigación (Moran, Arguello, & Sánchez, 2015).

### **3.2.2. Métodos de Investigación.**

Se realizó, una investigación cualitativa y cuantitativa por lo que se aplicó entrevistas y encuestas en la investigación. Las características de los enfoques cuantitativo y cualitativo, acoge al primero la posibilidad de utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación, y confiar en la medición numérica, el conteo de la estadística y determinar con exactitud patrones de comportamiento en una población. El enfoque cualitativo se basa en el método de recolección de datos no numéricos como la observación y la descripción, mediante preguntas de investigación que permiten desarrollar y descubrir el fenómeno en estudio (Guelmes & Nieto, 2015); también se ha considerado una investigación transversal que tiene como objetivo la recolección de información confiable y describir las diferentes variables y medir la interrelación en un momento determinado, en un periodo de tiempo específico, para extraer conclusiones sobre los fenómenos una población (Corona, 2016).

Se realizó, una investigación descriptiva o también llamada investigación diagnóstica, que consiste fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. La meta en este tipo de investigación no solo limita

a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables (Morales F. , 2014).

Como primera fase de la investigación, se procedió a evaluar los aspectos demográficos de los emprendedores turísticos del cantón, los cuales son 157 emprendedores divididas en , para ello se trabajó con el catastro del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Pastaza, mediante el departamento del turismo, en donde se aplicó las encuestas a todos los emprendimientos turísticos registrados, debido a que el universo era muy pequeño; también se realizó un análisis descriptivo de los datos que se obtuvieron, y se demuestran en las diferentes tablas.

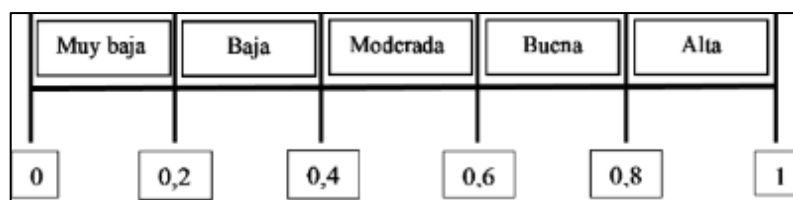
Como segunda fase de la investigación, se procedió a aplicar las encuestas del constructo competencia y autoeficacia emprendedora, a los emprendedores turísticos del cantón Pastaza. Donde se analizó de manera descriptiva en cada una de las dimensiones.

Como tercera fase de la investigación, se procedió proponer estrategias que ayuden a potencializar la actividad turística del cantón, para ellos se tomó en cuenta los factores internos y externos de los emprendedores, donde se obtuvo información mediante las encuestas y entrevistas que se realizó anteriormente.

Por lo tanto, se aplicó a los dos constructos como la competencia y autoeficacia emprendedora, mediante un análisis de alfa de Cronbach. Y los datos fueron tabulados en programa estadístico SPSS, versión 22, con su completo análisis multivariante AMOS, para realizar análisis factorial confirmatorios.

### **3.2.3. Coeficiente del alfa de Cronbach**

El alfa de Cronbach es un coeficiente que toma valores entre 0 y 1. Cuanto más se aproxime al número 1 mayor será la fiabilidad del instrumento, mientras esto sea a 0,5 menor será la fiabilidad del instrumento que se va a aplicar en una investigación, por tal motivo los investigadores lo relacionan dicha herramienta para verificar el nivel de fiabilidad de la herramienta a aplicarse (Soler & Soler, 2012). (Ver Figura 2), para la investigación se pudo determinar que el coeficiente Alfa de Cronbach obtuvo una valoración de 0,960 para el instrumento Competencia emprendedora y 0,979 para la variable autoeficacia emprendedora, según lo que se indica en la tabla 3.



Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 2:** Alfa de Cronbach

### 3.2.4. Constructo competencia emprendedora

Para la elaboración del cuestionario se tomó el modelo de Palacios (1999), modificado por Barroso y Santos (2012). Esta herramienta fue aplicada en la ciudad de México a estudiante de licenciatura de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Mide las capacidades como el conocimiento, habilidades y pensamiento de valores para mejorar las capacidades personales del emprendedor (Barroso, 2012); para realizar la investigación se adaptó el cuestionario para emprendedores turísticos del Cantón Pastaza, mediante 55 preguntas, conformada en 11 dimensiones con respuesta en escala de Likert en 5 categorías que va desde 1 (totalmente de acuerdo) a 5 (totalmente desacuerdo) (ver anexo 2). Se escogió el instrumento al estar ya validado y ser confiable. Cabe mencionar que aun así se realizó una prueba piloto con diez personas, solo para verificar el alfa de Cronbach, la cual fue de 0,960 (ver tabla 3), y por lo que se determinó que el instrumento se puede aplicar en la investigación.

**Tabla 1:** Constructo Competencia emprendedora

---

#### COMPETENCIA EMPRENDEDORA

---

##### **Dimensión 1. Espíritu emprendedor.**

Se refiere a características como “olfato del negocio”, tener una idea entre “ceja y ceja” y llevar al cabo una idea contra “viento y marea”

**Ítem** (1,2,3,4,5)

##### **Dimensión 2. Deseo de tener un negocio.**

Implica sentir una gran necesidad de llevar a cabo el negocio. Disposición a sacrificar las ganancias iniciales por el largo plazo.

**Ítem** (6,7,8)

##### **Dimensión 3. Experiencia técnica previa.**

Conocimiento acerca del negocio, de los procesos y del producto. Para alcanzar el éxito empresarial la persona debe conectarse con el negocio por un período no menor de 5 años

**Ítem** (9,10,11,12,13,14)

---

---

**Dimensión 4. Tolerancia al riesgo.**

Es la capacidad para afrontar riesgos calculados. Es decir, la capacidad de tomar riesgos con base en un estudio o plan previamente establecido.

**Ítem** (15,16,17,18,19)

**Dimensión 5. Responsabilidad.**

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

**Ítem** (20,21,22,23,24,25)

**Dimensión 6. Capacidad de reponerse y aprender.**

Implica además tenacidad y perseverancia. No sentirse derrotado ante el fracaso, pero sí sacar provecho de los errores.

**Ítem** (26,27,28,29)

**Dimensión 7. Capacidad de trabajar con otros.**

Es la capacidad de saber entenderse entre los socios, de escoger a los más adecuados y de saber trabajar en equipo.

**Ítem** (30,31,32,33,34)

**Dimensión 8. Credibilidad.**

Tiene que ver con ofrecer productos de calidad, respetar a los clientes, demostrar aprecio a los trabajadores. En definitiva, es hacer las cosas bien, tener integridad y actuar de acuerdo a sus principios.

**Ítem** (35,36,37,38,39)

**Dimensión 9. Priorizar.**

Tener la habilidad suficiente para establecer prioridades y cumplirlas.

**Ítem** (40,41,42,43,44)

**Dimensión 10. Familia y Negocio.**

Siendo muchas de las nuevas empresas de carácter familiar, buena parte del éxito empresarial se logra mediante el adecuado manejo de las relaciones familiares, al introducir una gerencia profesional y la capacidad de preparar la empresa para la sucesión.

**Ítem** (45,46,47,48,49)

**Dimensión 11. Cualidades del emprendedor.**

Implica tener la capacidad para desarrollar las habilidades y capacidades internas, así como las prácticas y estrategias necesarias para asegurar la supervivencia y el crecimiento de la empresa.

**Ítem** (50,51,52,53,54,55)

---

Elaborado por: Barroso y Santos (2012).



### 3.2.5. Constructo autoeficacia emprendedora

Para la elaboración del cuestionario se tomó el modelo de Noble, Jung y Ehrlich (1999), el cual fue modificado por Juan Moriano, Francisco Palací y José Morales en (2006), esta herramienta fue aplicada en España a estudiantes universitarios de la Comunidad Autónoma de Castilla y León. El cual mide la creencia de las personas en sus propias habilidades para desempeñar en las tareas necesarias que requiera la empresa (Moriano, Palací, & Morales, 2006); para realizar la investigación se adaptó el cuestionario para emprendedores turísticos del Cantón Pastaza. mediante 23 preguntas, conformada en 6 dimensiones con respuesta en escala de Likert de 5 categorías que va desde 1 (completamente incapaz) a 5 (perfectamente capaz) (ver anexo 3). Se escogió este instrumento por estar ya validado y ser confiable. Cabe mencionar que aun así se realizó una prueba piloto con diez personas solo para verificar el alfa de Cronbach, la cual fue de 0,979 (ver tabla 3), por lo que se determinó que el instrumento se puede aplicar en la investigación.

**Tabla 2:** *Constructo autoeficacia emprendedora*

---

#### **AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA**

---

##### **Dimensión 1. Afrontar cambios inesperados.**

Se refiere a la creencia sobre la capacidad de trabajar bajo incertidumbre. Adentrarse en el mundo de la creación de empresas, dejando atrás el confort que supone trabajar por cuenta ajena en una empresa establecida, requiere una tolerancia a la ambigüedad y adaptación a los cambios.

**Ítem** (11,15,20)

##### **Dimensión 2. Construir un entorno innovador.**

Esta dimensión se centra en la capacidad del individuo para estimular la creatividad, iniciativa y responsabilidad de las personas que trabajan con él. Por lo tanto, el emprendedor debe creer en su capacidad para construir un entorno a partir de cero que favorezca la innovación.

**Ítem** (14,18,21,22)

##### **Dimensión 3. Definir el objetivo central del negocio.**

Esta dimensión es fundamental porque si una persona se cree incapaz de establecer el propósito principal de su negocio, entonces resulta poco probable que se sienta motivado para iniciar su propia aventura empresarial.

**Ítem** (5,10,23)

##### **Dimensión 4. Desarrollar los recursos humanos claves.**

Representa la creencia en la propia habilidad para atraer y retener individuos que son claves en la creación de una nueva empresa. Además, resulta básico que el emprendedor reconozca la importancia de involucrar a otros en el proceso de creación de su empresa.

**Ítem** (1,4,9)

##### **Dimensión 5. Descubrir nuevos productos y oportunidades de mercado.**

---

---

Se refiere a un conjunto de habilidades relacionadas con el reconocimiento de oportunidades. El emprendedor debe creer en su capacidad creativa para descubrir oportunidades que le permitan desarrollar sus productos o servicios, y adaptarse a los cambios del mercado.

**Ítem** (3,6,8,12,16,17,19)

**Dimensión 6. Iniciar relaciones con inversores.**

Los emprendedores deben utilizar sus redes sociales y establecer contactos que les permitan captar los recursos necesarios para crear su propia empresa. Cuando el proceso de crear una nueva empresa comienza, el emprendedor debe creerse eficaz para realizar esta serie de actividades que pueden consumir la mayoría de su tiempo.

**Ítem** (2,7,13)

---

Elaborado por: Moriano, Palací y Morales (2006).

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### RESULTADO 1

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

**Tabla 3:** *Coficiente del alfa de Cronbach*

Variable	Alfa de Cronbach	Número de elementos
Competencia emprendedora	,960	55
Autoeficacia emprendedora	,979	23

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

#### 4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS DATOS DEMOGRÁFICOS.

##### 4.1.1. Variable género

**Tabla 4:** *Género*

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	96	61,1	61,1	61,1
	Masculino	61	38,9	38,9	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

En la aplicación de las encuestas realizada se obtuvo como resultado que más del 60% son de género femenino mientras que el 38% de género masculino.

#### 4.1.2. Variable edad

**Tabla 5: Edad**

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-25	21	13,4	13,4	13,4
	26-35	32	20,4	20,4	33,8
	36-45	53	33,8	33,8	67,5
	46-55	38	24,2	24,2	91,7
	Más de 55 años	13	8,3	8,3	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

El mayor porcentaje de emprendedores con más del 60% se encuentra entre los

18 -45 años de edad.

#### 4.1.3. Variable estado civil

**Tabla 6: Estado civil**

		Estado civil			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	46	29,3	29,3	29,3
	Casado	86	54,8	54,8	84,1
	Unión libre	8	5,1	5,1	89,2
	Divorciado	12	7,6	7,6	96,8
	Viudo	5	3,2	3,2	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

En los resultados se indican que el mas del 50% de los emprendedores se encuentran casados o con unión libre es decir cuentan con una dependencia.

#### 4.1.4. Variable escolaridad

**Tabla 7:** *Escolaridad*

		<b>Escolaridad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	17	10,8	10,8	10,8
	Bachillerato	68	43,3	43,3	54,1
	Tercer nivel	69	43,9	43,9	98,1
	Cuarto nivel	3	1,9	1,9	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

Los resultados indicaron que más del 80%, de los emprendedores cuentan con un nivel de estudio en bachillerato y de tercer nivel; y un porcentaje mínimo del 12% en estudios primarios y de cuarto nivel.

#### 4.1.5. Variable tipo de servicio ofertado

**Tabla 8:** *Tipo de servicios ofertados*

		<b>Tipo de servicio ofertado</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alojamiento	43	27,4	27,4	27,4
	Alimentos y Bebidas	104	66,2	66,2	93,6
	Operación e Intermediación	6	3,8	3,8	97,5
	Parques de atracción	4	2,5	2,5	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

Según los resultados obtenidos el 66.2% de los emprendimientos en Pastaza ofertan el servicio de Alimentos y bebidas. Sin embargo, tenemos un porcentaje mínimo del 30% en otras áreas de prestaciones de servicios turísticas existentes en el cantón.

#### 4.1.6. Variable ingresos mensuales de su negocio

**Tabla 9:** *Ingresos mensuales de su negocio*

Ingresos mensuales de su negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 500 \$	28	17,8	17,8	17,8
	501 a 1000 \$	37	23,6	23,6	41,4
	1001 a 1500 \$	44	28,0	28,0	69,4
	1501 a 2000 \$	24	15,3	15,3	84,7
	Mayor a 2001 \$	24	15,3	15,3	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

En los resultados se indica que los ingresos mensuales de los emprendimientos de servicios turísticos, va, entre 1001 a 1500 dólares con un porcentaje mayor del 28%.

#### 4.1.7. Variable tipo de empresa

**Tabla 10:** *Tipo de empresa*

Tipo de empresa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pública	1	,6	,6	,6
	Privada	151	96,2	96,2	96,8
	Sociedad	5	3,2	3,2	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

Según los resultados que se obtuvieron, el 96% de las empresas turísticas existentes en la ciudad son privadas.

#### 4.1.8. Variable procedencia del emprendedor

**Tabla 11:** *Procedencia del emprendedor*

		<b>Procedencia del emprendedor</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nacional	147	93,6	93,6	93,6
	Extranjero	10	6,4	6,4	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

En los resultados se indican que el 93,6% de los emprendedores son de procedencia nacional o a su vez son personas provenientes de otras provincias.

#### 4.1.9. Variable explique la Provincia o País

**Tabla 12:** *explique la Provincia y País*

		<b>(Explique la Provincia o País)</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Azuay	1	,6	,6	,6
	Bolívar	1	,6	,6	1,3
	Cañar	1	,6	,6	1,9
	Chimborazo	2	1,3	1,3	3,2
	China	1	,6	,6	3,8
	Colombia	3	1,9	1,9	5,7
	Cotopaxi	1	,6	,6	6,4
	El Oro	1	,6	,6	7,0
	Guayas	2	1,3	1,3	8,3
	Imbabura	1	,6	,6	8,9
	Italia	1	,6	,6	9,6
	Manabí	5	3,2	3,2	12,7
	Morona Santiago	2	1,3	1,3	14,0
	Napo	3	1,9	1,9	15,9
	Pastaza	105	66,9	66,9	82,8
	Perú	1	,6	,6	83,4
	Pichincha	1	,6	,6	84,1
	Rumania	1	,6	,6	84,7
	Santo Domingo	1	,6	,6	85,4
	Tungurahua	20	12,7	12,7	98,1
	Uruguay	1	,6	,6	98,7
	Venezuela	2	1,3	1,3	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

Según los datos obtenidos de las encuestas, el 65,6% de los emprendedores turísticos son de la provincia de Pastaza, y con un mínimo porcentaje de emprendedores son proveniente de la provincia de Tungurahua con un 12.5%, a si mismo hay emprendedores provenientes del exterior con un porcentaje del 6,2%.

#### 4.1.10. Variable ha estado en los últimos meses en contacto con un centro/organismo de apoyo a emprendedores

**Tabla 13:** *Ha estado en los últimos meses en contacto con un centro/organismo de apoyo a emprendedores*

<b>¿Ha estado en los últimos meses en contacto con un centro/organismo de apoyo a emprendedores?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	54	34,4	34,4	34,4
	No	103	65,6	65,6	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22  
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

En los resultados obtenido se indica que el 65.6% de los emprendedores turísticos no han estado en los últimos meses, en contacto con un centro/organismo de apoyo a emprendedores, sin embargo, un 34,4% nos manifestaron que si han estado.

#### 4.1.11. Variable ¿Cuál es el nivel de estudio alcanzado por su padre?

**Tabla 14:** *Nivel de estudio alcanzado por su padre*

<b>¿Cuál es el nivel de estudios alcanzado por su padre?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	87	55,4	55,4	55,4
	Bachillerato	49	31,2	31,2	86,6
	Tercer nivel	19	12,1	12,1	98,7
	Cuarto nivel	2	1,3	1,3	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22  
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).



Según los resultados obtenido se determina que el nivel de estudio alcanzado por el padre de los emprendedores turísticos del Puyo es la primaria con un porcentaje mayor al de 50%.

#### 4.1.12. Variable **¿Cuál es el nivel de estudio alcanzado por su madre?**

**Tabla 15:** *Nivel de estudio alcanzado por su madre*

<b>¿Cuál es el nivel de estudios alcanzado por su madre?</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ninguna	1	,6	,6
	Primaria	85	54,1	54,8
Válido	Bachillerato	55	35,0	89,8
	Tercer nivel	16	10,2	100,0
	Total	157	100,0	100,0

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

Según los resultados obtenido, arrojaron que el nivel de estudio alcanzado por la madre es la primaria con un porcentaje mayor al 54.1%.

#### 4.1.13. Variable **¿tiene algún miembro cercano de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio?**

**Tabla 16:** *Tiene algún miembro cercano a su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio*

<b>¿Tiene algún miembro cercano de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio (padre, hermanos, abuelos, tíos o primos)?</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Si	80	51,0	51,0
Válido	No	77	49,0	100,0
	Total	157	100,0	100,0

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

Según los resultados obtenidos más del 50% de los empresarios respondieron que sí tienen algún familiar que tengan un negocio propio. Y la mayoría se enfocan a brindar el servicio de alimentos y bebidas.

#### 4.1.14. Variable tiempo de apertura de su negocio o empresa

Tabla 17: *Tiempo de apertura de su negocio*

Tiempo de apertura de su negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Menor a 1 año	11	7,0	7,0	7,0
	Entre 1 a 5 años	52	33,1	33,1	40,1
Válido	Entre 5 a 10 años	45	28,7	28,7	68,8
	Mayor de 10 años	49	31,2	31,2	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

En los resultados obtenidos se muestra que más del 58% de los emprendimientos oscilan entre 1 hasta 10 años desde su apertura, esto demuestra que lo emprendimientos aún no están posicionados en el mercado. Y un porcentaje mínimo del 31% son emprendimientos que son mayor a 10 años y que están posicionados en el mercado con el servicio que ofertan.

## 4.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS CONSTRUCTOS

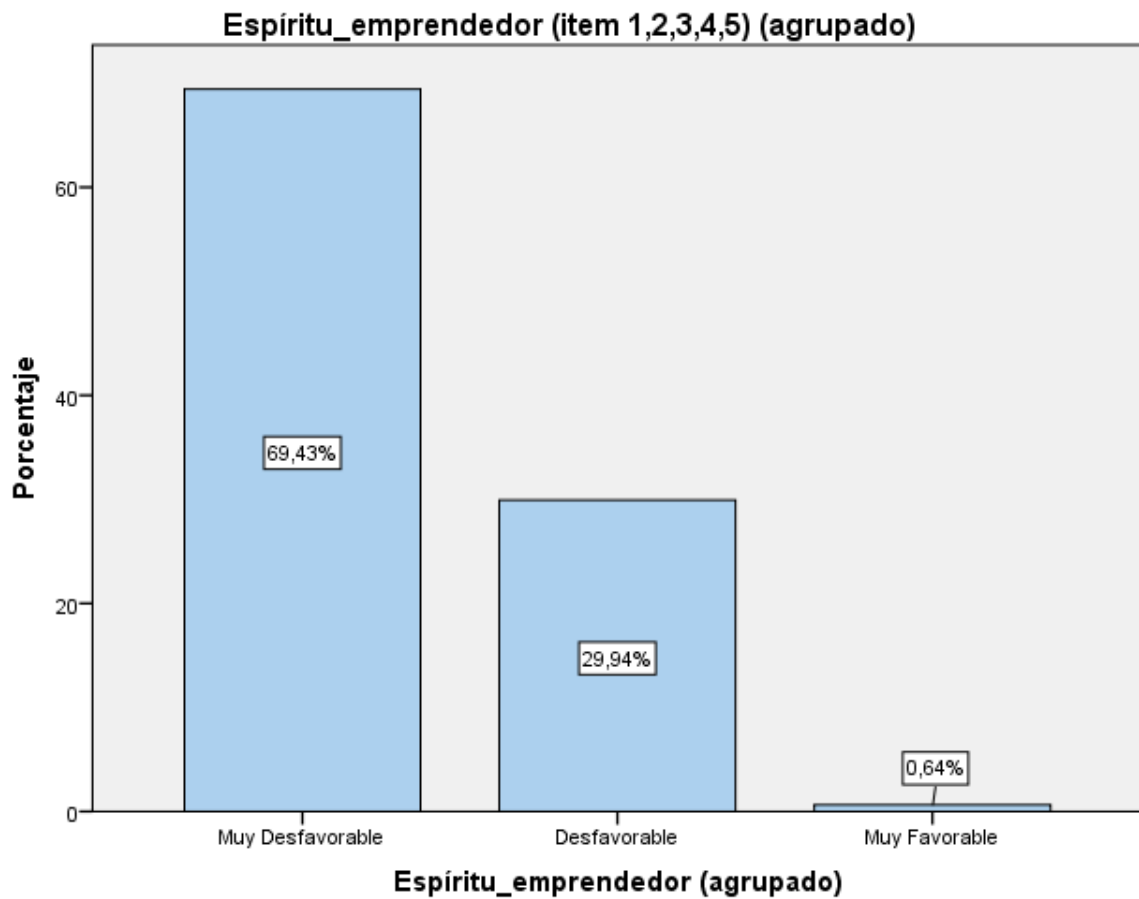
### RESULTADO 2

Para el cumplimiento del segundo objetivo se **evaluó las características de emprendimiento mediante la aplicación de las encuestas a los constructos competencias y la autoeficacia emprendedora**. Donde se evaluaron de manera descriptiva los resultados obtenidos, el cual se puede evidenciar en cada una de las figuras, dado que se analizaron las dimensiones para determinar si los emprendedores poseen la competencia y autoeficacia emprendedora en sus empresas. Para corroborar esta información también se realizó una entrevista, con preguntas semiestructuradas dirigida a los emprendedores.

#### 4.2.1. COMPETENCIA EMPRENDEDORA

Se realizó un análisis mediante la escala de Likert de las dimensiones del constructo Competencia Emprendedora donde se pudo evidenciar que el comportamiento en las diferentes actividades turísticas como; Alimentos y bebidas, Alojamiento, Operación e intermediación y Áreas de recreación, mantienen el mismo comportamiento en los análisis de resultados, por lo tanto, se agrupo la información para poder presentar un resultado conciso y detallado.

#### 4.2.1.1. Espiritu emprendedor

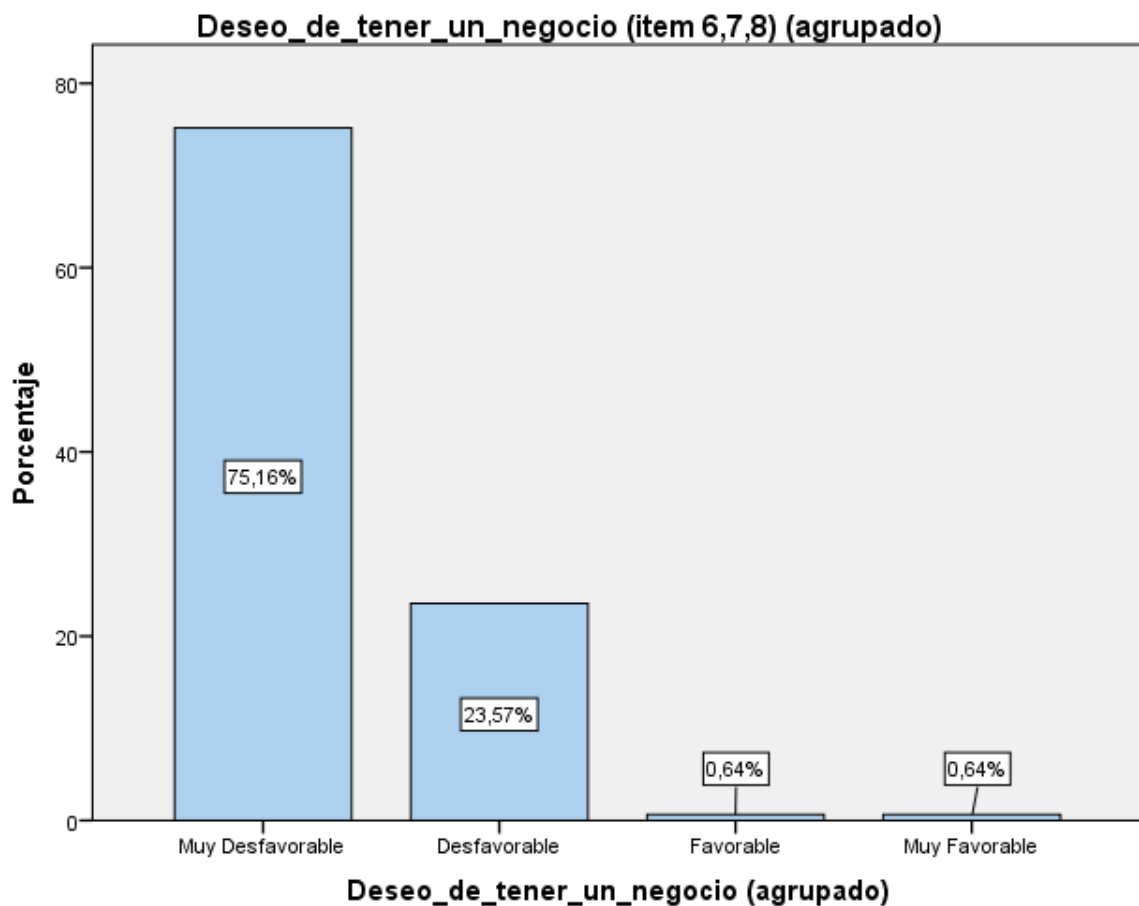


Fuente: IBM SPSS Statistics 22  
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 3:** *Espiritu emprendedor*

En la dimensión espíritu emprendedor, que se analiza por llevar al cabo una idea emprendedora a pesar de tener obstáculos, los resultados indican que más del 95% de los encuestados lo consideran entre desfavorable y muy desfavorable.

#### 4.2.1.2. Deseo de tener un negocio

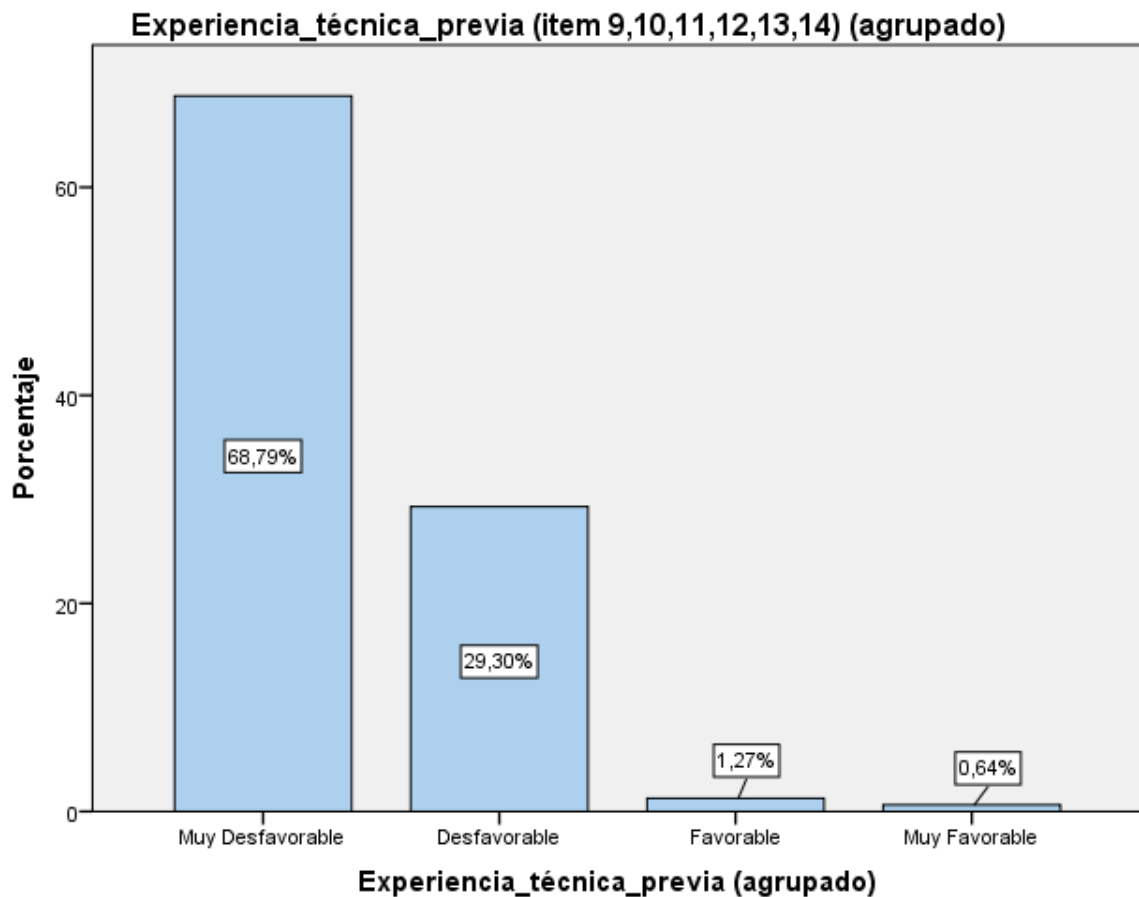


Fuente: IBM SPSS Statistics 22  
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 4:** *Deseo de tener un negocio*

Según los datos obtenidos en la dimensión deseo de tener un negocio se obtuvo un resultado más de 96% que es muy desfavorable, esto sugiere que los emprendedores turísticos emprenden más por necesidad que por oportunidad, lo cual conllevaría a que los emprendimientos se mantengan en el mercado por un corto tiempo.

### 4.2.1.3. Experiencia técnica previa

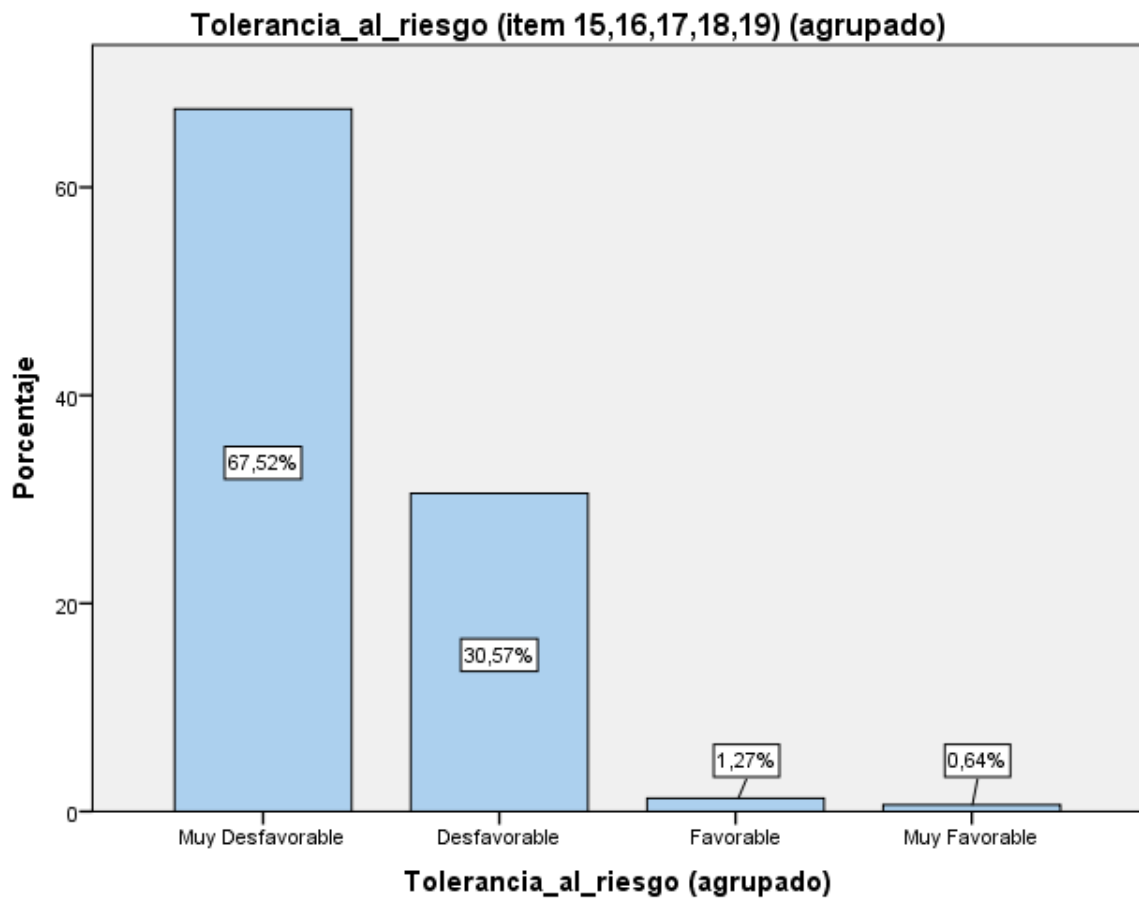


Fuente: IBM SPSS Statistics 22  
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 5:** *Experiencia técnica previa*

En los resultados obtenidos en la dimensión de experiencia técnica previa, que analiza sobre los conocimientos acerca de la actividad que ejercen los emprendedores para lograr un éxito empresarial, se obtuvo más del 90% entre muy desfavorable y desfavorable, por lo que se considera que los emprendedores inician sus negocios sin tener ninguna experiencia empresarial o a su vez podría intuir que pueden ser influenciados por otras personas para emprender o tener un negocio.

#### 4.2.1.4. Tolerancia el riesgo



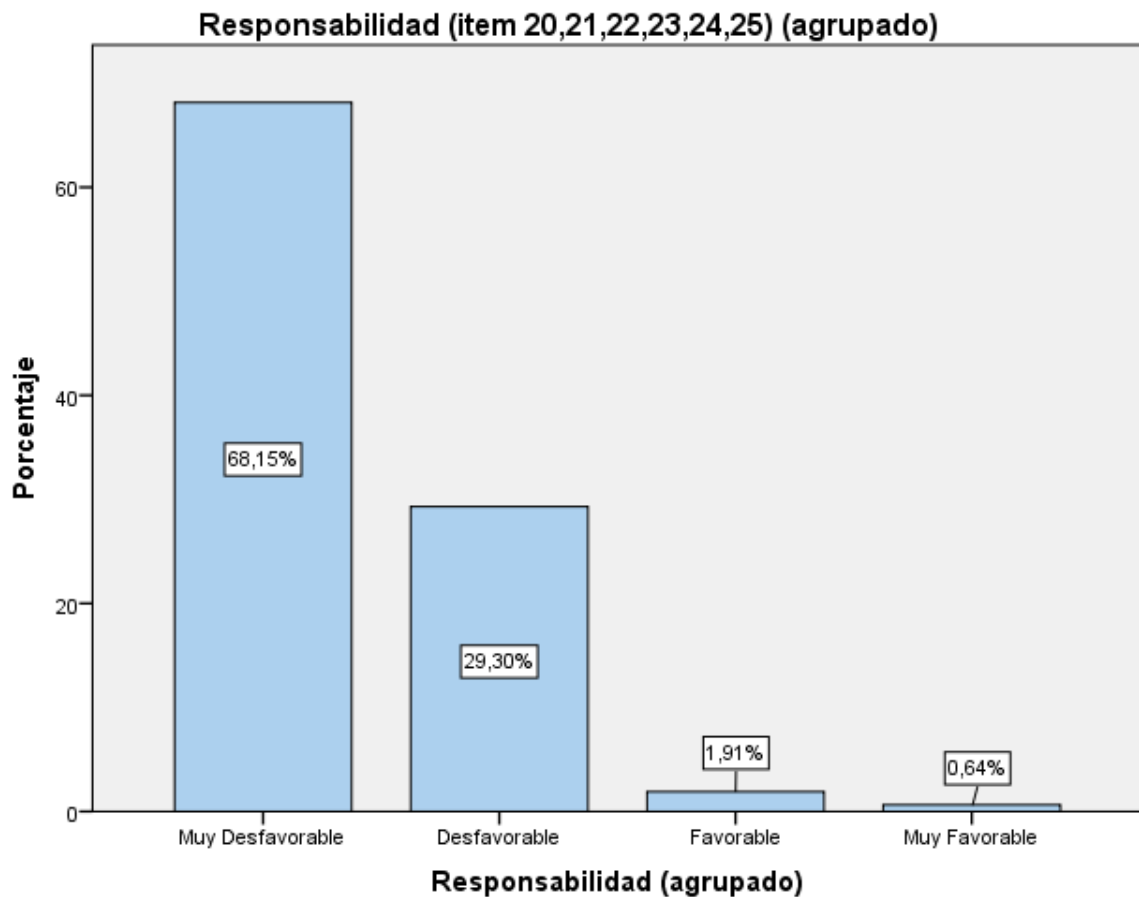
Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 6:** *Tolerancia al riesgo*

En la dimensión tolerancia al riesgo, que analiza las capacidades de los emprendedores ante cualquier tipo de circunstancia que se sucite en su empresa, se obtuvo un resultado de mas del 90% entre muy desfavorable y desfavorable, por lo que se considera que las personas no toleran el riesgo o a su vez no miden hasta que nivel puede llegar las decisiones que tomen, para afrontar dichas circunstancias.

#### 4.2.1.5. Responsabilidad



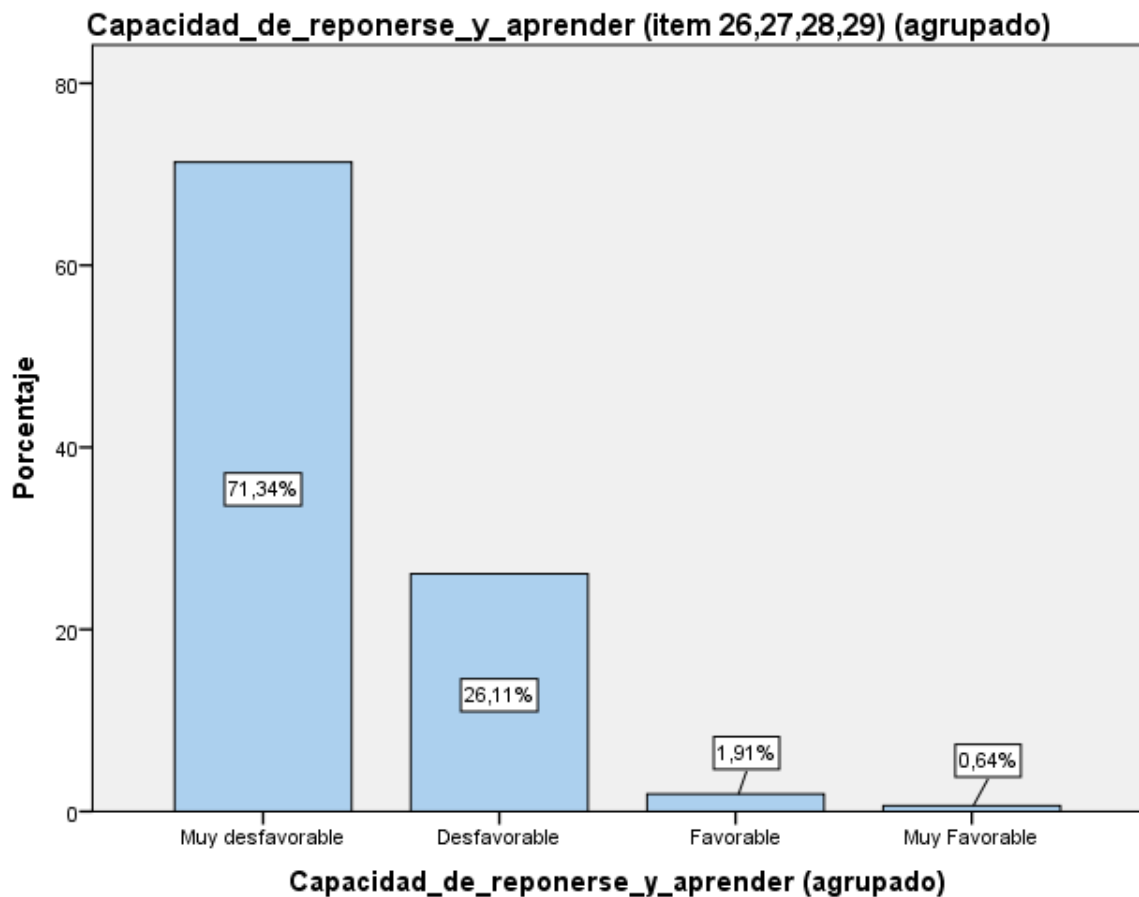
Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 7:** *Responsabilidad*

En la dimensión de responsabilidad, se analiza la dedicación el esfuerzo y tiempo que tienen los emprendedores a su negocio y empresa, para llevar al éxito empresarial, se obtuvo un resultado más del 90%, entre muy desfavorable y desfavorable, lo que conlleva que las personas no toman las riendas de sus negocios o simplemente delegan a alguien que no tiene conocimientos acerca del negocio o simplemente no están capacitados.

#### 4.2.1.6. Capacidad de reponerse y aprender



Fuente: IBM SPSS Statistics 22

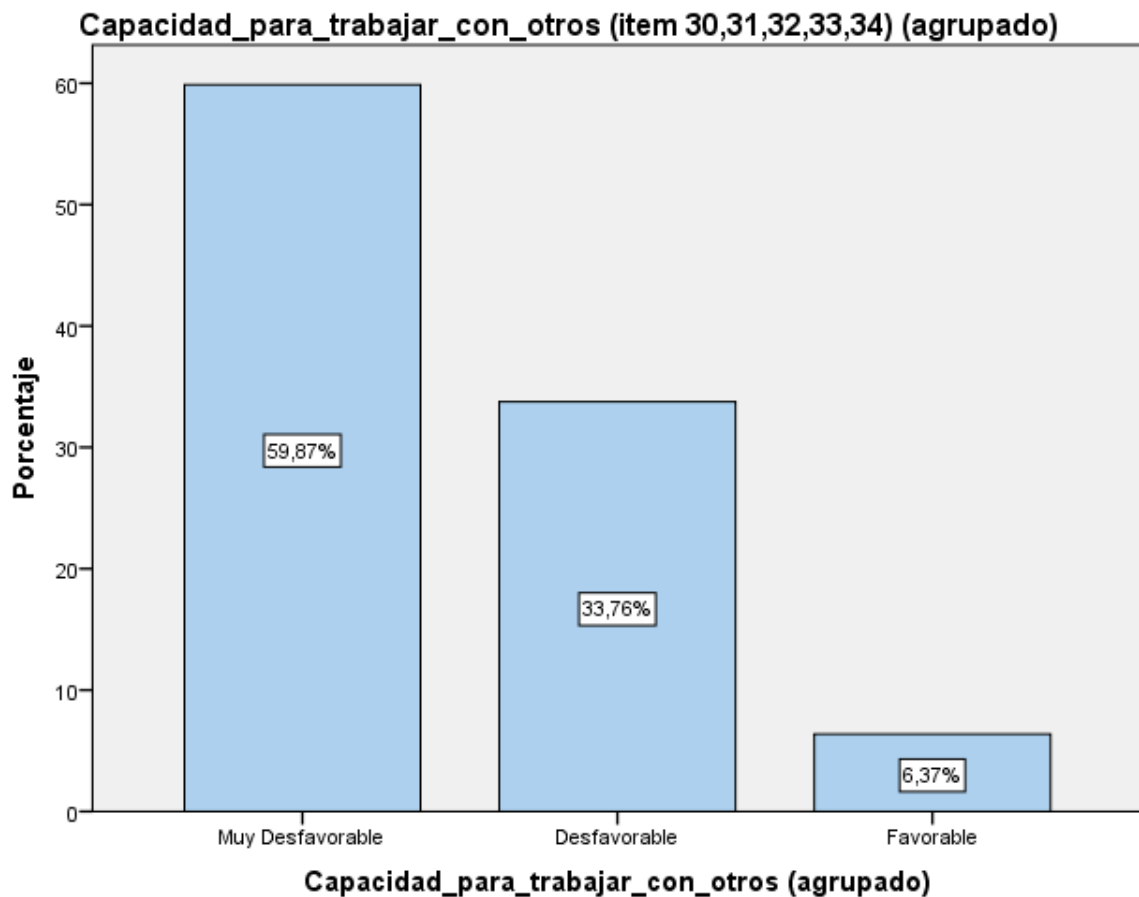
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 8:** *Capacidad de reponerse y aprender*

En la dimensión capacidad de reponerse y aprender, se analiza la tenacidad y la perseverancia de los emprendedores ante cualquier circunstancia de riesgo o fracaso de su negocio, se obtuvo un resultado de más del 90% muy desfavorable y desfavorable, por lo que las personas no lo toman como una oportunidad para mejorar y sacar provecho de los errores; sino que se mantienen en el fracaso y temen emprender nuevamente.



#### 4.2.1.7. Capacidad para trabajar con otros



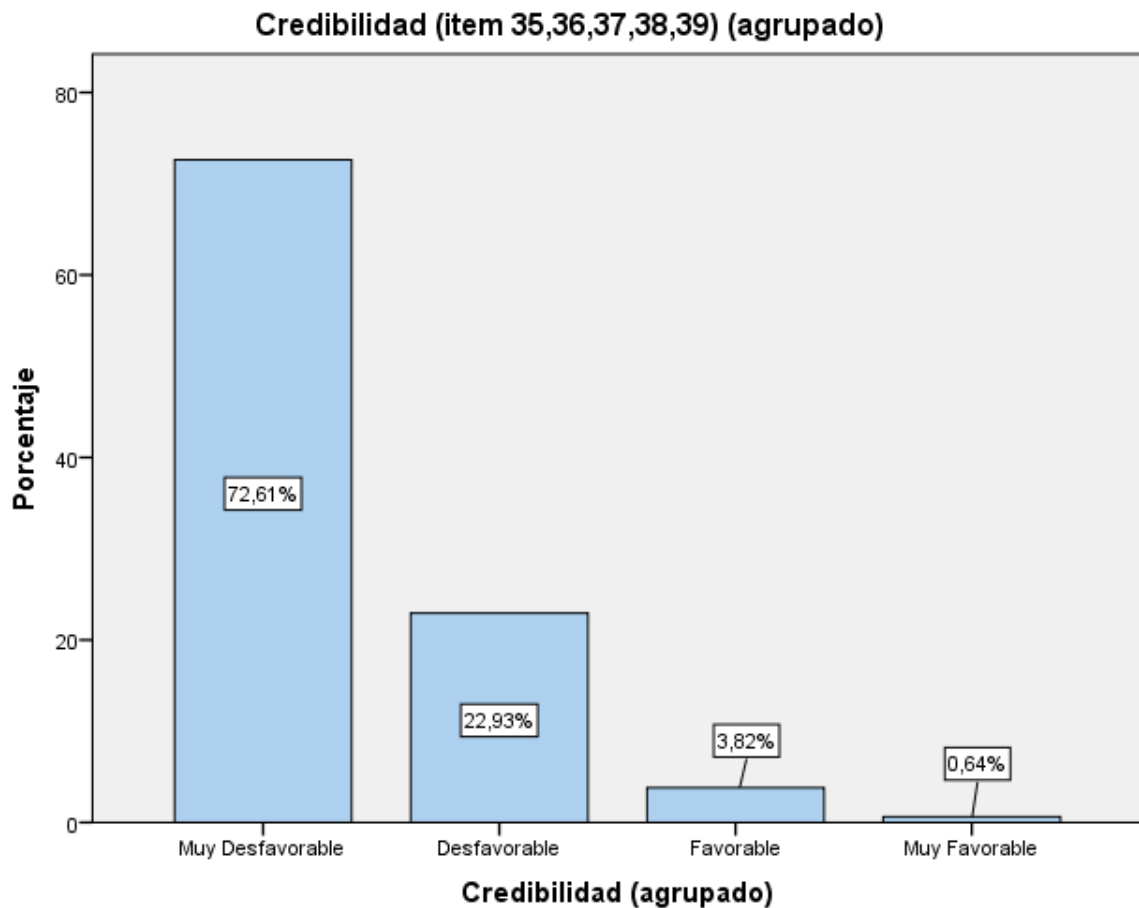
Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 9:** *Capacidad para trabajar con otros*

En la dimensión capacidad para trabajar con otros, se analiza las características y las capacidades del emprendedor para comprender, entender y de trabajar en equipo con otras personas, Se obtuvo un resultado más del 90%, entre muy desfavorable y desfavorable, lo que puede indicar que las personas no están preparadas para trabajar en equipo con otras personas en el campo empresarial y prefieren trabajar solos.

#### 4.2.1.8. Credibilidad

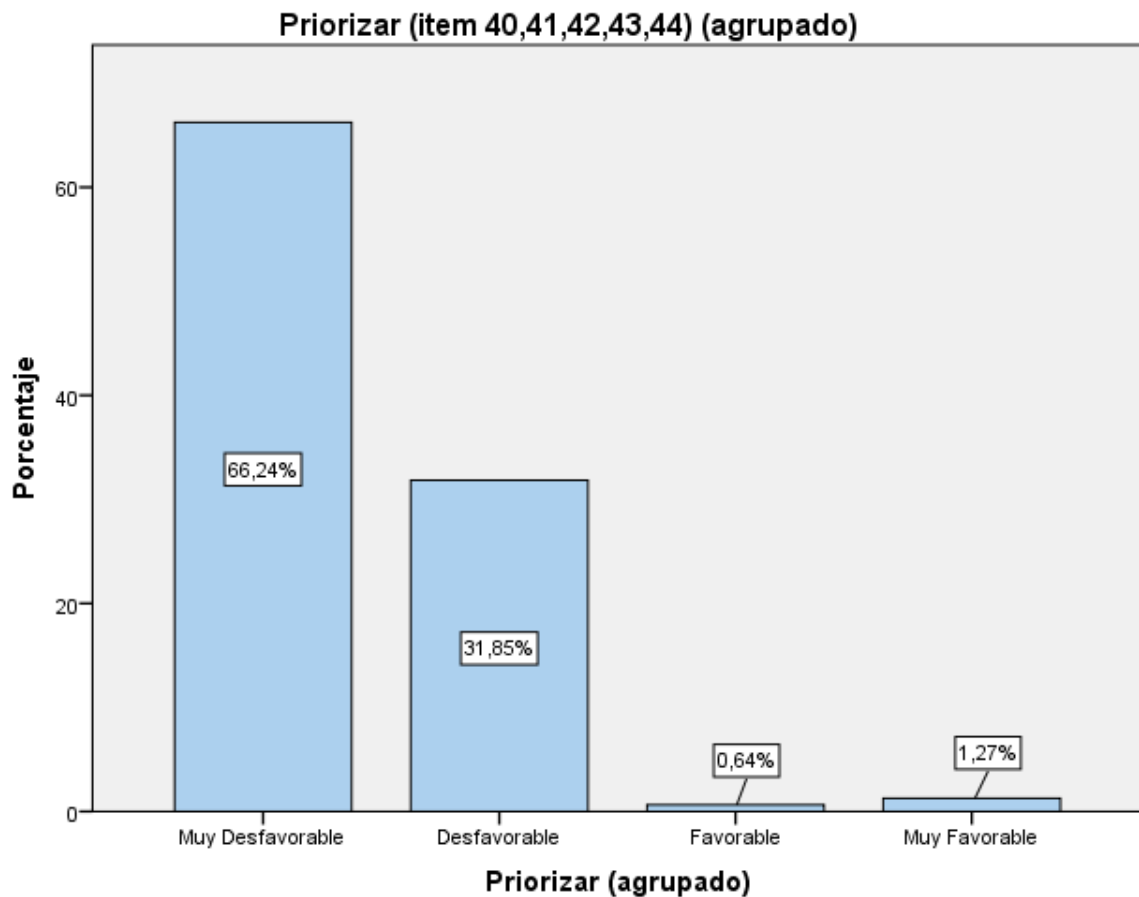


Fuente: IBM SPSS Statistics 22  
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 10:** *Credibilidad*

En la dimensión de credibilidad, se analiza la capacidad del emprendedor, de integrar a las personas para que trabajen de la mejor manera y obtener un trabajo de calidad, se obtuvo un resultado más del 90% entre muy desfavorable a desfavorable, se podría mencionar que los emprendedores no generan credibilidad en su trabajo y en el de sus empleados.

#### 4.2.1.9. Priorizar

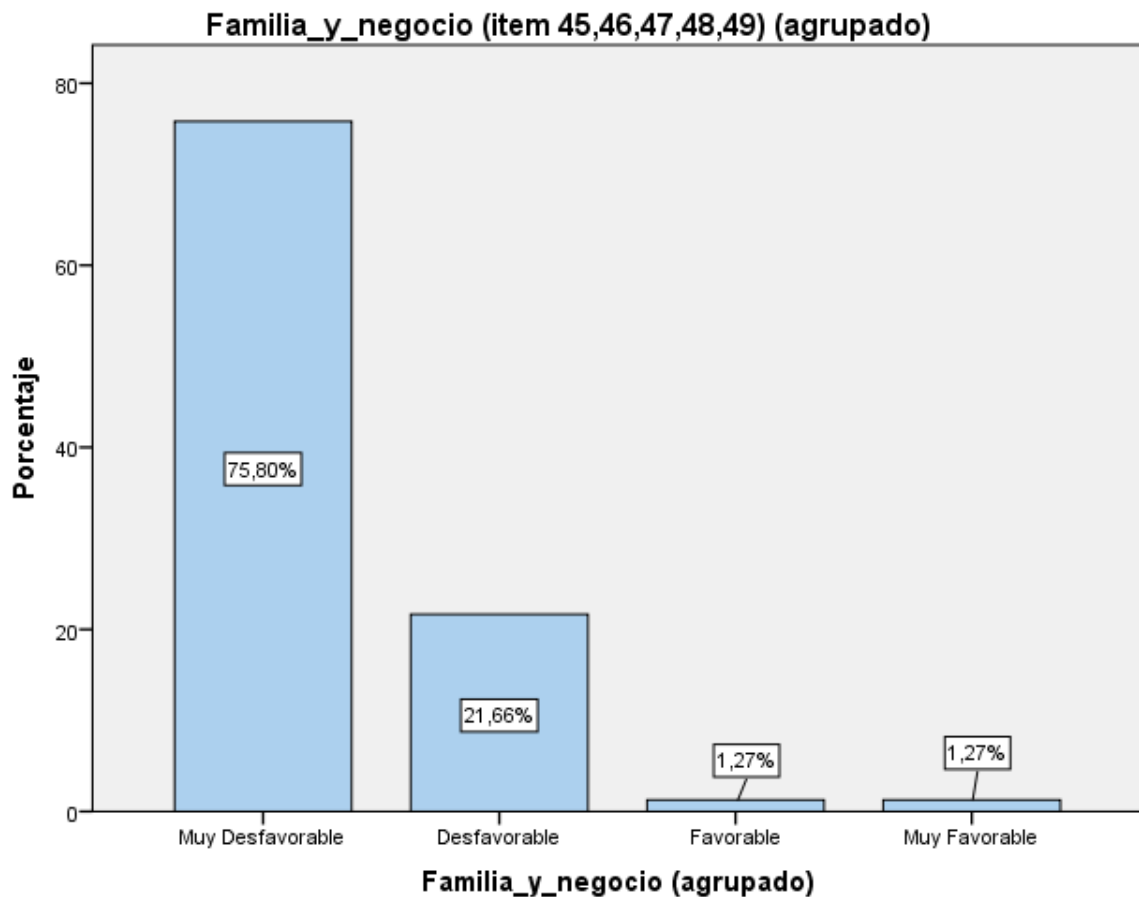


Fuente: IBM SPSS Statistics 22  
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 11:** *Priorizar*

En la dimensión de priorizar, se analiza las metas, objetivos, visión y la planificación del emprendedor en donde se establece prioridades y promesas donde cumplirlas. En las encuestas realizadas, se obtuvo un resultado de más 90% entre muy desfavorable a desfavorable, por lo que se determina que los propietarios no tienen clara la visión de donde quieren llegar a largo plazo.

#### 4.2.1.10. Familia y negocio



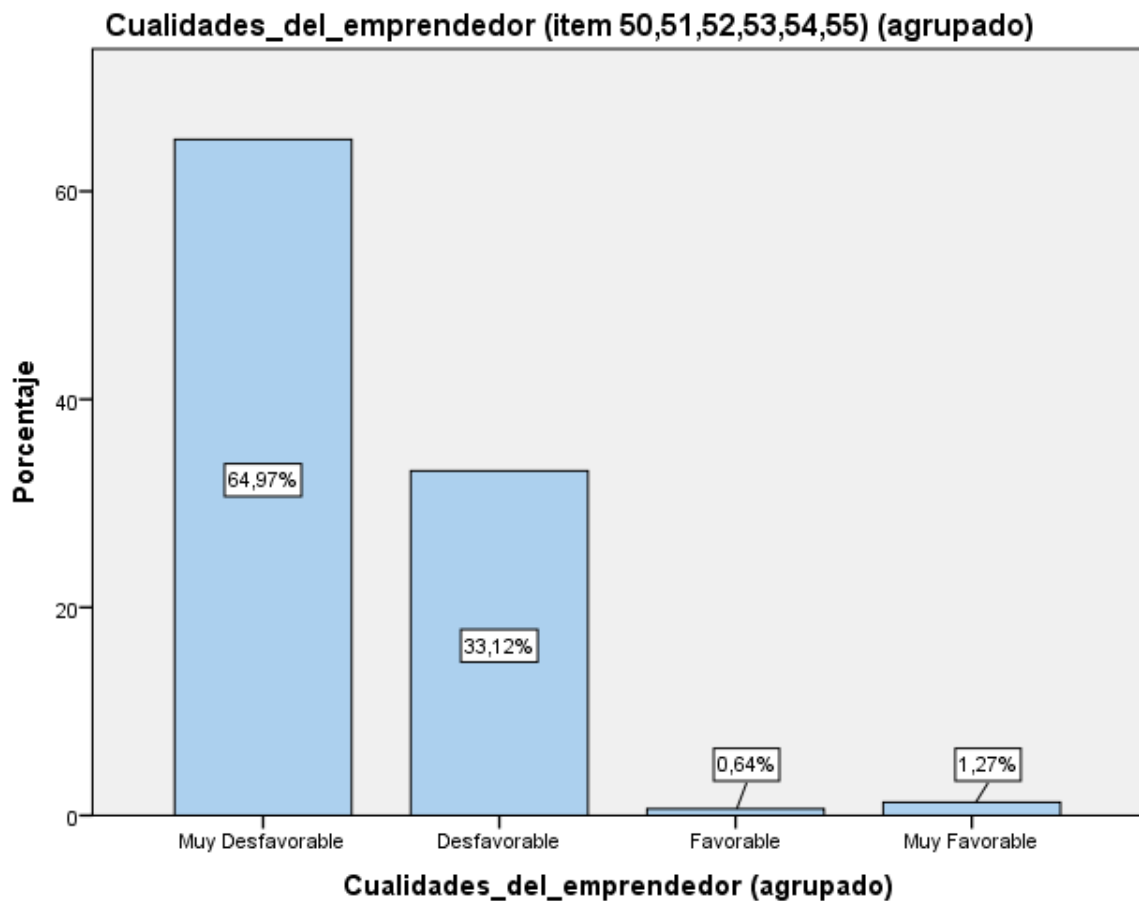
Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 12:** *Familia y Negocio*

En la dimensión de familia y negocio, que analiza el éxito empresarial logrando una buena relación familiar y preparando a alguien para la sucesión del negocio. En donde se obtuvo un resultado de más 90% donde se considera que es muy desfavorable en los emprendedores. Esto podría indicar que emprendedores que a pesar de tener una buena relación familiar en su entorno; esto puede verse afectado debido a que sus hijos no toman interés en el negocio y no están preparados para asumir la responsabilidad del negocio familiar.

#### 4.2.1.11. Cualidades del emprendedor



Fuente: IBM SPSS Statistics 22  
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

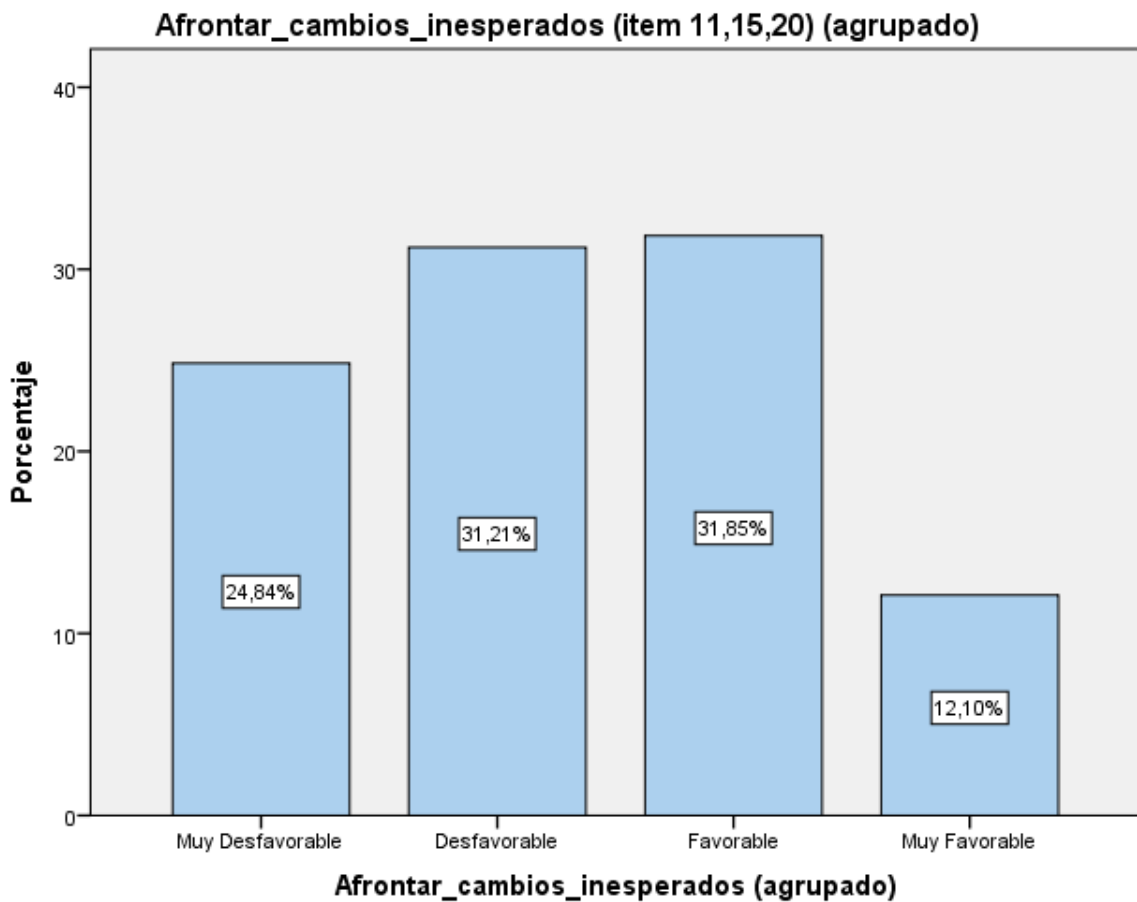
**Figura 13:** *Cualidades del emprendedor*

En la dimensión de cualidades del emprendedor, se analiza la capacidad de desarrollar las habilidades internas, con estrategias que ayuden al emprendedor y el negocio. Se obtuvo un resultado de más de 90% entre muy desfavorable a desfavorable; esto nos indica que los propietarios no desarrollan habilidades para mejorar las capacidades de realizar estrategias que ayuden a mejorar el ámbito de trabajo y crecimiento empresarial.

## 4.2.2. AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA

Se realizó un análisis mediante la escala de Likert de las dimensiones del constructo Autoeficacia Emprendedora donde se puede evidenciar que el comportamiento en las diferentes actividades turísticas tales como; Alimentos y bebidas, Alojamiento, Operación e intermediación y Áreas de recreación, mantienen el mismo comportamiento en los análisis de resultados, por lo tanto, se agrupó la información para poder presentar un resultado conciso y detallado por cada dimensión agrupada.

### 4.2.2.1. Afrontar cambios inesperados

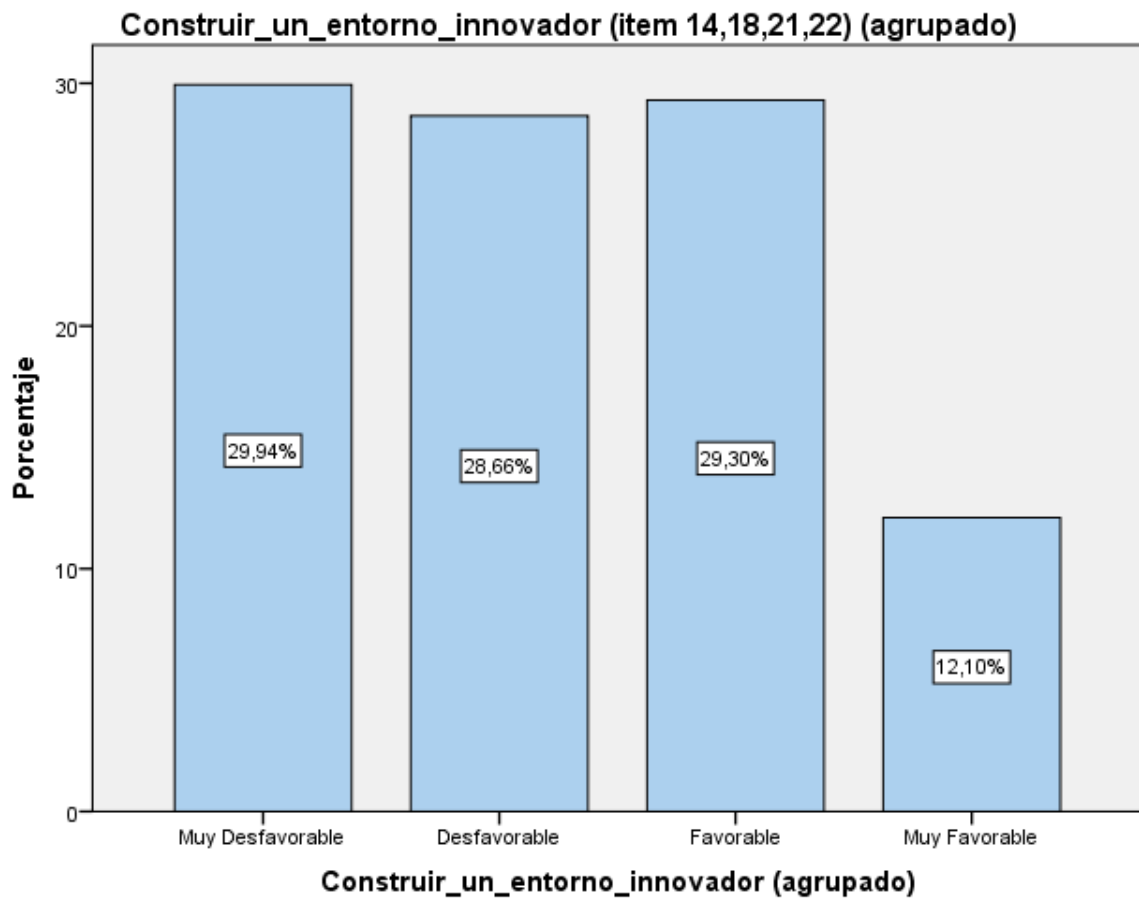


Fuente: IBM SPSS Statistics 22  
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 14:** *Afrontar cambios inesperados*

Según los resultados obtenidos en esta dimensión más del 56% está entre muy desfavorable y desfavorable, esto conlleva a que los emprendedores no están preparados para afrontar fracaso o cambios que puede afectar a su emprendimiento.

#### 4.2.2.2. Construir un entorno innovador



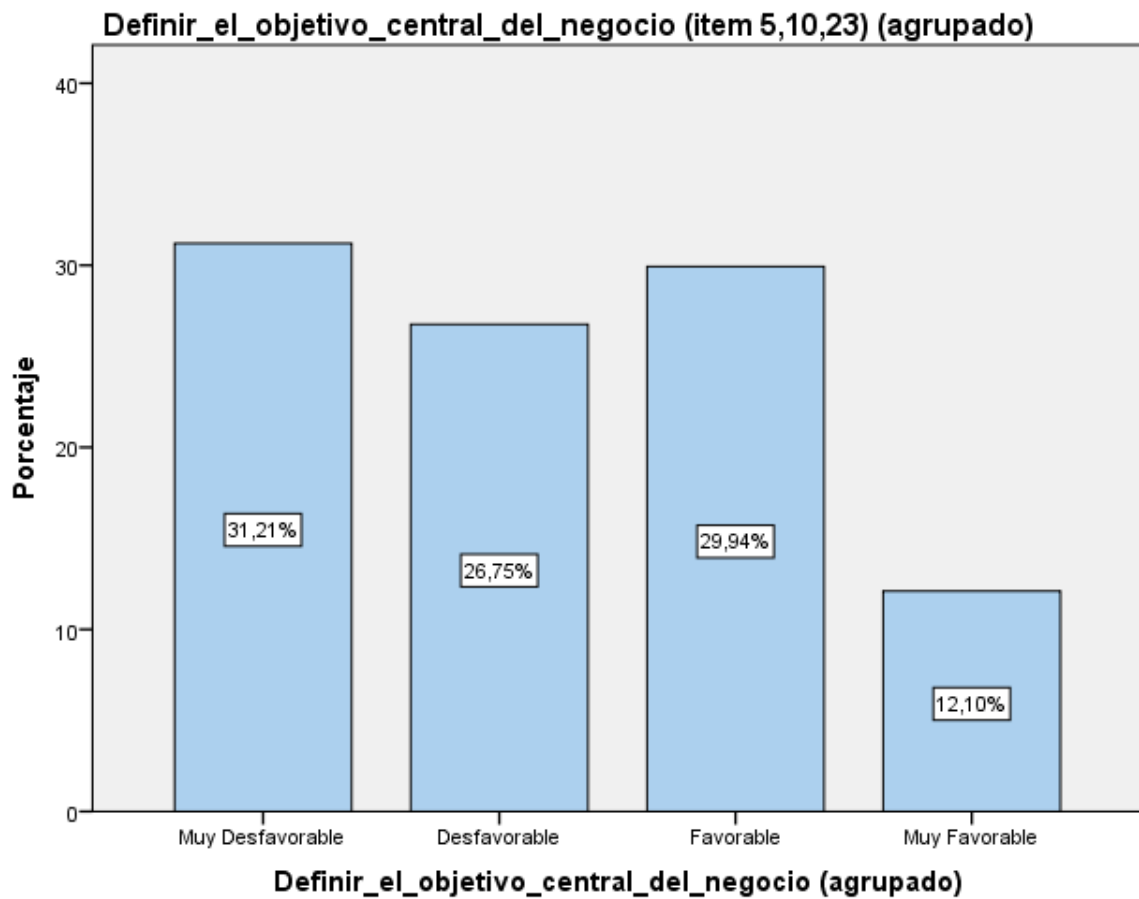
Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 15:** *Construir un entorno innovador*

Los resultados obtenidos en la siguiente dimensión más del 58% está entre muy desfavorable y desfavorable, esto señala que los emprendedores no creen en las capacidades para construir un entorno innovador, que incentiven a la búsqueda de nuevos productos o servicios.

### 4.2.2.3. Definir el objetivo central del negocio



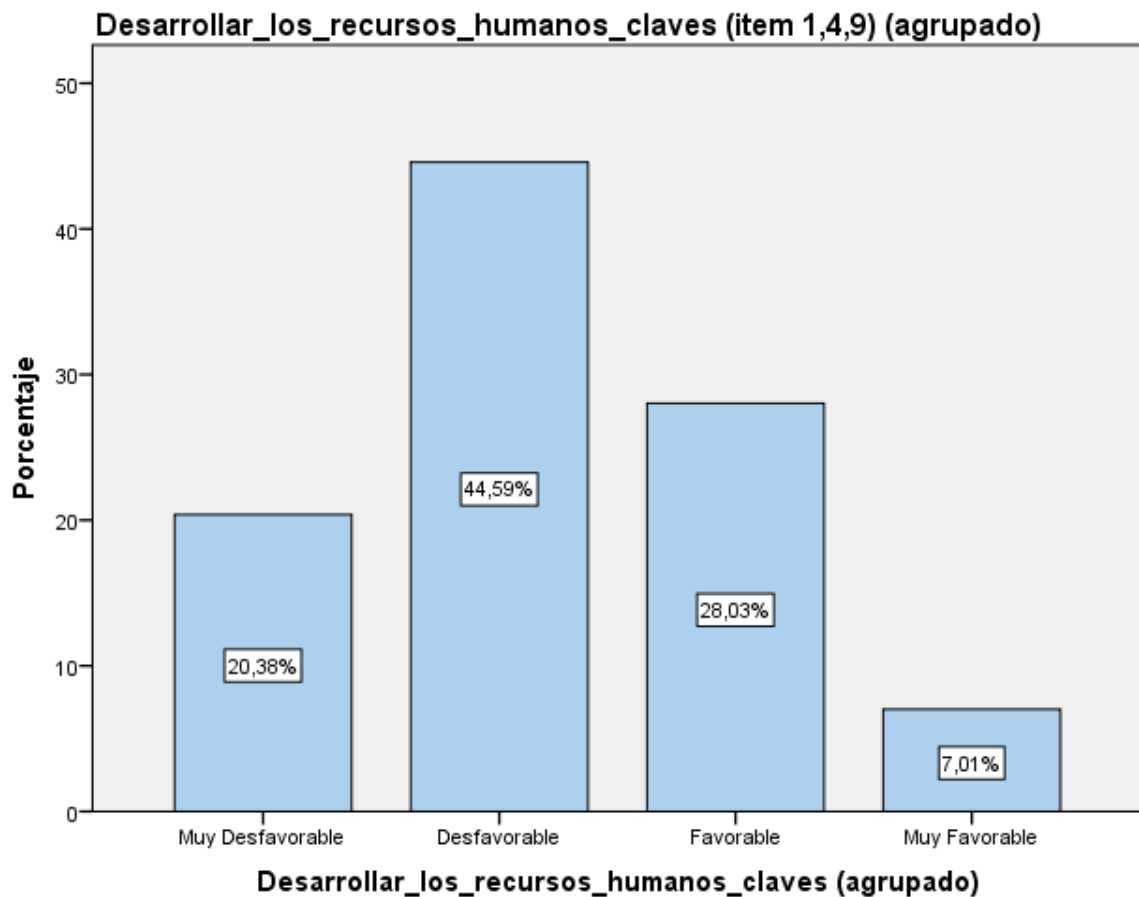
Fuente: IBM SPSS Statistics 22  
Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 16:** *Definir el objetivo central del negocio*

Los resultados de esta dimensión demuestran más del 58% se encuentra entre muy desfavorable y desfavorable, por lo que ciertos emprendedores se creen incapaz de tener propósitos definidos o simplemente no están motivados para seguir con su emprendimiento.



#### 4.2.2.4. Desarrollar los recursos humanos claves



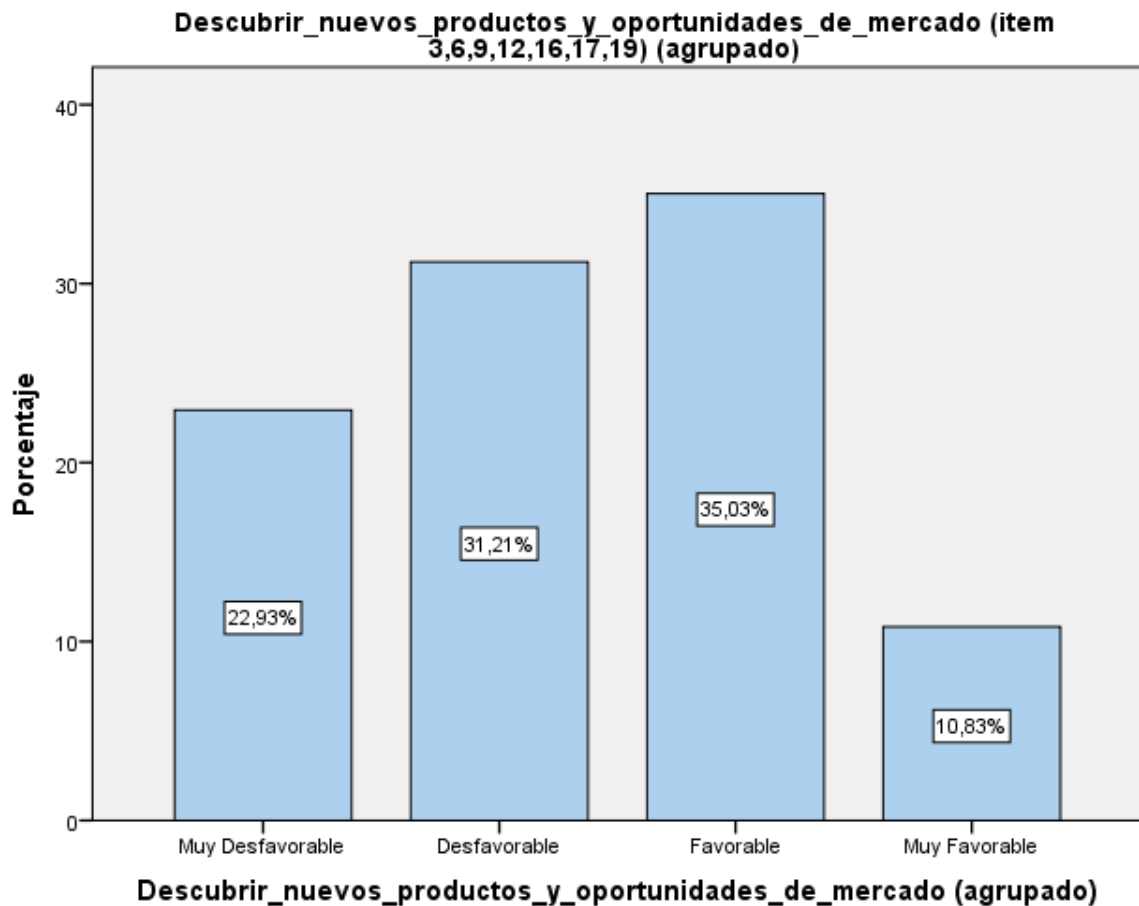
Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 17:** *Desarrollar los recursos humanos Claves*

Los resultados que se muestran en esta dimensión más del 63% de los emprendedores mencionan que es muy desfavorable y desfavorable, por lo que desarrollar su propia habilidad de atraer y retener personas que sean claves para su negocio no es muy aplicado. El emprendedor tiene que tomar mucho en cuenta la importancia de reclutar, seleccionar, capacitar al personal en el proceso de creación de su negocio.

#### 4.2.2.5. Descubrir nuevos productos y oportunidades de mercado



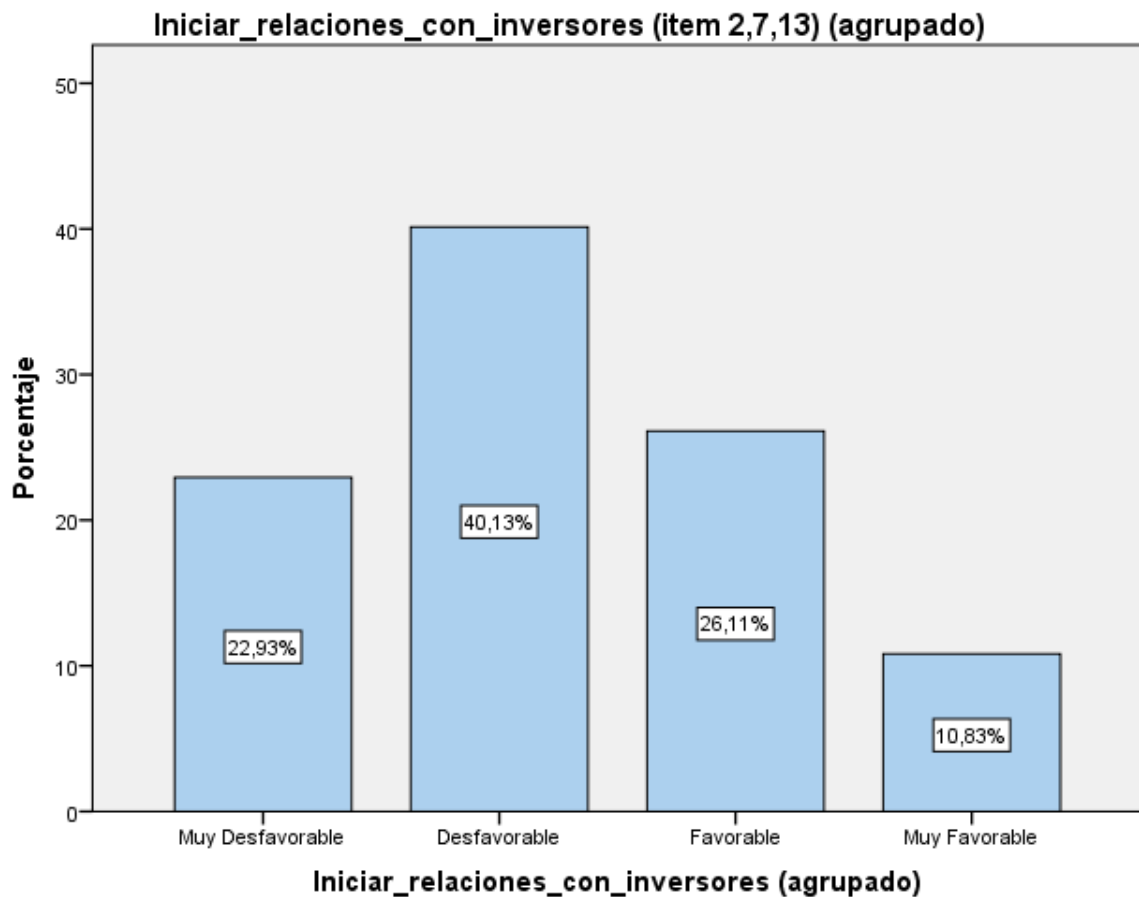
Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 18:** *Descubrir nuevo productos y oportunidades de mercado*

Los resultados de esta dimensión demuestran más del 54% de los emprendedores mencionaron que es muy desfavorable y desfavorable, por lo que el emprendedor no desarrolla las habilidades de reconocimiento de nuevas oportunidades en el mercado para ofrecer productos y servicios que se adaptan a los cambios inesperados.

#### 4.2.2.6. Iniciar relaciones con inversores



Fuente: IBM SPSS Statistics 22

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 19:** *Iniciar relaciones con inversores*

Los resultados obtenidos en esta dimensión más del 63% entre muy desfavorable y desfavorable, esto señala que no están aptos para iniciar relaciones con inversores, además que los empresarios no utilizan la tecnología o las redes sociales para captar o establecer contacto con potenciales inversores que pueden ser claves para su emprendimiento.

### **4.3. ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPREENDEDORES DEL CANTÓN PASTAZA.**

Se realizó una entrevista semiestructurada que consta de 6 preguntas, las cuales fueron aplicadas a 6 emprendedores de las diferentes actividades turísticas en donde ellos ofertan sus productos o servicios.

Según (Bravo, García, Hernández, & Varela, 2013) indican, que las entrevistas semiestructuradas presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos.

Se aplicó el siguiente cuestionario.

**a) ¿Cuándo usted decidió empezar con su negocio, lo hizo, por oportunidad o necesidad?**

La mayor parte de las personas entrevistadas mencionaron que, al iniciar con su emprendimiento o negocio lo hicieron por oportunidad, porque contaban con los recursos económicos necesarios y los conocimientos previos para empezar. Siendo que en años anteriores no existía mucha competencia en el mercado como hoy en día.

De la misma manera hubo emprendedores que iniciaron por necesidad, para sustentar a su familia. También para fomentar el trabajo y servicio, con la finalidad de satisfacer necesidades de mercado.

**b) ¿Considera usted, que su emprendimiento fue influenciado por familiares directos o amigos o por motivación propia?**

La mayor parte de los emprendedores, empezaron con sus negocios por motivación propia ya que buscaban un trabajo independiente.

Sin embargo, existe un mínimo de personas que lo hicieron por motivación de un familiar o pareja.

**c) ¿Que considera usted, que se debería hacer para cambiar o mejorar el apoyo al emprendimiento en el Cantón Pastaza?**

Consideran que deben reducir los costos de los impuestos que anualmente deben pagar, siendo costos muy elevados.

Recomiendan que los gobiernos autónomos que deben remodelar y realizar el respectivo mantenimiento a las áreas de recreación pública con sus respectivas señaléticas para persona con diferentes capacidades especiales.

Realizar estrategias de Marketing promocionando a todos los emprendimientos por igual, en actividades de fiestas y feriados que se encuentran en el Cantón, para que los turistas conozcan y visiten estos lugares.

**d) En los últimos meses usted ha estado con un centro u organización de apoyo a emprendedores, ¿cuáles son esas ayudas por parte de los centros de apoyos?**

Manifiestan que los emprendedores tienen ayudas por parte de la entidad bancaria del estado con interés bajos para los emprendedores, sin embargo, no todos han podido acceder a los créditos porque no han logrado reunir los requisitos el cual son muy riguroso.

La mayor parte de los emprendedores han recibidos capacitaciones por el Ministerio de turismo, el Gad municipal y provincial en diferentes áreas de interés como, atención al cliente y manipulación de alimentos. En las Agencias de viajes e intermediación nos señalaron que ellos se encuentran asociados a la Captur, sin embargo, las capacitaciones que ellos ofrecen solo van dirigidas para hoteles y restaurantes.

**e) ¿Qué opina del Gobierno Municipal y Provincial sobre el apoyo a los emprendimientos turísticos del Cantón Pastaza?**

Ellos mencionaron que los gobiernos de turno apoyan a los emprendimientos, mediante capacitaciones, pero no dan seguimiento, ni realizan un control de calidad en los establecimientos que funcionan ilegalmente o mantienen precios no regulados.

En cuanto a las promociones y publicidad que están realizando el gobierno municipal y provincial es de mucho beneficio para todas las entidades que ofertan servicios turísticos dentro del cantón Pastaza, por lo que brindar apoyo directo a las entidades de emprendimiento turístico es de mucha importancia ya que esto ayuda a que crezcan económicamente.

- f) **En las encuestas que desarrollamos anteriormente, la mayoría de los encuestados indicaron que el rango de ingresos económicos va desde 1001 a 1500, ¿según su perspectiva es un ingreso bruto o un margen de ganancia?**

Los emprendedores manifestaron que el rango de 10001 -1500 corresponde a los ingresos bruto, ya que han tenido que tomar estrategias en su negocio para mantenerse como reducir gastos administrativos y operativos porque están pasando por una crisis económica nacional o porque a su vez el gobierno municipal y provincial no hace mucho esfuerzo en brindar ayuda a los emprendimientos en diferentes aspectos de la promoción turística.

En cambio, para un mínimo de personas entrevistadas mencionan que el margen de ganancia es el 50%, el cual esto quiere decir que es un mínimo de emprendimientos toman acciones por sí mismo.

#### **4.4. MATRIZ PARA LA ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS**

##### **RESULTADO 3**

Para el cumplimiento del tercer objetivo **se establecieron estrategias que ayuden a potencializar a los emprendimientos turísticos.** Las estrategias se lograron plantear mediante la utilización de la herramienta del FODA cruzado, en donde se determinaron factores internos como externos de los emprendimientos en diferentes ámbitos, con el fin de plantear estrategias que ayuden a fortalecer el ámbito turístico.

#### **4.5. MATRIZ FODA**

La matriz de análisis DAFO o FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis, el principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. La matriz de análisis DAFO permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa (Espinoza, 2013).

### 4.5.1. Matriz de evaluación de factores externos

**Valor.**

4 = Responde muy bien

3 = Responde bien

2 = Responde promedio

1 = Responde mal

**Tabla 18: Matriz MEFE**

<b>FACTORES EXTERNOS CLAVES</b>	<b>PESO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Introducir al sector turístico nuevos productos de fácil acceso y económico.	0,08	3	0,24
Ferias inclusivas para emprendedores.	0,08	4	0,32
Feridos nacionales.	0,09	3	0,27
Desarrollo del sector educativo especializado en turismo.	0,09	3	0,27
Posibilidad de competir en un turismo de calidad	0,08	4	0,32
Generar asociaciones de emprendedores turísticos en diferentes actividades.	0,07	3	0,21
Generador de empleo.	0,08	3	0,24
<b>AMENAZAS</b>			
Cambios sociales.	0,06	1	0,06
No se encuentran capacitados para generar alianzas con otras empresas.	0,05	1	0,05
Competencia desleal.	0,07	2	0,14
Incremento de impuestos	0,04	1	0,04
Deficiencias en la coordinación y colaboración pública.	0,05	1	0,05
Influencia política	0,07	1	0,07
Poco control por parte del Gad Municipal y MINTUR	0,09	2	0,18
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>RTP</b>	<b>2,46</b>

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

El FEME, tiene un puntaje ponderado total de 2,46, lo que indica que los emprendedores están por debajo del promedio en su esfuerzo por perseguir estrategias y oportunidades para evitar las amenazas del entorno.

#### 4.5.2. Matriz de evaluación de factores internos

##### Valor.

4 = Fortaleza mayor

3 = Fortaleza menor

2 = Debilidad menor

1 = Debilidad mayor

**Tabla 19:** *Matriz MEFI*

FACTORES INTERNOS CLAVES	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
<b>FORTALEZAS</b>			
Amplia oferta de servicios.	0,10	4	0,40
Buena relación calidad – precio de la oferta.	0,07	4	0,28
Adecuada capacidad de infraestructura turística.	0,07	3	0,21
Abastecimiento de materia prima permanente	0,08	3	0,24
Negocios familiares	0,08	4	0,32
<b>DEBILIDADES</b>			
No llevan registro de ingresos económicos.	0,07	2	0,14
Inflexibilidad a adaptarse a cambios inesperados.	0,10	1	0,10
Equipo de trabajo no capacitado.	0,08	2	0,16
No fijan metas y objetivos.	0,11	1	0,11
En algunos establecimientos no utilizan equipos tecnológicos.	0,06	2	0,12
Funciones de gerencia no delimitadas.	0,08	1	0,08
Empresas receptoras con ofertas poco desarrolladas.	0,10	2	0,20
<b>TOTAL</b>	1,00	RTP	2,16

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

El MEFI, tiene un promedio total de 2,16 que indica, que los emprendedores se encuentran por debajo el promedio lo cual nos indica que el sector empresarial turístico no puede enfrentar sus debilidades.



### 4.5.3. Matriz FODA cruzado ponderado

		FORTALEZAS					DEBILIDADES								
		Amplia oferta de servicios.	Buena relación calidad – precio de la oferta.	Adecuada capacidad de infraestructura turística.	Abastecimiento de materia prima permanente	Negocios familiares	No llevan registro de ingresos económicos.	Inflexibilidad a adaptarse a cambios inesperados.	Equipo de trabajo no capacitado.	No fijan metas y objetivos.	En algunos establecimientos no utilizan equipos tecnológicos.	Funciones de gerencia no delimitadas.	Empresas receptoras con ofertas poco desarrolladas		
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7		
OPORTUNIDADES	1	Introducir al sector turístico nuevos productos de fácil acceso y económico.		1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	5
	2	Ferias inclusivas para emprendedores.	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	3
	3	Ferriados nacionales.	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	4	Desarrollo del sector educativo especializado en turismo.	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	5	Posibilidad de competir en un turismo de calidad	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	6
	6	Generar asociaciones de emprendedores turísticos en diferentes actividades.	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	7	Generador de empleo.	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
AMENAZAS	1	Cambios sociales.	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	3
	2	No se encuentran capacitados para generar alianzas con otras empresas.	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
	3	Competencia desleal.	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2
	4	Incremento de impuestos	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2
	5	Deficiencias en la coordinación y colaboración pública.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	6	Influencia política	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	3
	7	Poco control por parte del Gad Municipal y MINTUR	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	3
		4	5	2	0	2	0	4	3	5	1	3	5		

Elaborado por: Elvis Sh y Amarilis R (2019).

**Figura 20: Matriz FODA**

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTRATEGIAS QUE AYUDEN A POTENCIALIZAR A LOS EMPRENDEDORES TURISTICOS DEL CANTÓN.**

#### **ESTRATEGIAS FO**

FO1: Realizar ferias inclusivas para emprendedores en feriados nacionales y locales, con la oportunidad de generar ideas innovadoras, mejorando la relación de la calidad, precio y oferta de los productos y servicios.

FO2: Realizar una propuesta de un centro de formación de líderes emprendedores del cantón Pastaza, donde desarrollen habilidades de innovación y liderazgo empresarial.

#### **ESTRATEGIAS DO**

DO 1: Brindar capacitaciones a emprendedores de contabilidad básica, este curso permitirá lograr y, alcanzar una visión más amplia del funcionamiento de la empresa, reconocer los principales factores que interviene en el proceso financiero contable.

#### **ESTRATEGIAS FA**

FA1: Realizar incentivos mediante descuentos, a emprendedores turísticos que realicen los pagos puntuales de los impuestos anuales.

FA2: Que las entidades gubernamentales encargadas de regular la actividad turísticas, realicen un plan de control y seguimiento continuo.

#### **ESTRATEGIAS DA**

DA1: Realizar un programa de capacitación en Marketing digital, dirigida para los emprendimientos turísticos, y así puedan hacer uso de las TIC's en las actividades turísticas.

## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES

- Según los datos demográficos analizados, la muestra de la investigación tiene un mayor porcentaje de mujeres en comparación de los hombres, el rango de edad de los emprendedores va desde 36 a 46 años, la mayoría son casados y cuentan con estudios de bachillerato y tercer nivel. En cuanto a la formación de sus padres respondieron que solo terminaron la etapa de la primaria, esto podría indicar que la educación de sus progenitores no influye para que ellos puedan emprender. La mayor parte de emprendedores son de la provincia de Pastaza y muy pocos son provenientes de la provincia de Tungurahua, el estrato de mayor porcentaje es el servicio de Alimentos y Bebidas a comparación de otras actividades como; Alojamiento, Operación e Intermediación, Parques de Atracción. el nivel de ingreso de los emprendedores es sus establecimientos son ingresos brutos que va desde 1001 a 1500, sin embargo, se desconoce cuál es su margen de utilidad, lo cual nos permite concluir que no se maneja costos de producción y el margen de utilidad.
- En el análisis de la variable **competencia emprendedora** se pudo comprobar que en cada una de sus dimensiones los resultados indicaron que va de desfavorable a muy desfavorable, esto nos señala que las competencias emprendedoras de las actividades turísticas, no se manejan adecuadamente en los emprendedores de servicios turísticos.
- Con respecto a la variable **autoeficacia emprendedora** se pudo evidenciar que las dimensiones que componen este constructo, presentaron una tendencia a ser muy desfavorable y desfavorable en todas sus dimensiones, en donde nos permite concluir que los emprendedores no están manejando lo que es la autoeficacia en los emprendimientos, lo cual ha conllevado a que muchas empresas no se mantengan en el mercado empresarial.
- De acuerdo a los datos se concluye que las estrategias planteadas para desarrollar la competencia y autoeficacia emprendedora, contribuye de manera favorable dentro del sector turístico. Para que los emprendedores, puedan practicar y aplicar sus conocimiento, destrezas y habilidades que cada uno de ellos.

## **6.1. RECOMENDACIONES**

- En cuanto a competencias emprendedoras se recomienda a los empresarios que lleven una adecuada planificación, esto le permite anticiparse a los problemas y detectar nuevas oportunidades de negocio, además transmitir la visión del negocio al equipo de trabajo, de manera que dé a sus empleados la libertad suficiente para que puedan innovar y mantenerse enfocados en un mismo objetivo y posicionarse en el mercado.
- Potencializar la autoeficacia emprendedora mediante capacitaciones motivacionales a los empleados y propietarios. De modo que los emprendedores puedan transmitir pensamientos positivos al personal de trabajo, y así mantengan una estabilidad emocional, donde puedan empezar relaciones favorables con potenciales inversores y clientes para la empresa. Por ende, ellos puedan sentirse seguros, útiles e integrados. Otra razón importante es que puedan esquivar los pensamientos negativos y asuman que, tomar riesgos, es la mejor manera de sobresalir adelante en el ámbito empresarial.
- Se recomienda poner en marcha las estrategias que se han desarrollado para que pueda existir un alto nivel de competencia y autoeficacia en emprendedores turísticos del cantón Pastaza, y así lograr que tengan una amplia perspectiva emprendedora, a la vez se puedan sentir motivados y seguros de lo que puedan desarrollar en el medio empresarial turístico.

## CAPÍTULO VII

### 7. BIBLIOGRAFÍA

- AEI. (2014). *Ecuador un país emprendedor e innovador en el 2020*. Ecuador: unctad. Recuperado el 02 de Diciembre de 2019, de [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf\\_npd02\\_Ecuador\\_es.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf_npd02_Ecuador_es.pdf)
- Aliaga, & Schalk. (2012). Casos chilenos en emprendimientos. *Universidad de Chile*, 15. Recuperado el 29 de Septiembre de 2019, de [http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2012/ec-gonzalez\\_g/pdfAmont/ec-gonzalez\\_g.pdf](http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2012/ec-gonzalez_g/pdfAmont/ec-gonzalez_g.pdf)
- Arroyo, M. (25 de Abril de 2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *RECUS*, 3, 44-49. Recuperado el 1 de 12 de 2019, de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/1284/1096>
- Barroso, F. (2012). *Pensamiento creativo y competencias emprendedoras de alumnos de licenciatura. Un estudio en el sureste de México*. Mexico: División de negocios. Recuperado el 5 de Noviembre de 2019, de <file:///F:/UEA%202019%202020/competencias%20emprendedoras/competencias%20emprendedoras.pdf>
- Batista, N., Guijarro, R., Guevara, J., & Dávalos, P. (2017). Competencia de Emprendimiento como sustento de la Formación Integral e Inserción Social del Estudiante. *Revista Órbita Pedagógica*, 115-125. Recuperado el 27 de Octubre de 2019, de <http://revista.isced-hbo.ed.ao/rop/index.php/ROP/article/view/108/120>
- Bravo, L., Garcia, U., Hernández, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 162-167. Recuperado el 09 de Diciembre de 2019, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-50572013000300009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009)
- Camelo, J., & Cabellos, L. (2012). *Desarrollo, sustentabilidad y turismo: Una visión multidisciplinaria*. Mexico: UAN. Recuperado el 01 de diciembre de 2019, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1223/index.htm>
- Ceballos, S., Bojorquez, A., & Flores, A. (2016). El impacto de la autoeficacia emprendedora en los resultados de innovación de los emprendedores del sector de software en Yucatán. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*

- Memoria del X Congreso*, 559-573. Recuperado el 03 de Diciembre de 2019, de <https://riico.net/index.php/riico/article/viewFile/1334/1003>
- Consuelo, G. (2008). Desarrollo local y turismo. *Turismo Rural Bolivia*, 2. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <https://www.turismoruralbolivia.com/docs/DesarrolloLocal.pdf>
- Corona, J. (2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *Metodo en la ciencia*, 14(1), 81-83. Recuperado el 9 de Octubre de 2019, de <http://scielo.sld.cu/pdf/ms/v14n1/ms16114.pdf>
- De la Torre, T., Rico, I., Escolar, C., Palmero, C., & Jiménez, A. (2016). La figura del profesor como agente de cambio en la configuración de la competencia emprendedora. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 131-144. Recuperado el 27 de Octubre de 2019, de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-LaFiguraDelProfesorComoAgenteDeCambioEnLaConfigura-5670201.pdf>
- Duarte Cueva, F. (03 de Julio de 2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 12. Recuperado el 02 de Diciembre de 2019, de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/600/589>
- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*(43), 326-331. Recuperado el 29 de Septiembre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>
- El Ministerio de Educación Cultura y Deporte de España. (2012). *Competencias para la Inserción Laboral, Guía para el Profesorado*. España: Fundación Acción contra el Hambre, 2015. Recuperado el 04 de Diciembre de 2019, de <http://www.sepe.es/LegislativaWeb/verFichero.do?fichero=09017edb800f8507>
- Espinoza, R. (29 de Septiembre de 2013). *Matriz de analisis dafo foda*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda>
- Flores, A., Bojorquez, A., & Ceballos, S. (2016). El impacto de la autoeficacia emprendedora en los resultados de innovación de los emprendedores del sector de software en Yucatán. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 559-573. Recuperado el 27 de Octubre de 2019, de <https://www.riico.net/index.php/riico/>

article/view/1334/1003

- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: Chacra Experimental Integrada. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Frade, L. (2009). *Planeación por competencia*. Mexico: Inteligencia Educativa. Recuperado el 04 de Diciembre de 2019
- GADPP, P. (21 de Febrero de 2018). *Informe de Rendición de Cuentas GADPP*. Recuperado el 5 de Octubre de 2019, de Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza: [http://www.pastaza.gob.ec/leytransparencia/rendicion\\_cuentas/2017/fase\\_II\\_evaluacion\\_de\\_la\\_gestion\\_y\\_redaccion\\_del\\_informe\\_de\\_la\\_institucion.pdf](http://www.pastaza.gob.ec/leytransparencia/rendicion_cuentas/2017/fase_II_evaluacion_de_la_gestion_y_redaccion_del_informe_de_la_institucion.pdf)
- Gonzalez Estrada, T. A., Gonzalez Avila, J. C., & Aguilar Cervera, J. E. (2010). Las condiciones para la innovación, el desarrollo tecnológico y la vinculación productiva en Yucatán. (Y. M. Mérida, Ed.) *Ecosur*, 287-290. Recuperado el 03 de Diciembre de 2019, de <http://bibliotecasibe.ecosur.mx/sibe/book/000050466>
- Guelmes, E., & Nieto, L. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto Cubano. *Universidad y Sociedad*, 7(2), 23-29. Recuperado el 9 de Octubre de 2019, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v7n1/rus03115.pdf>
- Guerrero. (2013). *La competitividad turística de Ecuador*. Quito: Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Recuperado el 30 de Septiembre de 2019, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13318/Tesis%20Daniela%20S%C3%A1nchez%20%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Infobae. (2 de Marzo de 2016). *Infobae*. Recuperado el 29 de Octubre de 2019, de El turismo en América Latina está en alza: <https://www.infobae.com/2016/03/03/1793621-el-turismo-america-latina-esta-alza/>
- Jonnaert, p., Barrete, J., Masciotra, D., & Yaya, M. (2006). *“Revisión de la competencia como organizadora de los programas de formación: hacia un desempeño competente”*. Mexico: Observatorio de Reformas Educativas. Recuperado el 30 de Noviembre de 2019, de n: [http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user\\_upload/COPs/Pages\\_documents/](http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/COPs/Pages_documents/)

- kickul, F., & Marlino, D. (2007). *Entrepreneurship Theory and Practice*. España: European Journal of Investigation in Health. Recuperado el 02 de Diciembre de 2019, de <https://formacionasunivep.com/ejihpe/index.php/journal/article/view/247/176>
- Lasio, V., Caisedo, G., Ordeñana, X., Samaniego, A., & Zambrano, J. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor*. Ecuador: Espae. Recuperado el 02 de Diciembre de 2019, de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>
- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., Samaniego, A., & Izquierdo, E. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor*. Guayaquil: ESPAE GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT. Recuperado el 26 de Septiembre de 2019, de <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- Manosalvas, L. (1 de Febrero de 2017). *Pontifica Universidad Católica del Perú*. Recuperado el 05 de Octubre de 2019, de Tesis Doctoral: [file:///C:/Users/usuario/Downloads/MANOSALVAS\\_INTELIGENCIA\\_EMOCIONAL\\_EMPRENDIMIENTO.pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/MANOSALVAS_INTELIGENCIA_EMOCIONAL_EMPRENDIMIENTO.pdf)
- Mintur. (2015). *Diseño del plan estrategico de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Quito: tourims&leisure. Recuperado el 30 de Noviembre de 2019, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Morales, F. (2014 de Mayo de 2014). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. *Revista de psicodidáctica*, 5-39. Recuperado el 14 de Octubre de 2019, de scholar.googleusercontent: [https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:ww5CiWx3B0kJ:scholar.google.com/+investigacion+descriptiva&hl=es&as\\_sdt=0,5](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:ww5CiWx3B0kJ:scholar.google.com/+investigacion+descriptiva&hl=es&as_sdt=0,5)
- Morales, F., Giménez, J., & Morales, A. (2018). Relaciones entre autoeficacia emprendedora y otras variables psico-educativas en universitarios. *European Journal of Investigation in Health*, 91-102. Recuperado el 27 de Octubre de 2019, de <https://formacionasunivep.com/ejihpe/index.php/journal/article/view/247/176>
- Morales, O. (2003). fundamentos de la investigación documental . *scholar*, 1-14. Recuperado el 1 de Octubre de 2019, de <http://www.webdelprofesor.ula.ve/odontologia/oscarula/publicaciones/articulo18.pdf>



- Moran, M., Arguello, Y., & Sánchez, V. (2015). *Tipos de investigación*. Morón: UNEFM. Recuperado el 1 de Octubre de 2019, de [https://www.academia.edu/18122652/TIPOS\\_DE\\_INVESTIGACION](https://www.academia.edu/18122652/TIPOS_DE_INVESTIGACION)
- Moreira, P., & Urriolagoitia, L. (2011). Emprendimiento social. *Revista Española del Tercer Sector*, 14 - 40. Recuperado el 26 de Octubre de 2019, de [https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/rets\\_17\\_0.pdf](https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/rets_17_0.pdf)
- Moriano, J., Palaci, F., & Morales, J. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 51-64. Recuperado el 5 de Noviembre de 2019, de <file:///F:/AUTOEFICACIA%20EMPRENDEDORA%20DIMENSIONES.pdf>
- Murulanda, J., Correa, G., & Mejía, L. (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano. (U. EAN, Ed.) *Escuela de Administración de negocio*, 153-168. Recuperado el 04 de Diciembre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20620269008.pdf>
- Navarro, D. (2016). Medición de la autoeficacia emprendedora, en los alumnos de primer año de técnico universitario en administración, de la universidad del BÍO-BÍO, Chillán". *Universidad del BioBio*, 66. Recuperado el 30 de noviembre de 2019, de <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1622/1/Navarro%20P%C3%A9rez%20Doris.pdf>
- Neri Torres, J. L., & Watson, W. (16 de Enero de 2012). Un examen de la relación entre el gestor autoeficacia y las intenciones empresariales y el rendimiento en mexicano pequeñas empresas. *Science Direct*, 65-87. Recuperado el 03 de Diciembre de 2019, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0186104213712221?token=CB2FAE6873C87F4F01005E6406FCE7EC62BF1E412F2E3B9E624021D818AEA98B058618F14E5D316C2A53C257616E9319>
- OMT. (1 de Agosto de 2018). *Organizacion Mundial del Turismo*. Recuperado el 29 de Octubre de 2019, de El turismo: un fenómeno económico y social.
- OMT. (2019). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Desarrollo del turismo: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

- Oyarvide, H., Nazareno, I., Ruenes, A., & Ferrales, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93. Recuperado el 29 de Septiembre de 2019, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v10n1/rdir06116.pdf>
- Pastaza, G. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Pastaza*. Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal de Pastaza. Puyo: Municipio de Pastaza. Recuperado el 01 de Octubre de 2019, de <https://puyo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/10/S-PDyOT-PLAN-DE-DESARROLLO-2015-2020.pdf>
- Plan de ordenamiento territorial de Pastaza. (2012). *Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial Del Canton Pastaza*. Puyo: Gad Pastaza. Recuperado el 02 de Diciembre de 2019, de [http://www.pastaza.gob.ec/Leytransparencia/k/plan\\_ordenamiento\\_territorial\\_pastaza\\_2012\\_rc.pdf](http://www.pastaza.gob.ec/Leytransparencia/k/plan_ordenamiento_territorial_pastaza_2012_rc.pdf)
- Quijano, S., & Navarro, J. (2012). La autoeficacia y la motivación en el trabajo. *Apuntes de Psicología*, 30, 337-349. Recuperado el 04 de Diciembre de 2019, de <http://www.apuntesdepsicologia.es/index.php/revista/article/viewFile/416/336>
- Rataric, M., Caviglia, E., & Reyes, M. (2008). *Manual para Emprendedores Turísticos*. Argentina: Secretaría de Turismo de la Nación. Recuperado el 03 de Diciembre de 2019, de <https://turismoenba.files.wordpress.com/2009/08/manual-de-emprendedores-turisticos3.pdf>
- Reyes, M. V., & Ortega, F. A. (2013). Potencial turístico del Circuito Vial Puyo – Fátima – 10 de Agosto, en la Provincia de Pastaza – Ecuador. *Revista Amazónica*, 15. Recuperado el 02 de Diciembre de 2019, de [https://www.uea.edu.ec/wp-content/uploads/2018/07/potencial-turistico-del-circuito-vial-puyo-fatima-revista-cientifica-articulo-1-vol-2-N-2.pdf?fbclid=IwAR3-NgFPLaeAE8LcDtBWpvoAOiXIwGfbq59Jr87v81V9EZ8R16tXEQ1\\_Ibs](https://www.uea.edu.ec/wp-content/uploads/2018/07/potencial-turistico-del-circuito-vial-puyo-fatima-revista-cientifica-articulo-1-vol-2-N-2.pdf?fbclid=IwAR3-NgFPLaeAE8LcDtBWpvoAOiXIwGfbq59Jr87v81V9EZ8R16tXEQ1_Ibs)
- Rychen, D., & Salganik, L. (2006). *Las competencias clave para el bienestar personal, social y económico*. España: Aljibe. Recuperado el 04 de Diciembre de 2019, de <http://www.edicionesaljibe.com/libreria-online/Catalog/show/las-competencias-clave-para-el-bienestar-personal-social-y-economico-158>
- Silveira, Y., Cabeza, D., & Fernández, V. (2015). Emprendimiento: perspectiva cubana en la Creación de Empresas Familiares. *European Research on Management and*

*Business Economics*, 70-77. Recuperado el 8 de Octubre de 2019, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1135252315000490?token=D5B19AF321CFF7D4C0AD8005CEE53E8A0284BF3A8B2DB2789EC9F8E5D407101F0A38B1782A68070CEE40FB0232A39A67>

Sobrado, L., & Fernandez, E. (2010). *COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y DESARROLLO*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela. Recuperado el 04 de Diciembre de 2019, de <http://revistas.uned.es/index.php/educacionXX1/article/viewFile/275/231>

Soler, L. p., & Soler, S. F. (2012). Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos. *Méd Electrón*, 5. Recuperado el 02 de Diciembre de 2019, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rme/v34n1/spu01112.pdf>

Zamora , C. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacio*, 15. Recuperado el 02 de Diciembre de 2019, de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

## CAPÍTULO VIII

### 8. ANEXOS

#### 8.1. ENCUESTAS

##### 8.1.1. Perfil demográfico del emprendedor (Anexo 1).

<b>1.- Genero.</b>		<b>2.- Edad.</b>						
Femenino.	Masculino.	18 - 25	26 – 35	36 - 45	46 - 55	Más de 55 años		
<b>3.- Estado civil.</b>				<b>4.- Escolaridad.</b>				
Soltero.	Casado.	Unión Libre.	Divorciado.	Viudo.	Primaria.	Bachillerato.	Tercer nivel.	Cuarto nivel.
<b>5.- Nombre del establecimiento:</b>								
<b>6.- Tipo de servicio ofertado</b>								
Alojamiento.	Alimentos y Bebidas.	Transporte Turístico.	Operación e Intermediación.	Parques de atracción.				
<b>7.- Ingresos mensuales de su negocio</b>								
Menos de 500 \$	501 a 1000 \$	1001 a 1500 \$	1501 a 2000 \$	Mayor a 2001 \$				
<b>8.- Tipo de empresa</b>								
Pública.	Privada.	Sociedad.	Otros.	<b>9.- Procedencia del emprendedor</b>				
				Nacional.	Extranjero.			
<b>Especifique:</b>				<b>(Especifique la Provincia o País):</b>				
<b>10.- ¿Ha estado en los últimos meses en contacto con un centro/organismo de apoyo a emprendedores?</b>						<b>Si.</b>	<b>No.</b>	
<b>11.- ¿Cuál es el nivel de estudios más alto alcanzado por sus padres?</b>								
<b>Padre.</b>	Primaria.	Bachillerato.	Tercer nivel.	Cuarto nivel.				
<b>Madre.</b>	Primaria.	Bachillerato.	Tercer nivel.	Cuarto nivel.				
<b>12.- ¿Tiene algún miembro cercano de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio (padres, hermanos, abuelos, tíos o primos)?</b>						<b>Si.</b>	<b>No.</b>	
<b>En caso afirmativo ¿qué tipo de negocio?:</b>								
<b>13.- Tiempo de apertura de su negocio u empresa:</b>								
Menor a 1 año.	Entre 1 a 5 años.	Entre 5 a 10 años.	Mayor de 10 años.					

### 8.1.2. Constructo Competencia emprendedora (Anexo 2).

Lea cuidadosamente las preguntas a responder, marcando con una “X” la opción que consideres más apropiada.

Opciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indefinido	Desacuerdo	Totalmente desacuerdo			
Abreviaturas	TA	A	I	D	TD			
<b>COMPETENCIA EMPRENDEDORA</b>				<b>OPCIONES</b>				
<b>1.- Espíritu emprendedor.</b> Se refiere a las características tales como tener una idea y llevar a cabo dicha idea.				<b>TA</b>	<b>A</b>	<b>I</b>	<b>D</b>	<b>TD</b>
1.1	Actúas por ti mismo antes de que las circunstancias te obliguen.							
1.2	Constantemente buscas nuevos productos o servicios que te ayuden a solucionar tus necesidades o mejorar tu trabajo.							
1.3	Aprovechas oportunidades innovadoras para hacer negocios y obtener recursos.							
1.4	Te esfuerzas por fabricar un producto u ofrecer un servicio que consideras que cumple o rebasa las expectativas del cliente.							
1.5	Cuando comienzas una tarea o un proyecto nuevo, recaudas toda la información posible antes de llevarlo a cabo.							
<b>2.- Deseo de tener un negocio.</b> Implica llevar a cabo un negocio por necesidad y la disposición a sacrificar las ganancias iníciales por el largo plazo.								
2.1	Cuando decides realizar una actividad o negocio, lo haces a pesar de los obstáculos.							
2.2	Es importante para ti invertir a corto plazo para tener ventajas en el largo plazo.							
2.3	Cuando estás haciendo un trabajo para otras personas, te esfuerzas en forma especial por lograr que queden satisfechas con el trabajo							
<b>3.- Experiencia técnica previa.</b> Conocimiento acerca del negocio, de los procesos y del producto.								
3.1	Cuentas con los conocimientos para abrir un negocio.							
3.2	Cuentas con los conocimientos para operar un negocio.							
3.3	Cuentas con experiencia para elaborar los productos o brindar los servicios que ofrezco.							
3.4	Estás consciente de las necesidades que originen abrir un negocio.							
3.5	Conoces el entorno empresarial.							
3.6	Conoces tus fortalezas.							
<b>4.- Tolerancia al riesgo.</b> Es la capacidad para afrontar y tomar riesgos con base en un estudio o plan previamente establecido.								
4.1	Calculas los riesgos intencionadamente cuando inicias alguna actividad.							
4.2	Evalúas todas las alternativas al iniciar una actividad.							
4.3	Actúas para reducir los riesgos.							
4.4	Controlas los resultados cuando asumes riesgos							

4.5	Te atraen las situaciones que conlleven un reto o un riesgo moderado					
<b>5.- Responsabilidad.</b> Disposición a dedicar esfuerzo y muchas horas de trabajo.						
5.1	Te esmeras en realizar actividades que necesitan hacerse.					
5.2	Terminas tu trabajo a tiempo.					
5.3	Te enojas cuando las cosas no se hacen debidamente cuando las hacen otras personas.					
5.4	Haces lo que se necesita sin que otros tengan que pedirte que lo hagas.					
5.5	Tu rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajas.					
5.6	Te importa más la satisfacción del trabajo bien hecho que el dinero que recibirás por ello.					
<b>6.- Capacidad de reponerse y aprender.</b> Implica tenacidad y perseverancia. No sentirse derrotado ante el fracaso. Sacar provecho de los errores.						
6.1	Cuando te enfrentas a un problema difícil, inviertes tiempo en encontrar una solución lo más convenientemente o adecuadamente posible.					
6.2	Ante un reto u obstáculo haces todo lo necesario o cambias de estrategia para superarlo.					
6.3	Asumes toda la responsabilidad en el logro de tus metas y objetivos.					
6.4	Intentas diferentes maneras de superar obstáculos que se interpongan al logro de tus metas.					
<b>7.- Capacidad para trabajar con otros.</b> Capacidad de saber entenderse entre los socios y colaboradores, y saber trabajar en equipo dentro del ambiente laboral.						
7.1	Haces uso de estrategias para influenciar y persuadir a otros					
7.2	Te apoyas en personas clave para conseguir tus objetivos.					
7.3	Desarrollas o mantienes una red de contactos de negocios.					
7.4	Logras, mediante persuasión, que otros apoyen tus recomendaciones.					
7.5	Insistes varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que quieres que hagan					
<b>8.- Credibilidad.</b> Hacer las cosas bien con los clientes y trabajadores, tener integridad y actuar de acuerdo a sus principios.						
8.1	Te esfuerzas extraordinariamente para realizar tu trabajo.					
8.2	Colaboras con tus compañeros.					
8.3	Te pones en el lugar de tus compañeros si es necesario para terminar un trabajo					
8.4	Valoras la buena voluntad de los compañeros de trabajo a largo plazo, por encima de las ganancias a corto plazo.					
8.5	Cumples las promesas que haces.					
<b>9.- Priorizar.</b> Tener la habilidad suficiente para establecer prioridades y cumplirlas.						
9.1	Fijas metas y objetivos que tienen significado personal y que implican un reto.					
9.2	Tienes una visión clara y específica de lo que quieres a largo plazo.					
9.3	Te fijas resultados a corto plazo.					
9.4	Mides los objetivos de manera frecuente.					

9.5	Planificas un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura.					
<b>10.- Familia y negocio.</b> Se refiere a las relaciones familiares, la importancia de introducir una gerencia profesional y la capacidad de preparar la empresa para la sucesión.						
10.1	Escuchas atentamente cuando alguien habla contigo					
10.2	Consideras que tu familia y el negocio son importantes para ti.					
10.3	Si en el futuro tuvieras un negocio, pensarías en traspasarlo a tus hijos cuando seas anciano.					
10.4	Consideras que tener un negocio es un patrimonio familiar.					
10.5	Te importa la imagen que proyectas en la comunidad.					
<b>11.- Cualidades del emprendedor.</b> Capacidad para desarrollar las habilidades y capacidades internas, para asegurar la supervivencia y el crecimiento de la empresa.						
11.1	Buscas autonomía del control evitando las reglas y normas de otras personas.					
11.2	Confías en ti mismo para terminar una tarea difícil o enfrentarte a un reto.					
11.3	Planificas las tareas grandes en sub-tareas con plazos de finalización.					
11.4	Haces un seguimiento de tus planes para revisar tus resultados y valorar, las nuevas condiciones del entorno.					
11.5	Mantienes registros de tus actividades y te apoyas en ellos en la toma de decisiones.					
11.6	Confías en que puedes tener éxito en cualquier actividad que te propones ejecutar.					

### 8.1.3. Constructo Autoeficacia emprendedora (Anexo 3).

Lea cuidadosamente las preguntas a responder, marcando con una “X” la opción que consideres más apropiada.

1	2	3	4	5				
Completamente Incapaz	Algo Incapaz	Capaz	Muy Capaz	Perfectamente Capaz				
<b>AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA</b>				1	2	3	4	5
1	Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto.							
2	Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores.							
3	Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios.							
4	Reclutar y entrenar a los empleados clave.							
5	Establecer la visión y valores de la organización.							
6	Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes.							
7	Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital.							
8	Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial.							
9	Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa.							
10	Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía							
11	Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio.							
12	Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes.							
13	Identificar recursos potenciales de financiación							
14	Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe.							
15	Persistir frente a la adversidad.							
16	Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes.							
17	Formular unas acciones rápidas para perseguir las oportunidades.							
18	Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas.							
19	Usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera							
20	Determinar si el negocio va bien.							
21	Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados.							
22	Identificar y construir equipos de gestión.							
23	Formar asociaciones o alianzas con otros.							



## **8.2. ENTREVISTA**

### **ENTREVISTA DIRIGIDA A EMPRENDEDORES TURISTICOS DEL CANTÓN PASTAZA.**

Analizar las competencias y autoeficacia emprendedora en los prestadores de servicios turísticos en el cantón Pastaza.

1. ¿Cuándo usted decidió empezar con su negocio, lo hizo, por oportunidad o necesidad??
2. ¿Considera usted, que su emprendimiento fue influenciado por familiares directos o amigos o por motivación propia?
3. ¿Que considera usted, que se debería hacer para cambiar o mejorar el apoyo al emprendimiento en el Cantón Pastaza?
4. En los últimos meses usted ha estado con un centro u organización de apoyo a emprendedores, ¿cuáles son esas ayudas por parte de los centros de apoyos?
5. ¿Qué opina del Gobierno Municipal y Provincial sobre el apoyo los emprendimientos turísticos del Cantón Pastaza?
6. En las encuestas que desarrollamos anteriormente, la mayoría de los encuestados indicaron que el rango de ingresos económicos va desde 1001 a 1500, ¿según su perspectiva es un ingreso bruto o un margen de ganancia.?