UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de investigación previo a la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: "Emprendimientos turísticos: Desde una perspectiva demográfica en la provincia de Tungurahua"

AUTORES:

Estefanía Monserrat Neto Mullo

Chayanee Iván Ng Sánchez

TUTOR: Dr. Juan Carlos Castro Analuiza Phd.

AMBATO – ECUADOR

Octubre 2017

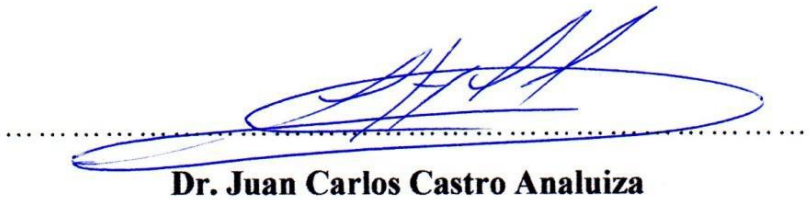
APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Juan Carlos Castro Analuiza Phd.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **"Emprendimientos Turísticos: Desde una Perspectiva Demográfica en la Provincia de Tungurahua"** presentado por los señores **Estefanía Monserrat Neto Mullo y Chayanee Iván Ng Sánchez** para optar por el título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios., **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 24 de Julio de 2017



Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

C.I.: 020180176-8

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros**, Estefanía Monserrat Neto Mullo y Chayanee Iván Ng Sánchez**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Estefanía Monserrat Neto Mullo

C.I.: 180444886-6



Chayanee Iván Ng Sánchez

C.I.: 180392390-1

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Dra. Pilar Lorena Rivera Badillo

C.I.: 0912139136

Ing. Mg. William Franklin Ortiz Paredes

C.I.: 1803469749

Ambato, 5 de Septiembre de 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto, con fines de difusión pública además aprobamos la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



Estefanía Monserrat Neto Mullo

C.I.: 180444886-6



Chayanee Iván Ng Sánchez

C.I.: 180392390-1

DEDICATORIA

El presente proyecto de Investigación va dedicado en primer lugar al CREADOR que me permite despertar día a día y llenarme de su infinito amor; a mi Abuelita Lucita que se encuentra gozando de la misericordia de Dios y que desde allí siempre ha manifestado espiritualmente su protección y bendiciones; de manera especial a los MEJORES padres Jorge Neto e Hilda Mullo que siempre me han apoyo incondicionalmente en mi vida, mediante su ejemplo, consejos y amor han sabido guiarme por el camino a la superación.

A mis hermanos Omar y Becker Neto que me han motivado permanentemente a superar cualquier obstáculo, confiando en mis habilidades actitudes, aptitudes y cualidades las mismas que me han permitido conseguir todo lo que me he propuesto y tomando en cuenta que todo sacrificio siempre tendrá su recompensa.

Y una dedicatoria especial y sentida a mis tres ángeles de la guarda; mis adorados sobrinos Milenita, Gabrielito y Samuelito Neto que son la fuerza e inspiración que activa mi corazón y lo llenan de abundante felicidad permitiéndome dar lo mejor de mí para ser un ejemplo positivo para sus vidas

Estefanía Monserrat Neto Mullo

A Dios, que ha guiado mis pasos brindando las herramientas necesarias para cumplir los objetivos propuestos, a mi madre, que ha sembrado su compromiso, enseñanza y dedicación en mi vida y a mi querida esposa, compañera y amiga que me ha dado el regalo más grande mi hijo; y, ha sido soporte en el corto camino recorrido.

Chayanee Iván Ng Sánchez

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas por brindarme la oportunidad de adherirme hacia el mundo del conocimiento e innovación.

Al doctor Juan Carlos Castro, por impartirnos sus conocimientos y aportaciones académicas, que han permitido que se presente un estudio de calidad y sirva como un aporte significativo a futuras investigaciones, también agradezco la colaboración de mi compañero de investigación Chayanee, por ser quien día a día aportó con su esfuerzo y conocimientos para desarrollar el presente proyecto.

A todos los docentes que formaron parte de mi instrucción universitaria y a mis amigos que siempre me alentaron a continuar y superar obstáculos.

Estefanía Monserrat Neto Mullo

Agradezco que Dios en cada uno de los escalones de la vida, pusiera personas que han dedicado un tiempo para enseñarnos y guiarnos.

Agradezco al Doctor Juan Carlos Castro Phd. que ha brindado de sus conocimientos y tiempo para realizar una investigación de calidad, veraz y significativa para mi vida académica, a mi compañera de investigación Estefanía, que con su esfuerzo y perseverancia formo esta investigación hombro a hombro, y finalmente a cada una de los profesionales, empleados y personas que integran la Universidad Técnica de Ambato e instituciones que nos han brindado un apoyo en este trabajo.

Chayanee Iván Ng Sánchez

CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO iv
DERECHOS DE AUTOR v
DEDICATORIA vi
AGRADECIMIENTOS vii
CONTENIDO viii
ÍNDICE DE TABLAS xi
ÍNDICE DE FIGURAS xiii
RESUMEN EJECUTIVO xv
ABSTRACT xvi
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN 1
1. Tema 1
1.1. Planteamiento del Problema 1
1.2. Objetivos de la investigación 2
1.3. Preguntas de investigación 3
1.4. Hipótesis de partida 5
1.5. Justificación de la investigación 6
1.6. Viabilidad del estudio 6
1.7. Validación del conocimiento 8
CAPITULO II. PERSPECTIVA TEÓRICA 27
2. Financiamiento de los emprendimientos turísticos 27
2.1. Concepto de financiamiento 27
2.2. Según la propiedad y pertenencia 28
2.2.1. Recursos propios o financiamiento interno 28
2.2.2. Recursos ajenos o financiamiento externo 29
2.2.2.1. Corto plazo 29
2.2.2.2. Mediano plazo 30
2.2.2.3. Largo plazo 31
2.2.2.4. Empréstitos 31
2.2.2.5. Ampliaciones de capital 31
2.2.2.6. Leasing 31
2.3. Educación y formación en los emprendimientos turísticos 32

2.3.1. Educación y formación 32
2.4. Formación y desarrollo profesional 34
2.4.1. Formación profesional del emprendedor turístico 34
2.4.2. Educación 35
2.4.3. Desarrollo de habilidades, destrezas y actitudes 37
2.5. Capacitación 37
2.5.1. Contenido de la capacitación 38
2.5.2. Áreas de capacitación 38
2.6. Perfil del emprendedor 38
2.6.1. Actitudes 39
2.6.2. Conocimientos 39
2.6.3. Habilidades 39
2.7. Experiencia 39
2.7.1. Conceptualización de la experiencia 39
2.7.2. Experiencia laboral previa 41
2.7.3. Influencia de la experiencia laboral previa y el emprendimiento 41
2.8. Emprendimiento Turístico 42
2.8.1. Teoría sobre el Turismo 42
2.8.2. Teoría del emprendedor 47
2.8.3. Mitos del emprendedor 50
2.8.4. Errores más frecuentes del emprendedor 51
CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 53
3. Metodología 53
3.1. Enfoque de la Investigación 53
3.2. Modalidad de Investigación 53
3.3. Nivel de Investigación 53
3.4. Modelo Metodológico de la Investigación 53
3.5. Búsqueda y recopilación de fuentes primarias 57
3.6. Selección y evaluación teórica de jueces y expertos 58
3.7. Población y Muestra 59
3.7.1. Procedimiento para sacar la muestra 59
3.8. Operacionalización de la Variable 61
3.9. Validación de contenido 64
3.9.1. Introducción al meta- análisis 65
3.9.2. Etapas del Meta-Análisis 66

3.9.3. Análisis y Cuadros del Meta- Análisis 67
2.1.1. Resultados Obtenidos en el Meta Análisis de Variables Demográficas 69
2.2. Validación de constructo 75
2.2.1. Matriz de ventaja competitiva de los cantones de Tungurahua 75
2.2.2. Variabilidad de los ítems y la suma total prueba piloto 1 76
2.2.3. Matriz de correlación y correlación de ítem-total 78
2.2.4. Análisis Factorial 82
2.2.5. Análisis Factorial Confirmado 88
2.3. Fiabilidad 89
2.3.1. Análisis de la Fiabilidad ítem total 89
2.3.2. Análisis De La Fiabilidad Ítem-Dominio Sin Rotación 90
2.3.3. Análisis De La Fiabilidad 91
2.4. Estabilidad 91
2.4.1. Pruebas De Efectos Inter Sujetos 91
2.5. Criterio 92
2.6. Rendimiento 95
CAPITULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN 96
3. Análisis de Correlaciones Bivariadas y Parciales con SPSS 96
3.1. Coeficiente de Correlación de Pearson 98
3.2. Coeficiente de Correlación de Spearman 98
3.3. Coeficiente de Correlación Tau-b de Kendall 98
3.4. Análisis de variables 98
3.5. Financiamiento 98
3.6. Educación y Formación 100
3.7. Experiencia 103
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 110
4. Conclusiones y Recomendaciones 110
4.1. Conclusiones 110
4.2. Recomendaciones 112
4.2.1. Recomendaciones Prácticas 112
4.2.2. Recomendaciones de Metodología 112
4.2.3. Recomendaciones de futuras líneas de investigación 112
Bibliografía 114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Viabilidad de la Investigación* *7*
Tabla 2 *Cuadro de artículos encontrados según variables principales analizadas* *9*
Tabla 3 *Emprendimiento en el Ecuador investigación realizada por GEM* *33*
Tabla 4 *Tipología de los Emprendedores* *49*
Tabla 5 *Cálculos para determinar la muestra* *60*
Tabla 6 *Análisis de los Ítems de la prueba piloto N°1* *63*
Tabla 7 *Análisis de los Ítems de la prueba piloto N°2* *64*
Tabla 8 *Matriz de ventaja competitiva de los cantones de Tungurahua* *75*
Tabla 9 *Variabilidad de los ítems y la suma total* *76*
Tabla 10 *Variabilidad de los ítems y la suma total* *77*
Tabla 11 *Matriz de correlación y correlación ítem total* *78*
Tabla 12 *Matriz de correlación y correlación ítem total* *78*
Tabla 13 *Matriz de Correlación ítem total* *79*
Tabla 14 *Matriz de Correlación ítem total.* *80*
Tabla 15 *Correlación de Pearson y Covarianza* *81*
Tabla 16 *Correlación de Pearson y Covarianza* *81*
Tabla 17 *KMO y prueba de Bartlett* *82*
Tabla 18 *Varianza total explicada* *83*
Tabla 19 *Matriz de Componentes* *83*
Tabla 20 *KMO y prueba de Bartlett* *85*
Tabla 21 *Varianza total explicada* *85*
Tabla 22 *Matriz de Componentes* *86*
Tabla 23 *Variación Normal* *88*
Tabla 24 *Variación Varimax con Kaiser* *88*
Tabla 25 *Estadísticos de fiabilidad* *90*
Tabla 26 *Análisis de la fiabilidad ÍTEM-TOTAL* *90*
Tabla 27 *Ítem -Dominio sin rotación* *90*
Tabla 28 *Dominio- Total sin rotación* *90*
Tabla 29 *Ítem-Dominio con rotación* *91*
Tabla 30 *Dominio- Total con rotación* *91*
Tabla 31 *Pruebas de los efectos inter-sujetos* *91*
Tabla 32 *Tabla de contingencia entre Prueba 1 y Prueba 2* *92*

Tabla 33 *Medida de correlación r de Pearson entre Prueba 1 y Prueba 2* *93*
Tabla 34 *Medidas simétricas Nominal, Ordinal e Intervalo* *93*
Tabla 35 *Resumen del modelo de Regresión Lineal Simple* *94*
Tabla 36 *Modelo de Coeficientes no Estandarizados* *94*
Tabla 37 *Área bajo la Curva de Rendimiento Total* *95*
Tabla 38 *Grado de Asociación de variables* *97*
Tabla 39 *Correlación de Pearson de financiamiento* *99*
Tabla 40 *Coeficiente de correlación Tau b de Kendall* *100*
Tabla 41 *Coeficiente de correlación Rho de Spearman* *100*
Tabla 42 *Coeficiente de correlación de Pearson de Educación* *101*
Tabla 43 *Coeficiente de correlación Tau b de Kendall* *101*
Tabla 44 *Coeficiente de correlación Rho de Spearman* *102*
Tabla 45 *Coeficiente de correlación de Pearson de Experiencia* *103*
Tabla 46 *Coeficiente de correlación Tau b de Kendall* *104*
Tabla 47 *Coeficiente de correlación Rho de Spearman* *104*
Tabla 48 *Correlaciones Parciales* *105*

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. *Comparación Gráfica de barras de los Factores Financieros entre fuentes secundarias, jueces, expertos, población.* *11*

Figura 2. *Comparación de los Factores Financieros entre fuentes secundarias, jueces, expertos, población mediante Atlas.ti.* *12*

Figura 3. *Comparación Gráfica de Barras con los Factores de Estilo de Vida entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población.* *16*

Figura 4. *Comparación de los Factores de Estilo de Vida entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población mediante Atlas.ti.* *17*

Figura 5. *Comparación Gráfica de barras con los Factores de Experiencia entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población.* *20*

Figura 6. *Comparación de los Factores de Experiencia entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población mediante Atlas.ti.* *21*

Figura 7. *Comparación Gráfica de Barras con los Factores de Educación entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población.* *23*

Figura 8. *Comparación de los Factores de Experiencia entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población mediante Atlas.ti.* *24*

Figura 9. *Gráfico de mitos sobre el Emprendedor* *50*

Figura 10. *Cuadro de Fases Metodológicas para la Investigación Primera Parte.* *54*

Figura 11. *Cuadro de Fases Metodológicas para la Investigación Segunda Parte.* *55*

Figura 12. *Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas Shane (2003) y Hernangómez et al. (2005)* *58*

Figura 13. *Modelo Grafico de la Operacionalización* *61*

Figura 14. *Etapas del Meta- Análisis* *66*

Figura 15. *Análisis Forest Plot del factor de financiación* *69*

Figura 16. *Análisis de Funnel Plot del factor de financiamiento* *70*

Figura 17. *Análisis Forest Plot del factor de Educación y formación.* *71*

Figura 18. *Análisis de Funnel Plot del factor de Educación* *72*

Figura 19. *Análisis Forest Plot del factor de Experiencia* *73*

Figura 20. *Análisis de Funnel Plot del factor de Experiencia* *74*

Figura 21. *Gráfico de Sedimentación* *84*

Figura 22. *Gráfico de Sedimentación* *87*

Figura 23. *Diagrama de dispersión de los datos recopilados en la Prueba 2..... 92*
Figura 24. *Curva de rendimiento diagnostico 95*
Figura 25. *Modelo Gráfico a través del Análisis de Correlaciones Bivariadas y Parciales con SPSS 96*
Figura 26. *Grafica de relación de variables de correlación X-Y..... 97*
Figura 27. *Grafico de dispersión de financiamiento 99*
Figura 28. *Gráfico de dispersión de Educación y Formación..... 101*
Figura 29. *Gráfico de dispersión de experiencia..... 103*
Figura 30. *Modelo final de correlación de Pearson de la variable demográfica de Financiamiento con el emprendimiento turístico y sus principales resultados..... 106*
Figura 31. *Modelo Final de Correlación de Pearson de la variable de educación y formación con el emprendimiento turístico y sus principales resultados..... 107*
Figura 32. *Modelo final de correlación de Pearson de la variable demográfica de experiencia, con el emprendimiento turístico y sus principales resultados. 108*
Figura 33. *Modelo de características principales del emprendedor turístico en la provincia de Tungurahua..... 109*

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo en el Ecuador se ha desarrollado gracias al fortalecimiento de la matriz productiva, y sobre todo al ser considerado uno de los principales ejes transversales para la economía del país, en Tungurahua existen 2690 emprendimientos en turismo los cuales se dividen en alojamiento; alimentación; recreación, diversión y esparcimiento; y, agencias de viaje y transporte turístico; sin embargo, el catastro de la Cámara de Turismo de Tungurahua demuestra que 69% de los emprendimientos fracasan en los primeros 5 años.

Por tal motivo, el siguiente trabajo se ha centrado en las variables demográficas que afectan a los emprendimientos turísticos en Tungurahua, estableciendo al financiamiento, la educación-formación y experiencia como factores principales en la investigación, con el fin de establecer su influencia y correlación de las variables en el crecimiento del sector turístico.

Los resultados obtenidos al realizar el análisis de correlación bivariadas y parciales con SPSS, demuestra que existe un nivel de correlación de Pearson muy alto y un diagrama de dispersión positivo lo que significa que ha mayor financiamiento, educación-formación o experiencia mayor crecimiento de emprendimientos en el sector turístico.

Se concluye que los factores demográficos que influyen en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua son el financiamiento, la educación-formación y experiencia, los cuales influyen de manera positiva o negativa al realizar un emprendimiento turístico, además se elaboró modelos teóricos de los resultados de la investigación con las correlaciones más fuertes de cada variable y su principal característica.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO, FACTORES DEMOGRÁFICOS, FINANCIAMIENTO, EDUCACIÓN, EXPERIENCIA.

ABSTRACT

Tourism in Ecuador has been developed thanks to the strengthening of the productive matrix, and especially since, it is considered one of the main transversal axes for the economy of the country. In Tungurahua, there are 2690 enterprises in tourism which are divided into accommodation; feeding; Recreation, amusement and recreation; And, travel agencies and tourist transport; However, the cadaster of the Tungurahua Chamber of Tourism shows that 69% of the projects fail in the first 5 years.

For this reason, this work has focused on the demographic variables that affect tourist enterprises in Tungurahua, establishing financing, education and training as the main factors in research, to establish their influence and correlation with these variables in the growth of the tourism sector.

The results obtained by performing the bivariate and partial correlation analysis with SPSS demonstrate that there is a very high Pearson correlation level and a positive dispersion diagram which means that if there is greater financing, education-training or experience, will be higher growth of enterprises in the tourism sector.

It is concluded that the demographic factors that influence tourism enterprises in the province of Tungurahua are financing, education-training and experience, which influence positively or negatively when undertaking a tourism venture, in addition to the theoretical models of results of the research with the strongest correlations of each variable and its main characteristic.

KEY WORDS: RESEARCH, TOURISM ENTREPRENEURS, DEMOGRAPHIC FACTORS, FINANCING, EDUCATION, EXPERIENCE.

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

1. Tema

"Emprendimientos turísticos: Desde una perspectiva Demográfica en la provincia de Tungurahua".

1.1. Planteamiento del Problema

Al hablar sobre el planteamiento del problema Sampiere, Collado y Baptista (2010) mencionan que es el desarrollo de la idea de manera resumida; que en realidad, plantear el problema no es sino afinar y estructurar formalmente la idea de la investigación, lo que concuerda con la opinión de Rojas (2002) el planteamiento del problema significa reducir los principales aspectos y relaciones con el propósito de iniciar un estudio intensivo, tomando en cuenta que en el Ecuador el Turismo se ha convertido en el principal eje de desarrollo de la matriz productiva.

En este sentido los emprendimientos turísticos de Tungurahua y sus diferentes actividades como alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, operadoras turísticas las cuales constituyen 2690 empresas distribuidas en los diferentes cantones, sin embargo, la Cámara de Turismo de Tungurahua (CAPTUR) y su catastro revelan que el 69% de estas empresas fracasan durante los primeros 5 años lo que nos lleva a plantearnos la siguiente interrogante: ¿Por qué existe alto índice de fracaso en los emprendimientos turísticos de Tungurahua?

El fracaso de los emprendimientos turísticos no es una problemática nueva, si no, todo lo contrario, la página web El Mundo de Venezuela en una de sus publicaciones detalla que en el mundo entero en promedio el 80% de los emprendimientos fracasa antes de los 5 años de haber constituido una empresa.

En el mismo apartado también se menciona que estudios realizados en España, en la Universidad de Cadíz de Andalucía determinan que de igual forma el 80% de los emprendimientos españoles también fracasan, más cerca en el mismo continente, en el país de México las cifras son parecidas y aún más alarmantes revelando que un 75% de las nuevas empresas creadas fracasan antes de los 2 años, en la presente investigación se reveló que en Tungurahua la tasa de fracaso de los emprendimientos turísticos es de 69% antes y durante los 5 años.

En la provincia de Tungurahua no se ha realizado un estudio similar en el sector y sobre todo en esta línea de investigación del emprendimiento turístico que es uno de los ejes que actualmente el gobierno ecuatoriano está motivando como eje transversal para el desarrollo del país, sin embargo existen estudios previos en el área demográfica y emprendimiento de diferentes índoles en los países de Colombia, México y Argentina, se menciona que el 68% de emprendedores fracasan, en Ecuador los datos de "Global Entrepreneurship Monitor" (GEM) en su reporte del TEA (Total Early-Stage) tasa de emprendimiento temprano se asemejan con un 54% de emprendimientos que no han logrado mantenerse en el mercado.

1.2. Objetivos de la investigación

Tomando en cuenta la opinion de Bernal (2010) los objetivos son los propósitos de la investigación y expresan el fin que pretende alcanzarse; coincide con Sampiere, Collado y Baptista (2010) manifiestan que los objetivos de la investigación indican lo que se aspira en la investigación por lo que deben formulase con claridad debido a que son las guías principales de la investigación; así mismo Rojas (2010) menciona que los objetivos desempeñan una función metodológica que sirve de pauta para iniciar la investigación:

Objetivo General

Analizar los factores demográficos que influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos turísticos.

Objetivos Específicos

- Investigar si el financiamiento influye en el éxito o fracaso de los emprendimientos turísticos.
- Examinar si la educación y formación del emprendedor favorece a la creación y permanencia del emprendimiento turístico.
- Identificar si el tipo de emprendimiento turístico es influenciado por la experiencia del emprendedor.

El estudio de la influencia de los factores demográficos en el emprendedor realizado por García y Lajara (1999) refiere que es uno de los responsables del éxito de las

nuevas empresas, sin embargo, Brockkhaus y Horwitz (1986) mencionan que no es posible generalizar la relación entre este factor y el éxito posterior del empresario.

En el 2003 Shane, y Hernangomez en el 2005 plantean un modelo de los rasgos personales del emprendedor y su propensión a crear empresas, el cual demuestra que una de las características principales en los factores no psicológicos del emprendedor son los rasgos demográficos, Bates (2005) los divide en la edad, educación, experiencia, género y financiamiento.

El emprendimiento turístico se basa en dos conceptos el primero emprendimiento al cual Burnett (2000) alude que el emprendedor es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos el cual moviliza los recursos una zona de bajo rendimiento a una con alta productividad, se hace referencia a que el éxito del emprendedor no solo es importante para el individuo sino para la sociedad en sí.

La segunda definición es turismo la cual Boullion (1993) define al conjunto de relaciones fenómenos por el desplazamiento de las personas fuera del lugar de residencia en tanto no esté motivado con actividades lucrativas, concordando con el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas; en cambio, la Organización Mundial del Turismo define como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales.

A partir de estas dos definiciones se puede deducir que el emprendimiento turístico es una iniciativa empresarial a cargo de una o varias personas los cuales brindan servicios o productos destinados al turista; estos pueden estar en el sector de alojamiento; alimentación; Recreación, diversión – entretenimiento; agencias de viajes y transporte turístico.

1.3. Preguntas de investigación

Exiten varias opiniones sobre la importancia de plantear las preguntas de investigacion, se ha tomado de referencia conceptualizaciones del Cid, Méndez, y Sandova (2007),las interrogantes de la investigación son los componentes principales del estudio y se debe considerar que la formulación debe ser clara y no ambigua,

breve, proporcionar una respuesta amplia y poseer construcción gramatical; Gómez (2006) determina que las preguntas deben resumir lo que habrá de ser investigado por lo que convienen sugerir actividades y métodos adecuados para el progreso del estudio de igual manera Sampiere, Collado y Baptista (2010) señalan que las preguntas de investigación van encaminadas hacia las respuestas que se buscan con la investigación, y no deben plantearse con términos confusos ni imprecisos.

Según informes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Ecuador en el 2014 se observa una reducción de la actividad emprendedora temprana con respecto al año anterior; pasando la Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) de 36% a 32.69%, de acuerdo con este antecedente, a continuación, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Por qué fracasan los emprendimientos turísticos en Tungurahua?

Los motivos de cierre frecuentes según el GEM 2014 en el estudio realizado son "el negocio no era lucrativo" y "problemas de financiamiento". En promedio, desde 2008 el comportamiento de las respuestas ha sido muy parecido, 21% de la población encuestada refiere el primer motivo y 67% el segundo; en promedio 12% atribuye a motivos personales por lo cual nace la pregunta:

¿El financiamiento es un factor que determina el éxito o fracaso de los emprendimientos turísticos?

El informe presentado por el GEM 2014 detalla que la composición de los emprendedores según su nivel de educación fue similar a lo observado el año anterior: un 39.4% solo completó la primaria y un 25.2% terminó sus estudios secundarios.

Se destaca que se ha mantenido la proporción de emprendedores que han terminado su educación superior (13.9%); por lo que se plantea la siguiente interrogante:

¿De qué manera influye la educación y la formación del emprendedor en el éxito o fracaso del emprendimiento?

Tomando en cuenta los datos arrojados por el GEM 2014 que detalla que el 68.58% de emprendedores han desarrollado sus emprendimientos siguiendo la línea en que han tenido experiencia previa; mientras que el 31.42% ha emprendido sin tener experiencia en el área.; por lo que se presenta que la siguiente interrogante:

¿La experiencia del emprendedor influye en el tipo de emprendimiento turístico?

1.4. Hipótesis de partida

Es de suma importancia resaltar lo citado por Pájaro (2002) una hipótesis es la brújula que guía la generación del conocimiento científico, por tal motivo los investigadores están obligados a plantearlas en manera de supuestos, que se corroboran en el transcurso de la investigación; opinión que concuerda con Sampiere, Collado y Baptista (2010) donde las hipótesis son guías que contienen explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones.

Churchill (2014) menciona la importancia del estudio del tipo de financiamiento porque es una herramienta base que utilizan los emprendedores para crear sus negocios o hacer crecer los mismos; por lo que adquiere relevancia al tener acceso a diferentes fuentes de financiamiento por medio de préstamos o créditos y siendo así una manera útil al momento de crear estrategias de financiamiento para el éxito de su empresa.; por ello nos planteamos la siguiente hipótesis:

H_1: El financiamiento determina el éxito o fracaso de los emprendimientos turísticos.

El nivel de educación y la formación del emprendedor es importante porque se pretende determinar si el riesgo de fracaso se reduce al ser mayor el nivel de educación y formación que posea el emprendedor, considerando, así como un factor relevante ya que el emprendedor tendrá conocimientos y desarrollará destrezas y habilidades que le permitirán reducir el riego de fracaso además será de suma utilidad ya que le permitirá sobresalir en su entorno al poseer un valor agregado (Robayo, 2002).

H_2: La educación y formación del emprendedor favorece a la creación y permanencia del emprendimiento turístico.

La experiencia es un factor importante de estudio ya que sus variables de experiencia previa y los años dedicados a una activad igual o semejante a la del emprendimiento determinará el porcentaje de fracaso de los emprendimientos, tomando en cuenta la relevancia que tiene los conocimientos adquiridos y la experiencia que adquiere el emprendedor con el pasar del tiempo, los mismos que le serán útiles para crear un emprendimiento exitoso (Fuentelsaz & Gonzalez, 2015).

H_3: El tipo de emprendimiento turístico es influenciado por la experiencia del emprendedor.

1.5. Justificación de la investigación

El artículo de la revista lideres hace referencian al índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) determinada por el GEM que en el 2014 Ecuador obtuvo un TEA de 32,6%. Es decir, que 1 de cada 3 adultos había iniciado los trámites para establecer un negocio, o poseía uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses.

Sin embargo, la TEA del 2014 registra una leve reducción en la actividad emprendedora temprana que en el 2013 se ubicó en el 36%; en el 2012, fue de 26,6%, y en el 2010 fue 21,3% (Navarro, 2015) ; esta investigación se considera importante para determinar los causantes del éxito o fracaso de los emprendimientos; los resultados obtenidos de ésta investigación serán beneficiosos para los emprendedores actuales y futuros de la provincia ya que conocerán los factores que determina el éxito y fracaso de un emprendimiento.

Además, respondiendo al valor teórico la información que se obtenga podrá servir para desarrollar un modelo teórico sobre los factores que determinan o inciden en el éxito de los emprendimientos turísticos.

1.6. Viabilidad del estudio

Robayo (2002) alude que la viabilidad está profundamente relacionada con la disponibilidad de recursos materiales, económicos, financieros, humanos, tiempo y de información para que el investigador obtenga un razonamiento crítico que contribuya con la investigación.

Para Bernal (2010) considera que la viabilidad del estudio es importante porque determina la disponibilidad de recursos materiales, económicos y tiempos que se requieren durante el proceso investigativo; lo que concuerda con la opinión de Sampiere, Collado y Baptista (2010) al realizar la viabilidad se toma en cuenta elementos como disponibilidad de recursos financieros, humanos y materiales que establecen las transcendencias de la investigación.

En la siguiente tabla 1 se analizan los objetivos de la investigación con lo que se pretende alcanzar para determinar el estudio, de igual forma se analizan las técnicas y prácticas las cuales permitirán dar una valoración cuantitativa y cualitativa al estudio mediante variables de análisis no paramétricas el cual estará a cargo de un equipo de trabajo compuesto principalmente por los investigadores que contarán con el apoyo de la institución de Cámara de Turismo de Tungurahua y los emprendedores que a ella pertenecen.

Tabla 1 *Viabilidad de la Investigación*

Objetivo	Tarea	Técnicas y Practicas	Personal
1000 Investigar si el financiamiento influye en el éxito o fracaso de los Emprendimientos turísticos.	1100 Obtener en 4 meses fuentes de información de estudios previos que estimulen la investigación corroborando con un estudio y análisis en la provincia de Tungurahua	1110 Búsqueda de información 1120 Investigación documental 1130 Análisis de la información	• Cámara de Turismo • Emprendedores • Investigadores
2000 Examinar si la educación y formación del emprendedor favorece a la creación y permanencia del Emprendimiento turístico.	2100 En 6 meses determinar mediante modelos estadísticos el nivel de educación y formación que tiene la población de Tungurahua con el tiempo del Emprendimiento.	2110 Búsqueda y creación de modelos estadísticos para la investigación 2120 Utilización de los Modelos estadísticos. 2130 Análisis del impacto de los resultados	• Cámara de Turismo • Emprendedores • Investigadores
3000 Identificar si el tipo de emprendimiento turístico es influenciado por la experiencia del Emprendedor.	3100 Identificar el tipo de emprendimiento Turístico relacionándolo con la experiencia previa del emprendedor.	3110 Determinar estándares y medidas 3120 Análisis del impacto de los emprendimientos turísticos 3130 Síntesis y redacción de los datos obtenidos	• Cámara de Turismo • Emprendedores • Investigadores

Nota: Se especifica los objetivos de investigación, se procede con las tareas a realizarse específicamente en el tiempo determinado mediante las técnicas y recopilación de datos y al final se muestra el grupo de trabajo con el que se cuenta.

El estudio plantea analizar los factores demográficos que intervienen en la creación de emprendimientos turísticos, así como la permanencia del mercado de dicha empresa, para lograr analizar se analizan tres escenarios, el primero la financiación que necesitan las empresas ya sea propia o ajena, el segundo la formación y educación del emprendedor que son determinantes para la ejecución, planificación y permanencia del establecimiento y finalmente la experiencia como tercera variable la cual establece en muchas de las veces el tipo de emprendimiento y el sector al cual pertenece el emprendimiento.

1.7. Validación del conocimiento

De acuerdo con Herrera, Medina y Naranjo (2010) es la construcción del conocimiento, conceptualización y criterios que han sufrido una transformacion histórica llegando a cumplir el fin de la viabilidad que está basado en la solidez y fundamentación teórica; Sampiere, Collado y Baptista (2010) alude la validación de conocimiento permite contar con una clara perspectiva del tema a investigar por medio de la revisión de la literatura, para realizar una comparación con jueces, expertos y un porcentaje significativo de la población de estudio.

Para cumplir con esta etapa se buscó, revisó y seleccionó 200 artículos científicos sobre emprendimientos turísticos, una vez analizados se encontró una teoría que nos permita sustentar y justificar el tema de nuestra investigación que tiene referencia a los factores que interviene en los emprendimientos.

Mediante un modelo teórico encontrado en la literatura que muestra una serie de relaciones entre atributos del individuo que influyen en el valor esperado de la oportunidad y, en consecuencia, la probabilidad que el individuo se arriesgue a explotarla. Se separaron los factores psicológicos y no psicológicos del individuo; ambos tipos de características se han mostrado especialmente relevantes en la explicación de la existencia de actitudes y motivaciones emprendedoras (Baum y Locke, 2004).

Entre los principales factores no psicológicos cabe destacar los rasgos demográficos como la edad y el sexo, las variables de formación y las de experiencia. Los rasgos demográficos sobresalen por su importancia en la toma de decisiones estratégicas; la

formación y experiencia son consideradas cada vez más importantes como factores de éxito en la explotación de oportunidades empresariales, a partir de esta teoría se derivan los factores de financiamiento, estilo de vida, educación y experiencia, las cuales derivan diferentes variables que se observan en la tabla 2 que se presenta a continuación (Lazear, 2003; Fayolle et al., 2004).

Tabla 2 Cuadro de artículos encontrados según variables principales analizadas

Factores	Variables	Documentos	Porcentajes
Financieros	Estatus económico	30	15%
	Ingresos familiares	20	10%
	Financiamiento	150	75%
Estilo de vida	Etnia	0	0%
	Religión	0	0%
	Estado civil	10	12%
	Actividad laboral previa	20	25%
	Ocupación	40	50%
	Edad	10	13%
Educación	Nivel de educación	160	80%
	Profesión	40	20%
Experiencia	Experiencia previa	170	85%
	Años de la actividad actual	24	12%
	Generación	6	3%

Nota: Cantidad de documentos encontrados de Factores demográficos con sus variables encontradas en plataformas virtuales de artículo científicos representados en porcentajes.

El presente cuadro nace de la investigación inicial de diversas fuentes de artículos, en las cuales se recolectó estudios previos en el área financiera, estilo de vida, educación y experiencia en relación a la creación de emprendimientos turísticos y como se ven afectados por estas variables, para encontrar se utilizó palabras claves como estatus económico, ingresos familiares, financiamiento para encontrar investigaciones del factor financiero en las cuales se obtuvo resultados del 15%, 10%

y 75% respectivamente, de igual forma se procedió con los factores y variables de estilo de vida sin embargo no se llegó a encontrar 200 artículos como en las demás variables, si no 80 artículos los cuales se repartieron 12% estado civil, 25% Actividad laboral previa, 50% ocupación y 13% edad, aclarando que esta última variable se ve asignada en la mayoría de investigaciones pero no es participe desde un eje principal para la investigación, la educación fue valorada mediante el nivel de educación representado por el 80% de investigaciones y por profesión con el 20% restante y por último la experiencia analizada desde la experiencia previa con el 85%, los años de la actividad actual de la empresa 12% y si el negocio es generacional (Generación) con 3%, estos datos obtenidos permitirán tener una idea más clara a investigar, sin embargo se tienen que contrastar con el ambiente de la provincia de Tungurahua.

Una vez encontrada la teoría se identificó factores del estudio y se realizó la validación por medio de una encuesta no estructurada que se formuló a 9 jueces, 9 expertos y a un porcentaje de la población. Para determinar la muestra de la población se utilizó un nivel de confiabilidad del 99% con un margen de error del 1% lo que permitió determinar la muestra a los jueces, expertos y parte de la población.

Se tomó como guía el catastro facilitado por el Ministerio de Turismo y la Cámara de Turismo de Tungurahua que determina total de emprendimientos de la provincia de Tungurahua es de 2690, distribuidos en los cantones Ambato, Cevallos, Quero, Pelileo, Petate y Mocha; que se encuentran distribuidos en áreas como Hoteles, hosterías, residencias, pensiones, restaurantes, cafeterías, bares, discotecas, salas de recepciones y banquetes, agencias de viajes y turismo, complejos o centros recreacionales y turísticos y transporte turísticos.

Con respecto a jueces se realizó la entrevista no estructurada al Representante de la cámara de comercio, director de CAPTUR, Coordinador de la carrera de Turismo, Docentes de la Carrera de Turismo y al Representante del Ministerio de Turismo.

Para los expertos fueron envidos 20 correos electrónicos con la entrevista no estructurada a los autores nacionales e internacionales que han realizado publicaciones de artículos y revistas sobre emprendimientos turísticos; como resultado se obtuvo respuestas favorables de 10 de ellos.

Con relación a la población se tomó como muestra a 50 de los 2690 emprendimientos registrados en la provincia de Tungurahua por la CAPTUR, el proceso de elaboración de la entrevista no estructurada tuvo una duración de 1 mes y los resultados fueron los siguientes:

Figura 1. Comparación Gráfica de barras de los Factores Financieros entre fuentes secundarias, jueces, expertos, población**.**

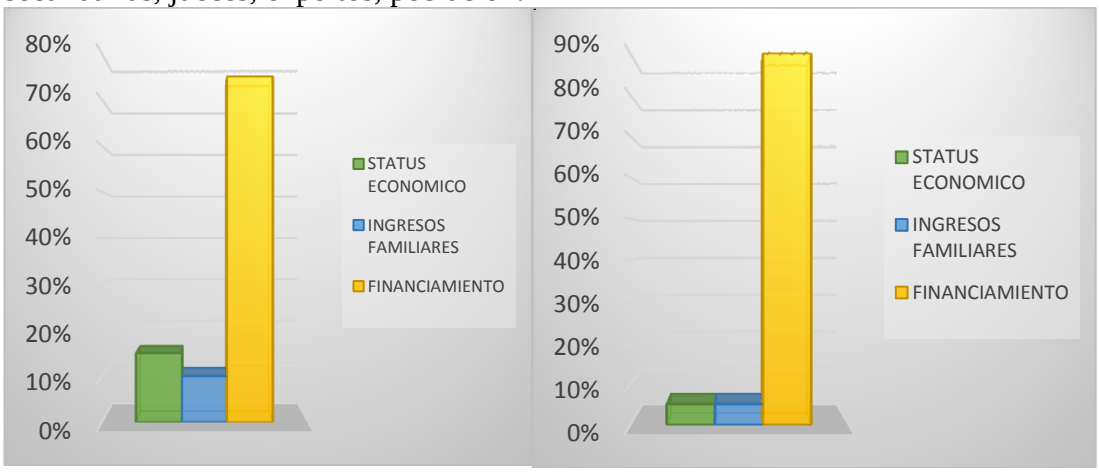


Figura 1: Se representa los resultados de los factores Financieros encontrados en teorías versus los obtenidos en las entrevistas realizadas a parte de la población, jueces y expertos. En la entrevista, las variables a evaluar fueron el estatus económico, los ingresos familiares y el financiamiento.

Una vez que se ha concebido la información de fuentes secundarias, a través del análisis de artículos publicados en diferentes bases de datos científicas como Redalyc, Scielo, DOAJ, Scopus en los cuales se identificó variables que están asociadas a los factores financieros, dentro del escenario del emprendimiento entre las que se destacan y son elementos de estudio por expertos e investigadores son el status económico, los ingresos familiares y el financiamiento, como se puede observar en la figura 1.

El principal elemento de estudio de mayor relevancia en el escenario del emprendimiento es el financiamiento, como factor de alto debate académico de acuerdo a la información recolectada en las investigaciones, que se justifica con la opinión de los jueces, expertos y la población de estudio consultada, mientras que con un porcentaje algo significativo se menciona al status económico e ingresos familiares como variables influyentes en los emprendimientos, ratificado por las organizaciones líderes de Turismo en Tungurahua.

El Coordinador de la facultad de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Ambato, representantes de la Cámara de Comercio de Tungurahua y parte de la población que realizan actividades económicas en el sector Turístico, información que se logró de una entrevista no estructurada.(Agudo et al., 2014; Velazquez, Vargas, 2014; Álvarez, Vila,Fraiz, y del Río Rama, 2013; Araújo y Pinheiro do Nascimento, 2011; Bertoncello, 2011; Betancourt, Aldana, y Gomez, 2014; Carreón, Hernández, y García, 2014; Sanchez, 1998; Pit Dal Margo, y Coutinho, 2008; Dreher, y Badel, 2009; Filizola, Campos, Brechesi, y Pavarini, 2011; Fuentes, y Sanchez, 2010; García, 2014; García, 2010; Quintana, 2001; Judd, 2003; Jiminez, Elias, y Silva, 2014; Muñoz, y Velasco, 2015; Osorio y Pereira, 2011; Parra y Fleitas, 2010; Pineda, 2014; Seredia, Morales, y Nakamatsu, 2015; Tarapuez, Zapata, y Montenegro, 2008; Ugarte, Sierra, y Colmenares, 2003; Yeras, 2006).

Tal como se observa en los resultados obtenidos la variable de mayor relevancia entre los Factores Financieros es el financiamiento, el cual permite la creación o mantener el emprendimiento en desarrollo por el tiempo en el que se estabilice el punto de equilibrio para obtener las ganancias necesarias, continuando con las actividades normales del emprendimiento, esto también es llamado capital semilla o capital inicial que necesita una empresa para sustentar sus primeras actividades, este financiamiento en el Ecuador se puede obtener de instituciones bancarias, públicas, ONG'S y en su mayoría de familiares o ahorros personales los cuales han sido recolectados durante largo tiempo.

Figura 2. Comparación de los Factores Financieros entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población mediante Atlas.ti.

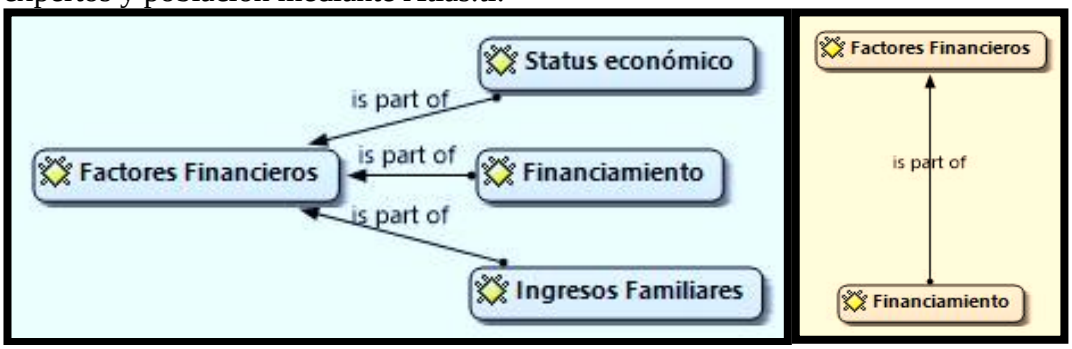


Figura 2: Organigrama de factores elaborados en Atlas. Ti encontrados en teorías versus los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a parte de la población, jueces y expertos. En la entrevista, las variables a evaluar fueron el estatus económico, los ingresos familiares y el financiamiento, los resultados determinan al financiamiento como variable determinante. Adaptado de "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género," por Fuentes García & Cañizares, 2010, p. 4

La Global Entrepreneurship Monitor determina al financiamiento como un factor demográfico, que monitorea el financiamiento para emprendedores este a su vez se caracteriza por analizar los recursos financieros disponibles para el emprendedor, así como monitorear los recursos propios o deudas que este pueda mantener incluyendo ayudas o subvenciones otorgadas por diferentes entidades basado en esto se encuentran variables como el financiamiento que para (Fred & Eugene, 2008) es un mecanismo adquirido por una entidad para desarrollar un proyecto, ya que por medio de este las empresas pueden mantener una economía estable.

Oscar y Franklin Vera (2013) mencionan que el financiamiento es un factor importante porque permite desarrollar y ejecutar un proyecto o la iniciación de una empresa, al adquirir los recursos necesarios para iniciar cualquier actividad, el estatus económico el cual es una medida económica que determina la posición de un individuo o familia en relación con otras personas u otras familias; basados en sus ingresos, educación y empleo.

(Harold, 1987) Conceptualiza que los ingresos familiares es la totalidad de los ingresos de los integrantes o miembros de un hogar, permite identificar el nivel adquisitivo de una familia; basado en esta teoría recolectamos artículos de publicaciones nacionales y extranjera sobre emprendimiento turístico, en los que se ha identificado al financiamiento como un factor relevante al momento de evaluar un emprendimiento.

Esto es ratificado por (Garcia y Ruiz, 2014) en su artículo "Una Lectura de Género de las Medidas Fiscales en España a Favor del Emprendimiento" menciona que existe un problema al acceder al financiamiento del emprendimiento especialmente cuando se trata de acudir a instituciones bancarias.

Castro, Delgado y Rodríguez (2014) alude la falta de establecimientos que apoyen a la financiación de proyectos, lo que concuerda con el artículo: ¿Por qué los negocios fracasan? Se comenta que una de las principales barreras que surge al emprender es la restricción que existe en el financiamiento y el capital financiado para comenzar un negocio, especialmente en los jóvenes emprendedores.

Dicho factor se ha corroborado mediante encuestas realizadas a expertos, jueces y parte de la población que se dedican a actividades del sector turismo por lo que el objeto de estudio en el factor financiamiento será la variable asociada que tiene que ver con el financiamiento de la empresa o emprendimiento y como se desarrollan las empresas de Tungurahua en este ámbito (Peregrina et al., 2014; Álvarez et al., 2013; Aparicio, Hassan, y Sánchez, 2013; Betancourt et al., 2014; Bolívar y Hormiga, 2012; Castro et al., 2014; Coraggio, y Cesar, 1998; Fernández, y Valero, 2015; Fortunato, 2005; García, 2010; Garcia et al., , 2014; García, 2001; Gelvez, 2014; Gessa y Toledano, 2011; Gómez y Arias, 2002; Judd, 2003; Luquez, Mejía, Toncel, Ortiz, y Rojas, 2014; Moya, Taboada, y Lorza, 2013; Nieto, 2014; Poblete y Amorós, 2012; Rachida, 2012; Ramírez, Bernal, y Fuentes, 2013; Robin, Astorga, y Martínez, 2014; Sen, 1998; Ulacia, Villate, Lakunza, Bokos, & Peña, 2012)

Por otra parte existen diferentes tipos de organismos como instituciones públicas o ONG's que han contribuido al desarrollo de emprendedores otorgando contribuciones o créditos con mayor facilidad que las instituciones bancarias, sin embargo el autor Pardo y Alfonso, (2013) menciona la importancia establecer políticas gubernamentales adecuadas para potenciar el desarrollo y financiación de proyectos, todo esto enfocado al marco legal.

En el Ecuador existen diferentes entidades gubernamentales que se han desarrollado a lo largo de estos años como Emprende Ecuador y Pro Ecuador las cuales permiten capacitar y promover el emprendimiento en el país.

Por lo tanto este enfoque permitirá conocer las características con que el emprendedor cuenta para financiar su emprendimiento y cuál es el monto que permite al empresario continuar con sus actividades económicas en el sector Turístico de Tungurahua, cabe recalcar que este factor afecta a cada una de las actividades del sector de diferentes forma, ya que no es lo mismo hablar de la inversión en el campo de alojamiento, a diferencia de la inversión que se pueda o necesite realizar en el campo de alimentación; en este sentido el encontrar el financiamiento y más aún tener los requerimientos adecuados para las diferentes instituciones se convierte en un verdadero desafío para desarrollar y mantener un emprendimiento turístico en el sector Tungurahuense. (Abraham y Arias, 2015; Albacete, Fuentes, y Haro, 2013; Ayala, Scarpecci, y Morán, 2014; Barbosa y do

Nascimento, 2011; Carrasco y Castaño, 2008; Castiblanco, 2013; Díaz, Sáez, y Jiménez, 2015; Gonzales y Rodriguez, 2016; Fernández y Valero, 2015; Filizola et al., 2011; Fortunato, 2005; Fuentes y Cañizares, 2010; Ho & Bedford, 2008; Rodriguez, Viña y Ramirez, 2012; Navarro, 2015; Ortiz, 2013; Pereira y De Conto, 2008; Poblete y Amorós, 2012; Rodrigues, 2011; Soria, 2009; Tarapuez, Zapata y Montenegro, 2008; Terán y León, 2010; Terjesen, 2009; Ugarte et al., 2003; Vargas, 2015).

Debido a las características del mercado, las pocas alternativas que se encuentran en el entorno para adquirir el capital inicial, la desconfianza de las instituciones más la carencia de un plan de inversión o de gestión financiera adecuada se convierte en una problemática que se debe combatir en el entorno actual.

Johnson hace referencia en el artículo de innovación y emprendimiento de Lorenzo Vicent que sin un financiamiento adecuado las empresas y emprendimientos no pueden innovar ni desarrollar nueva tecnología para mejorar su empresa, lo cual coincide con varias investigaciones que se han realizado en los últimos 5 años, determinan la importancia que tiene el financiamiento en los emprendimientos para crearse y mantenerse en el mercado de igual forma es importante recalcar que en muchas de estas investigaciones se reflejan el seguimiento que dan las instituciones financieras y bancarias a dichos emprendimientos (Alberca & Parte, 2013; Bueno, 2007; Cardona, Vera, & Tabares, 2008; Carreón et al., 2014; Cheibub & Melo, n.d.; Curtis & Armenakis, 2015; C. Diaz & Celis, 2011; Espinoza, Azua, & Sepulveda, 2015; Fabeiro & García, 2010; Firmino, 2008; González, 2011; Gouvea & Mara dos Santos, 2009; Hochsztain, 2015; Justo, María, & Márquez, 2008; Kelley et al., 2015; Kuyumjian, Souza, & Santanna, 2014; Lazo & Olivera, 2007; Martín, Hernangómez, & Rodríguez, 2005; Fernandez, 2015; Melorose, Perroy, & Careas, 2015; Muñoz & Velasco González, 2015; Nicol, Mar, & Ba, 2012; Parra & Fleitas, 2010; Rodríguez & Navarro, 2007; Sánchez & Palomo, 2014).

Figura 3. Comparación Gráfica de Barras con los Factores de Estilo de Vida entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población**.**

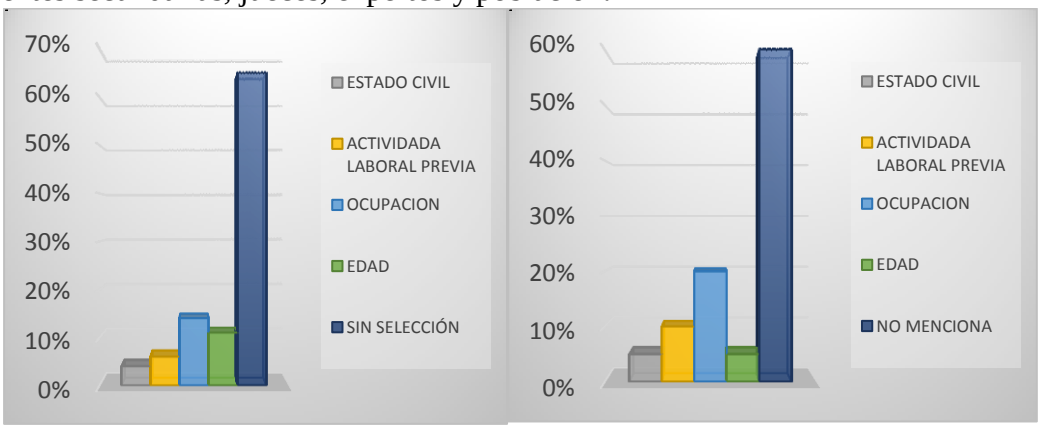


Figura 3. Se representa los resultados de los factores de Estilo de Vida encontrados en teorías versus los obtenidos en las entrevistas realizadas a parte de la población, jueces y expertos. En la entrevista, las variables a evaluar fueron la etnia, la religión, el estado civil, actividad laboral previa, ocupación y edad. (Adaptado de "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género," por Fuentes García & Cañizares, 2010, p. 4).

El estilo de vida es otro de los factores que se analiza en el estudio demográfico por lo cual se analizaron publicaciones de artículos sobre emprendimiento y se encontró que las variables asociadas de este factor son la etnia, la religión, el estado civil, actividad laboral previa, ocupación y edad.

La investigación de las variables mencionadas anteriormente permite el análisis de las diferentes cualidades demográficas que puede tener una empresa, al igual que el análisis del emprendedor; sin embargo, la recolección de datos reveló que la etnia y la religión no cuentan como variables asociadas en el factor de estilo de vida; mientras que, el estado civil, la actividad laboral previa, la ocupación y la edad representan tan solo el 40% de los datos obtenidos de las fuentes secundarias.

La información recolectada coincide con la entrevista realizada a los jueces, expertos y parte de la población que se dedica actividades laborales de turismo en Tungurahua con el 35%, este porcentaje es el criterio de las personas entrevistadas que consideran que estas variables asociadas no influyen en el fracaso de los emprendimientos turísticos en Tungurahua.

La información de fuentes primarias concuerda con la información de fuentes secundarias porcentualmente con el 60 y 65%, respectivamente, como datos no seleccionados en el factor de estilo de vida como fuente de información para el análisis de los factores de fracaso de los emprendimientos turísticos de Tungurahua,

por este motivo en el estudio se decide no tomar en cuenta a los factores de estilo de vida como variables en la investigación (Peregrina et al., 2014; Antonio, Brea, y Manosso, 2013; Baeza, 2011; Bellelli et al., 2005; Caputo y Gamallo, 2010; Cardona et al., 2008; Cesar y Coraggio, 1998; Garcia et al., 2014; García, 2001; García, Marco, Molina, y Quer, 1997; Gessa y Toledano, 2011; Gouvêa y Niño, 2010; Hidalgo y Zunino, 2011; Moya et al., 2013; Muñiz y Fraiz, 2010; Navarro y Schlüter, 2010; Noia, Avila, y Cartibani Midlej, 2009; Ortiz et al., 2008; Ramírez et al., 2013; Tommei y Benedetti, 2014).

Interpretación cualitativa

Figura 4. Comparación de los Factores de Estilo de Vida entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población mediante Atlas.ti.

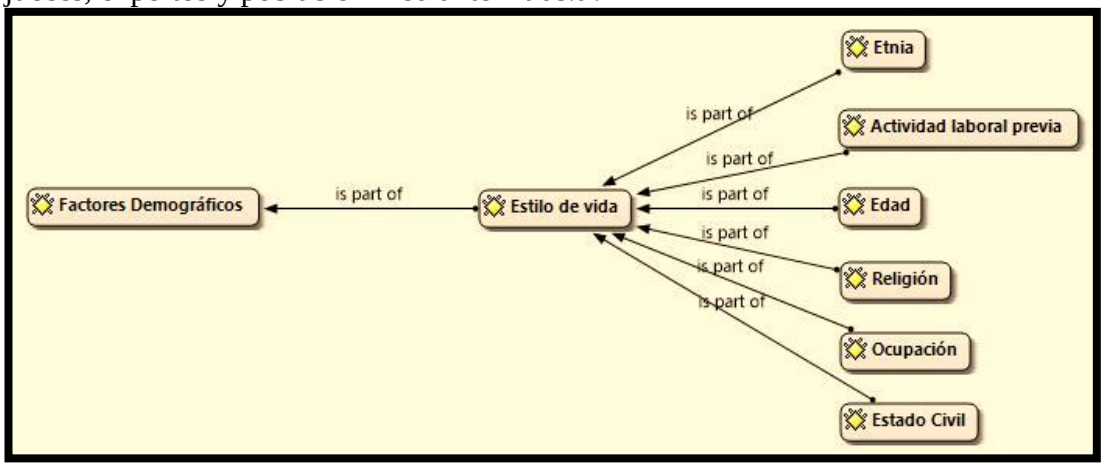


Figura 4. Organigrama de factores elaborados en Atlas.Ti encontrados en teorías versus los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a parte de la población, jueces y expertos. En la entrevista, las variables a evaluar fueron la etnia, la religión, el estado civil, actividad laboral previa, ocupación y edad. (Adaptado de "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género," por Fuentes García & Cañizares, 2010, p. 4).

Como se analizó anteriormente el Estilo de Vida es parte de los Factores Demográficos y a partir de estos se derivan variables asociadas, en la que se define la etnia como el pueblo, nación o comunidad humana que comparten una afinidad cultural lo que permite que sus integrantes se sientan identificados entre ellos por medio de costumbres o tradiciones propias de su comunidad según Pérez (2006) alude que la religión tiene referencias al credo y a los conocimientos acerca de la existencia de una entidad divina superior, estudia el vínculo que existe entre el hombre y su Dios, dependiendo de las creencias a las cuales se rija la misma, en nuestro país la religión ocupa un puesto importante y su principal religión es la Católica.

Sin embargo no se tomará en el estudio la religión que tiene el emprendedor ya que en el país no existe ninguna ley que evite que alguien no emprenda por tener un tipo de creencia diferente, el estado civil definido por Carrasco y Castaño (2008) es la situación personal en la que se encuentra o no en relación a otra, por lo que crean lazos jurídicamente reconocidos sin que sea su pariente, constituyendo con ella una institución familiar y adquiriendo derechos y deberes al respecto, la actividad laboral previa es aquel conjunto de actividades que ha desarrollado un emprendedor antes de iniciar un emprendimiento o negocio, estas actividades se asemejan a la actividad nueva que se va a desarrollar.

Según Espinoza et al., (2015) otra variable es la ocupación la cual para Formichella (2004) es el trabajo, labor, quehacer o actividad que tiene una persona en la cual invierte tiempo y recursos para desarrollarla, y finalmente la edad que Hochsztain (2015) menciona que es el tiempo que has transcurrido desde el nacimiento de un ser vivo.

Todas estas variables forman parte de características propias de la población a investigar, es decir, que son características personales de cada emprendedor las cuales fueron adquiridas a través del tiempo y otorgadas al momento de nacer como la edad y el sexo; de esta manera la influencia permite al emprendedor crear y promover un turismo diferente ya sea este de montaña, natural, étnico, rural o autóctono, en este caso son los emprendedores de actividades turísticas de la población de Baños de Agua Santa de la provincia de Tungurahua.

Es importante recalcar que en la investigación no se pretende dar a conocer que influye para crear un emprendimiento en el área de turismo, más bien es encontrar características que permitan al emprendedor no fracasar en esta área en cualquier tipo de emprendimiento que se genere (Peregrina et al., 2014; Alejandra et al., 2014; Araújo y Pinheiro do Nascimento, 2011; Baeza, 2011; Betancourt et al., 2014; Burgos, 2014; Carreón et al., 2014; Cesar, Coraggio, 1998; Dal Magro y Coutinho, 2008; Dreher y Badel, 2009; Fuentes y Cañizares, 2010; García, 2014; García, 2010; García, 2001; Judd, 2003; Marín et al., 2014; Muñoz y Velasco, 2015; Navarro y Schlüter, 2010; Osorio y Pereira, 2011; Parra y Fleitas, 2010; Pedetti y Márqiez,

2010; Pineda, 2014; Ramírez, 2015; Seredia et al., 2015; Tarapuez, Zapata y Agreda, 2008).

En todo caso, se ha buscado las diversas variables pertenecientes a los Factores de estilo de vida, pero no se ha encontrado una muestra de estudios significativa para proceder a estudiar las variables lo que se correlaciona con las entrevistas realizadas a las personas de diferentes instituciones locales de la provincia de Tungurahua que representan a nuestra población de jueces, expertos y parte de la población investiga.

Se expresa que no influye estas variables en el proceso de creación y mantenimiento de empresas turísticas en Tungurahua, pero que las variables asociadas como edad, actividad laboral previa, ocupación y estado civil si están inmersas en las características de la población de empresarios en el área de turismo.

Por lo tanto, las variables se tomaran en cuenta en el momento de conocer las características del emprendedor pero no se consideraran como un factor relevante, es decir se conocerá la ocupación actual y previa, el sexo, la edad y el estado civil de la persona para el análisis de toda la investigación y del emprendedor como parte de la investigación pero indistintamente ligada a los factores de estilo de vida, adicionalmente dos de estas variables asociadas que son la etnia y la religión no se mencionan en fuentes primarias ni secundarias investigadas, en consecuencia se eliminan estas variables asociadas de la investigación para la creación de empresas de turismo de Tungurahua (Abraham y Arias, 2015; Albacete, Fuentes, y Haro, 2013; Ayala, Scarpecci, y Morán, 2014; Barbosa y do Nascimento, 2011; Carrasco y Castaño, 2008; Castiblanco, 2013; Díaz, Sáez, y Jiménez, 2015; Gonzales y Rodriguez, 2016; Fernández y Valero, 2015; Filizola et al., 2011; Fortunato, 2005; Fuentes y Cañizares, 2010; Ho & Bedford, 2008; Rodriguez, Viña y Ramirez, 2012; Navarro, 2015; Ortiz, 2013; Pereira y De Conto, 2008; Poblete y Amorós, 2012; Rodrigues, 2011; Soria, 2009; Tarapuez, Zapata y Montenegro, 2008; Terán y León, 2010; Terjesen, 2009; Ugarte et al., 2003; Vargas, 2015).

En este sentido la primera encuesta de Micro emprendimiento realizada en el 2010 por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile, menciona que las características de los empresarios se encuentran reflejada en la ocupación, sexo, edad, educación, capacitación, financiamiento capacitación y razón por la que

no cuenta con capacitación, teniendo a las variables asociadas de ocupación, sexo y edad las cuales son parte de los Factores de estilo de vida.

Mientras que en el artículo "La creación de empresas en Colombia desde las percepciones Femenina y Masculina" del 2010 Henríquez solo menciona a la edad y al sexo como parte de su investigación, esto después de haber analizado diversas fuentes como el GEM y varios trabajos de diversos autores, por lo consiguiente se corrobora el análisis del sexo, la edad, la ocupación actual y pasada, y el estado civil correlacionados en los factores de financiamiento, experiencia y educación pero no como variable a analizar por si sola (Fernández, 2009; Bueno, 2007; Carreón et al., 2014; Curtis y Armenakis, 2015; Diaz y Celis, 2011; Espinoza et al., 2015; Fabeiro y García, 2010; Firmino, 2008; González, 2011; Hochsztain, 2015; Huerco, 2005; Justo et al., 2008; Kuyumjian et al., 2014; Lazo y Olivera, 2007; Martín et al., 2005; Martinez, 2006; Muñoz y Velasco, 2015; Nicol et al., 2012; Parra y Fleitas, 2010; Pinassi, 2012; Rodríguez y Navarro, 2007; Sánchez y González, 2011; Sánchez y Palomo, 2014; Vera y Vera, 2013).

Figura 5. Comparación Gráfica de barras con los Factores de Experiencia entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población.

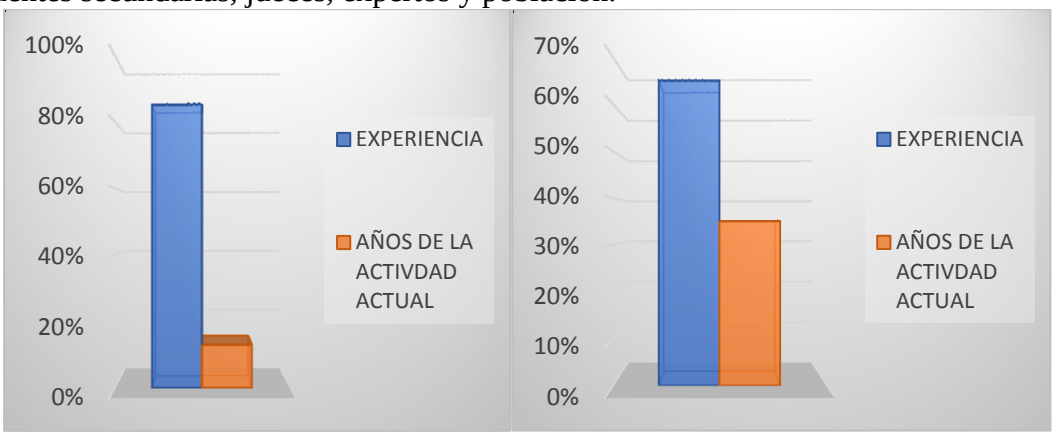


Figura 5. Representación de los resultados obtenidos de los factores Financieros encontrados en teorías versus los obtenidos en las entrevistas realizadas a parte de la población, jueces y expertos. En la entrevista, las variables a evaluar fueron los Años de la Actividad Actual, la Experiencia Adquirida y la Generación o Herencia. (Adaptado de "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género," por Fuentes García & Cañizares, 2010, p. 4).

Los Factores de Experiencia estudiados en los artículos se encuentran representados en la figura N.º 5, se aprecia que el 85% de las investigaciones consideran la experiencia como un factor influyente en los emprendimientos, mientras que solo el 13% de los estudios no consideran años de actividad actual como factores altamente

influyentes en los emprendimientos, el siguiente cuadro muestra los factores encuestados y en el cual se muestra una concordancia de los resultados de las encuestas realizadas a expertos , jueces y población ya que se determina que el 65% de los encuestados consideran como principal factor influyente en un emprendimiento a la experiencia , por otro lado los años de actividad actual se representan con el 35%, mientras la generación no cuenta con resultados, por lo cual el factor que se tomara en cuenta en el estudio es la experiencia (Goncalves et al., 2013; Fuentes, Moreno,González, y Ritchie, 2015; Cardona et al., 2008; Cerchiello, 2015; Cheibub y Melo.; Gouvea y Santos, 2009; Ho y Bedford, 2008; Lasio, Caicedo,Ordeñada y Villa, 2013; Martín et al., 2005; Moya et al., 2013; Noia et al., 2009; Ocaña, 2003; Rodríguez y Navarro, 2007; Rodríguez, Álvarez, y Torre, 2014; Ulacia et al., 2012).

Figura 6. Comparación de los Factores de Experiencia entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población mediante Atlas.ti.

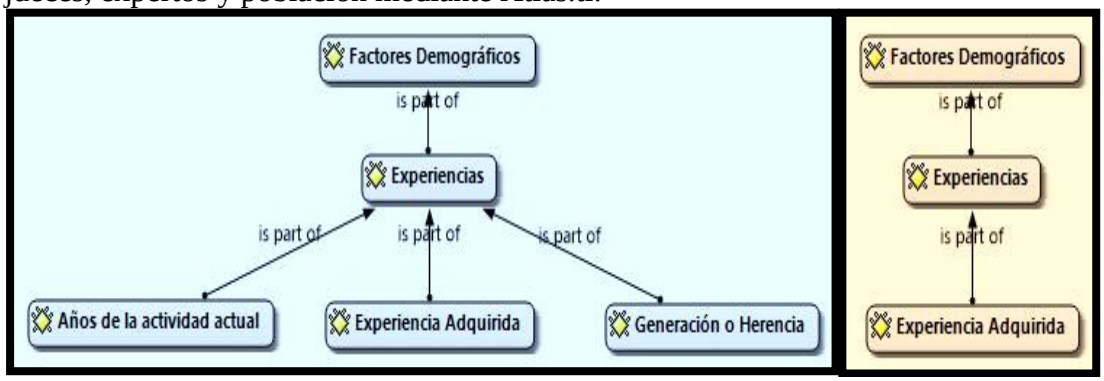


Figura 6. Organigrama de factores elaborados en Atlas.Ti encontrados en teorías versus los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a parte de la población, jueces y expertos. En la entrevista, las variables a evaluar fueron los Años de la Actividad Actual, la Experiencia Adquirida y la Generación o Herencia. (Adaptado de "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género," por Fuentes García & Cañizares, 2010, p. 4).

Los Factores de Experiencia demuestran las habilidades adquiridas o aprendidas por el emprendedor o empresario ya sea por hechos vividos u observados, para Ronstadt, Robinson y Sexton (Como se cita en Martín et al., 2005, p. 132) el aprendizaje y las experiencia adquiridas son de gran importancia para el éxito en el mercado empresarial mejorando su toma de decisiones y obteniendo mejores resultados en el proceso de emprendimiento, a partir de esto se desarrollan variables como los años de actividad actual que García et al., (1997) definen como el tiempo o periodo que ha

transcurrido desde el inicio o creación de un emprendimiento realizando determinada actividad, la experiencia adquirida.

La experiencia para Mazaro y Varzin (2008) definen como una forma de conocimiento o habilidad derivados de la observación, de la participación y de la vivencia de un evento proveniente de las cosas que suceden en la vida, es un conocimiento que se elabora colectivamente y que se va desarrollando con el pasar de los años y la generación o herencia la cual es para Teixeira y Carvalhal (2013) las actividades o emprendimientos que se han desarrollado por varios años dentro de una familia, convirtiéndose así en una actividad tradicional que pasa de generación en generación.

A todo esto se suma el artículo la influencia del género y entorno de Justo et al., (2008) en el cual se mencionan que la experiencia universitaria es una de los factores en el cual la persona adquiere mayor experiencia, es por ello que uno de las variables asociadas de esta investigación es la experiencia adquirida, en el cual, el estudio realizado sobre los factores que condicionan el éxito o fracaso de las Pymes de Andalucía, añade que uno de los principales elementos para empezar un emprendimiento es conseguir experiencia mediante la observación de otras empresas, cotejando actividades positivas y excluyendo lo negativo para no realizar el mismo error en la empresa que se vaya a desarrollar (Cruz y Camargo, 2011; Diaz y Celis, 2011; Díaz et al., 2015; Gonzales y Rodriguez, , 2016; Escobar , 2012; Fernández y Valero, 2015; Formichella, 2004; Garcia et al., 2014; Gonzalez, Otero, Nakayama, y Marioni, 2009; Gouvêa y Niño, 2010; Hidalgo y Zunino, 2011; Hochsztain, 2015; Marulanda y Calle, 2009; Luquez et al., 2014; Mazaro y Varzin, 2008; Ortiz, 2013; Panosso, 2007; Pereira y De Conto, 2008; Pinassi, 2012; Robin et al., 2014; Rodrigues, 2011; Santocildes, Urquijo, y Elorriaga, 2012; Sen, 1998; Troncoso, 2009; Vicente y Melo, 2013).

En resumen, se destaca la importancia de conocer los años de la actividad actual y la herencia o generación del emprendimiento, las cuales también forman parte de las variables asociadas de los Factores de experiencia encontrados en la teoría de los Factores demográficos para esta investigación.

Sin embargo en el análisis realizado a las fuentes primarias y secundarios, después de cotejar la información adquirida, se ha demostrado que el factor de alta incidencia y que se tomara en cuenta para el desarrollo de esta investigación es la variable asociada de experiencia adquiridas la cual se ha visto reflejada en todas las investigaciones realizadas de este tipo con un nivel de influencia alto, este tipo de experiencia permite al empresario animarse por entrar al campo de Turismo y establecer la actividad a la que desea enfocar su negocio y su tipo de emprendimiento además, motiva al emprendedor la actualización y adquisición de nuevos conocimientos para así mejorar su actividad emprendedora (Cruz y Hormiga, 2012; Boschi y Torre, 2005; Castiblanco, 2013; CSanchez, 2010; Zevallos, 2008; Diaz, 2013; Espinoza et al., 2015; García et al., 1997; Tovar y Sánchez, 2015; Gómez y Arias, 2002; Goyanes, 2015; Henrici, 2007; Henríquez et al., 2010; Kelley et al., 2015; Lacoste y Navarrete, 2014; López, López, Chávez, y Espinoza, 2013; Mart, 1851; Fernandez, 2015; Mary et al., 2006; Montenegro, 2012; Nicol et al., 2012; Pereira, 2012; Pimentel, 2005; Teixeira y Carvalhal, 2013; Vera y Vera, 2013).

Figura 7. Comparación Gráfica de Barras con los Factores de Educación entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población**.**

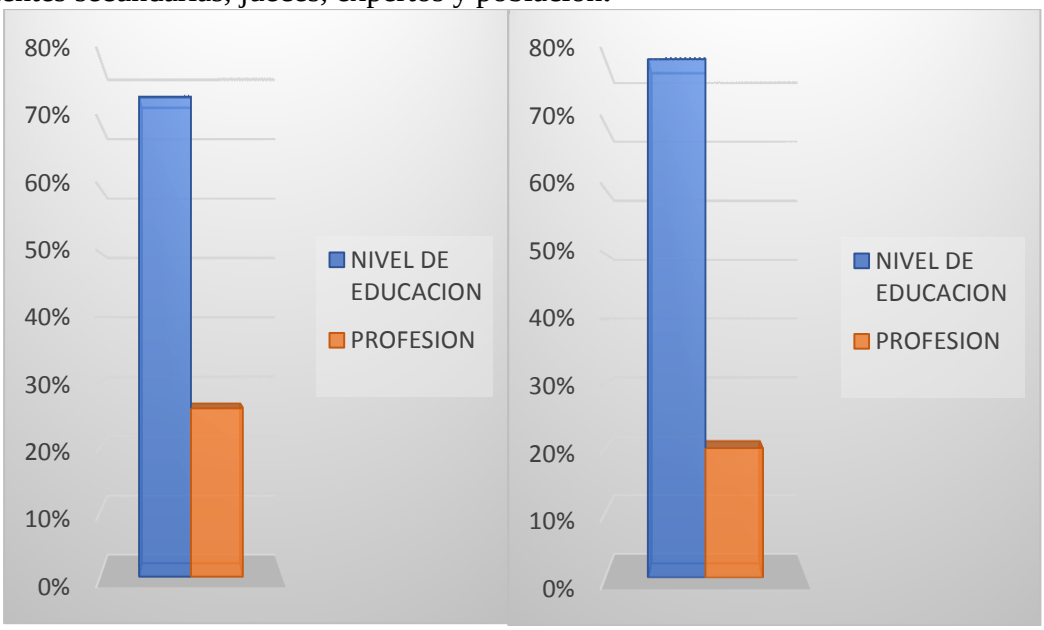


Figura 7. Análisis de los factores Financieros encontrados en teorías versus los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a parte de la población, jueces y expertos. En la entrevista, las variables a evaluar fueron el Nivel de Educación y la Profesión. (Adaptado de "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género," por Fuentes García & Cañizares, 2010, p. 4).

Los Factores de Educación estudiados en los artículos se encuentran representados en la Figura N.º 7, se aprecia que el 74% de las investigaciones consideran al nivel

de educación como un factor influyente en el fracaso de los emprendimientos, mientras que el 26% la profesión como factor poco influyente en el fracaso de los emprendimientos.

El siguiente cuadro muestra los factores encuestados y en el cual se muestra una concordancia de los resultados de las encuestas realizadas a expertos, jueces y población ya que se determina que el 80% de los encuestados consideran como principal factor influyente en un emprendimiento es el nivel de educación, por otro lado, la profesión alcanza el 20% de la población por lo que no se considerará en la investigación (Aparicio et al., 2013; Diaz y Celis, 2011; Escobar, 2012; Fernández y Valero, 2015; Formichella, 2004; Gómez, 2015; Ortiz, 2013; Osorio y Pereira, 2011; Pereira y De Conto, 2008; Santocildes et al., 2012).

Figura 8. Comparación de los Factores de Experiencia entre fuentes secundarias, jueces, expertos y población mediante Atlas.ti**.**

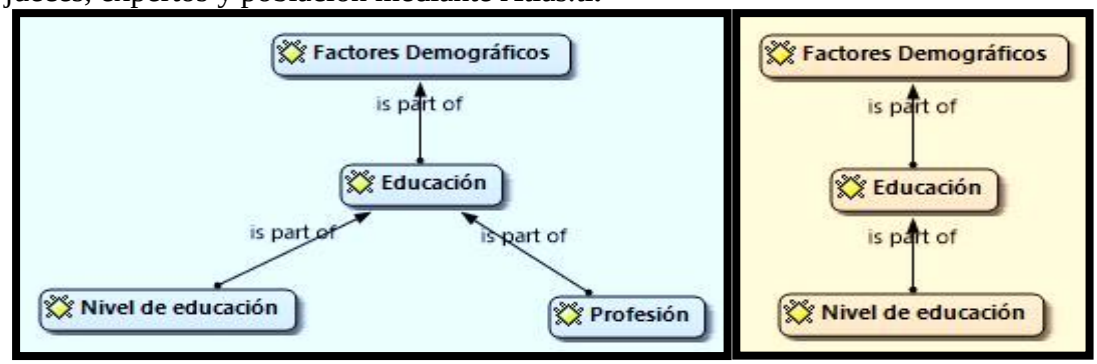


Figura 8. Organigrama de factores elaborados en Atlas.Ti encontrados en teorías versus los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a parte de la población, jueces y expertos. En la entrevista, las variables a evaluar fueron el Nivel de Educación y la Profesión. (Adaptado de "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género," por Fuentes García & Cañizares, 2010, p. 4)**.**

El estudio de la educación es una fuente clave para determinar la eficacia del emprendimiento, aunque toda persona pueda emprender el tener cierto grado de conocimiento en el área es de trascendencia para el éxito del emprendedor, esto no quiere decir que el empresario necesariamente debe tener un estudio formal, ya que existen muchas personas que deciden auto educarse en cierta área por motivación propia en este sentido (Formichella, 2004) hace referencia a que la educación infiere de forma positiva para que las personas tengan mayores actitudes al emprender.

Sin embargo el reporte de GEM (Como se cita en Osorio y Pereira, 2011, p. 15) menciona que el nivel de educación es muy precario y no motiva a las personas a emprender o especializarse en una rama determinada del conocimiento y que las personas se capacitan más de manera voluntaria que cuando se obliga. Por tal motivo se hace referencia a la importancia de incluir una "educación emprendedora" no solo en el marco Colombiano sino también en toda Latinoamérica, a partir de la educación se disparan variables como la de nivel de educación y profesión las cuales no necesariamente están ligadas como se ve en los conceptos de (Formichella, 2004; Osorio, Gálvez, y Murillo, 2010) en el que el Nivel de educación es cada una de las etapas que forman la educación de un individuo tomando como base un promedio de edad determinada el cual al finalizar se le otorga un certificado de acreditación del nivel en cuestión Formichella además menciona que el nivel de educación del empresario es de vital importancia ya que le permitirá desarrollar con eficiencia determinada actividad, ya que mientras mayor nivel de educación posea, mayor serán los conocimientos y destrezas que pondrá en práctica en su organización.

Mientras que la profesión es la actividad habitual de una persona, generalmente para la que se ha preparado, que, al ejercerla, tiene derecho a recibir una remuneración o salario, los autores sugieren que la actividad del emprendimiento debe tener relación con la profesión, ya que los conocimientos adquiridos serán de mucha ayuda para el desarrollo del emprendimiento. Sin embargo, en el Ecuador el emprendedor no necesariamente se encuentra ligado al nivel de formación que el ejerce ya que se ha encontrado personas con un nivel de formación primario o secundario que cuentan con emprendimientos de éxito medio en el sector y que se han sabido mantener en el tiempo (Zevallos, 2008; Cruz, Camargo, 2011; Gonzales y Rodriguez, 2016; Gonzalez et al., 2009; Hochsztain, 2015; Mazaro y Varzin, 2008; Panosso, 2007; Pinassi, 2012; Robin et al., 2014; Troncoso, 2009).

En el estudio llamado el éxito del emprendedor en tiempos de crisis menciona que el autor Thomas después de analizar la relación entre la educación y el emprendedor, analiza que el emprendedor universitario se arriesga menos porque desea mejores oportunidades, además desea adquirir mayor experiencia antes de realizar su propio emprendimiento, mientras que el articulo Perfil del emprendedor demuestra que la

educación tiene un efecto muy alto en el emprendimiento, esto se ve reflejado al momento de emprender.

Por lo tanto, el empresario con un mayor nivel de formación cuenta con un alto porcentaje de éxito o de mantener su negocio a flote en el mercado durante mucho más tiempo que las personas que no cuentan con estudios, o mantienen nivel de estudios inferiores, por lo tanto, el emprendedor que mejora su aprendizaje en el área correspondiente a su emprendimiento en este caso al sector de turismo lo conserva estable pese a las diferentes circunstancias que se puedan presentar (Cruz & Hormiga, 2012; Caputo y Gamallo, 2010; Cardona et al., 2008; Castiblanco, 2013; Castro et al., 2014; Sanchez, 2010; Diaz, 2013; Espinoza et al., 2015; Garza y Sánchez, 2015; Gessa y Toledano, 2011; Gómez y Arias, 2002; Goyanes, 2015; Henrici, 2007; Henríquez et al., 2010; Hidalgo y Zunino, 2011; Mart, 1851; Valencia, Montoya y Vélez, 2014; Matiz, 2009; Navarro, 2015; Nicol et al., 2012; Pereira, 2012; Vera y Vera, 2013).

2. Financiamiento de los emprendimientos turísticos

2.1. Concepto de financiamiento

El financiamiento y la financiación son la fuente de alimentación de una empresa o emprendimiento, para Bote, Such, y Escot (2005) es el obtener recursos necesarios los cuales serán destinados para la reestructuración o creación de una empresa , es decir adquirir la inversión inicial necesaria que permitirá realizar las actividades comerciales en el sector destinando, de igual forma Fred y Eugene (2008) mencionan que el financiamiento es adquirir en una entidad recursos monetarios para iniciar un proyecto, también para Haley (2004) el financiamiento consiste en sumas económicas obtenidas a través de préstamos para complementar recursos propios que son necesarios para crear o empezar una actividad económica, mientras que para Ross, Westerfield y Jordan (2004) es la forma de obtener capital para mantener a una organización estable y continuar con las actividades a las que se dedica en su sector.

Weston y Brigham (2006) creen que son fuentes por las cuales una organización obtiene fondos necesarios para realizar sus objetivos y metas; en consecuencia, el financiamiento es la capacidad que tiene un emprendedor para adquirir recursos económicos necesarios, los cuales serán útiles en la creación de su proyecto cubriendo los gastos iniciales de la actividad a la que vaya destinada su empresa.

Para emprender es necesario a parte de la idea tener los recursos monetarios necesarios para poder iniciar las actividades encaminadas a satisfacer una necesidad o el cumplimiento y desarrollo para el cual fue destinado la empresa, Quintana (2001) menciona que las estrategias financieras que se utilicen, principalmente las que son fuente de financiación, contribuyen a que una empresa se cree y crezca, Otero (2011) a lo largo de su investigación concluye que las empresas que se financian solo con fondos propios tienen menor nivel de crecimiento, pero, muchas de las ocasiones los emprendedores no cuentan con los recursos financieros necesarios para desarrollar su idea, para ello es necesario acudir a fuentes de financiamiento, los cuales permitirán solventar las operaciones y gastos iniciales con los cuales partirá el emprendimiento, Kantis (2009) en su estudio encontró que las empresas que innovan y son dinámicas tiene diversas formas de financiamiento y por

medio de ello aceleran el crecimiento, estos fondos son obtenidos de bancos, organismos públicos o sociedades, pero ¿cuáles son los tipos de financiamiento que existe? Para ello Escribano (2009) en su libro Gestión Financiera clasifica a las fuentes de financiamiento según la propiedad los cuales se dividen en recursos propios y ajenos, es decir; menciona la pertinencia de los fondos con los cuales se genera una empresa, y según la procedencia que se dividen en financiación interna o autofinanciación y financiación externa, la cual hace mención a ¿Cómo y dónde? Se obtienen los recursos recibidos.

2.2. Según la propiedad y pertenencia

Partiendo del financiamiento según la propiedad se derivan dos tipos, por un lado el recurso propio el cual como su nombre lo indica, es el recurso monetario de la persona que está creando el emprendimiento y por otro los recursos ajenos estos son tomados de terceros y existe la obligación de devolverlos en un tiempo determinado; y, según la procedencia como su nombre lo indica ésta clasificación hace referencia de donde viene la financiación que se nos otorga, a continuación se menciona las escritas por Escribano.

2.2.1. Recursos propios o financiamiento interno

El financiamiento interno como su nombre lo indica hace referencia al financiamiento que no acude a fuentes externas para financiarse, Escribano (2009) indica que es la que se consigue sin recurrir a fuentes externa de ninguna clase, como accionistas, bancos, proveedores, es decir recursos generados propios de la empresa, mientras que para Moreno y Sergio (2008) el financiamiento interno nace de la necesidad de inyectar capital y esto se lo puede hacer mediante el ingreso de nuevos socios, la venta de acciones, fusiones de empresas, aporte de socios por medio de mercaderías, bienes o en efectivo lo que concuerda con Ortiz (2004) y añade que también se puede financiar por medio de creación de reservas de pasivo y de capital; también Ramírez (2007) refiere que el autofinanciamiento supone una mayor autonomía y menor costo inicial.

El recurso propio lo describe Escribano (2009) como los recursos monetarios que provienen de los aportes que realizan los socios, propietarios o propietario del

emprendimiento, este tipo de recurso y de financiamiento no hay que devolverlo excepto por situaciones especiales como la liquidación de una sociedad.

2.2.2. Recursos ajenos o financiamiento externo

La financiación externa es mencionada por Ortiz (2004) el cual indica que es la forma mediante una institución obtiene recursos necesarios para financiar un proyecto, este se genera cuando los recursos internos no son suficientes, concordando con Moreno y Sergio (2008) los cuales refieren que son formas de adquirir recursos de manera externa y la más común es el crédito, para Garzozi y otros (2014) estas fuentes de financiación externa dependerá de grado de madurez del emprendimiento, Ramírez (2007) también refiere que el financiamiento externo aumenta las obligaciones y se puede realizar con proveedores, créditos con o sin garantías, aportaciones, etc.; en resumen el financiamiento externo es la forma de adquirir recursos de fuentes externas para el emprendimiento ,cuando la autofinanciación no alcanza generando una deuda.

Los recursos ajenos son obligaciones contraídas a cambio de recursos monetarios que se tendrán que devolver a un plazo determinado y en la generalidad de los casos generando un interés, Escribano (2009) la define como recursos que la empresa devolverá a corto, mediano o largo plazo y en la mayoría de casos con intereses. A partir de los recursos ajenos podemos hablar de recursos obtenidos a corto, mediano y largo plazo.

2.2.2.1. Corto plazo

Este tipo de financiamiento mencionado por Crespo (2010) hace referencia a la obtención de recursos monetarios que se otorgan en un plazo menor a un año, el autor menciona que generalmente el financiamiento a corto plazo es utilizado para cubrir las necesidades creadas por fluctuaciones temporales, mientras que para López (2013) permiten sostener los activos circulante de un emprendimiento, sin arriesgar los activos fijos, generalmente se obtienen de los proveedores en las cuentas por pagar de una empresa; es decir, el financiamiento a corto plazo permite solventar gastos en la compra y adquisición de materiales e insumos para el inicio de las

actividades económicas y estos tendrán que ser devueltos en un plazo menor a un año.

Para López (2013) este tipo de financiamiento contrae obligaciones las cuales se deben cancelar en el plazo menor a un año, consiste en conseguir fondos sin comprometer activos fijos como garantía, el crédito comercial es parte de este tipo de financiamiento. Ortiz (2004) añade que estos recursos se obtienen cuando el financiamiento interno no es suficiente y se requieren fuentes externas para complementar los recursos necesarios para iniciar un emprendimiento.

A continuación, se describe los tipos de financiamiento a corto plazo:

El crédito comercial para Escribano (2009) y Bolten (1992) aquel que se obtiene de los proveedores al no cancelar de inmediato, de esta forma representan recursos que pueden ser utilizados en un tiempo determinado y corto.

El descuento comercial es aquel que en la cantidad descontada se calcula sobre el total de la operación. (Escribano, 2009)

Prestamos bancario a corto plazo es para Escribano (2009) la obtención de recursos financieros otorgados por las entidades financieras en una duración inferior a un año, Bolten (1992) añade que es el préstamo al que recurren principalmente las empresas.

2.2.2.2. Mediano plazo

En muchos de los casos el financiamiento a corto plazo no abastece para la creación del emprendimiento para ello se puede conseguir el financiamiento a mediano plazo el cual es otorgado para adquirir insumos o materiales y solventar en ciertos casos inversiones más fuertes que se harán en la empresa, este tipo de financiamiento es mayor a 1 año, pero menor a 5 años en el cual la deuda debe ser cancelada mediante los ingresos mensuales del establecimiento.

En Tungurahua las instituciones financieras que otorgan este tipo de créditos son las cooperativas, mutualistas y bancos, las tasas de interés varían de entre el 9,33% anual hasta el 30,50% siendo estas la tasa activa efectiva máxima en el año 2016.

2.2.2.3. Largo plazo

este tipo de financiamiento es adquirido para el incremento de capital y financiar bienes inmuebles o también el arriendo de un local o adquisición de maquinaria para el autor Gitman (1986) mencionado por Domínguez (2006) es la adquisición del capital que utiliza la empresa para iniciar y financiar sus actividades, el autor menciona que existen dos tipos de financiamiento a largo plazo el de endeudamiento que se lo hace a través de instituciones financieras o mediante venta de bonos y por aportación que son la venta de acciones comunes y utilidades retenidas.

En síntesis, el financiamiento a largo plazo como su nombre lo indica es una deuda que se cubrirá en un periodo de entre 5 a más de 12 años y es utilizado para financiar las necesidades de adquirir maquinaria y equipos o bienes inmuebles necesarios para iniciar las actividades de un emprendimiento.

2.2.2.4. Empréstitos

Son grandes prestamos que precisamente por sus volúmenes, han de ser dividido en partes alícuotas, llamadas obligaciones, si el préstamo no se dividiese la empresa podría tener problemas para conseguir que un único prestamista le desembolse todo el dinero, la división de obligaciones permite la entrada de múltiples prestamistas y por tanto mayores facilidades para que la consecución de los recursos monetarios sean un éxito. (Escribano, 2009)

2.2.2.5. Ampliaciones de capital

Se describe a las ampliaciones de capital para Escribano (2009) como una de las fuentes principales de financiamiento y consiste en precisamente incrementar el capital.

2.2.2.6. Leasing

El leasing viene del Ingles que en español significa arrendamiento, Garzozi y otros (2014) mencionan que el Leasing es un contrato de arrendamiento que puede ser de bienes inmuebles o muebles por parte de una empresa a otra y que garantiza la compra del bien al final del contrato, para Almoguera (2009) consiste en un contrato

por el cual la entidad que realiza leasing otorga bienes para ser utilizados por el arrendatario el cual deberá pagar los gastos de mantenimiento y reparación, de igual forma Escribano (2009) menciona que consiste en que una empresa alquila a una sociedad de leasing un bien, acordando un pago periódico y con la oportunidad de adquirir el bien al finalizar el contrato.

2.3. Educación y formación en los emprendimientos turísticos

2.3.1. Educación y formación

La educación y formación para un emprendedor juega un gran papel ya que de esto depende las aptitudes y actitudes que pueda tener, y más aún importante la toma de decisiones que pueda realizar en el emprendimiento con el tiempo correcto, recursos necesarios y así garantizar la permanencia y crecimiento en el mercado; Al hablar de educación y formación no solo hacemos referencia al nivel educativo al cual un emprendedor ha llegado en escolaridad o si tiene títulos de tercer o cuarto nivel, más bien al conocimiento que ha adquirido mediante diversas fuentes de formación, ya sean estas capacitaciones, cursos, seminarios, educación continua, institutos técnicos o autoeducación el cual permite al emprendedor entender y saber las actividades que va a realizar en su emprendimiento.

Hay que tener en cuenta que la educación y formación van ligados con la experiencia, pero no son lo mismo, la experiencia se hablará en el capítulo siguiente; para ello la definición de educación dada por Rovayo (2011) indica que "es una herramienta que les permite a los individuos, adquirir conocimientos, desarrollar competencias técnico – genéricas, para suministrarse un sustento mediante un empleo, oficio u ocupación.

Esto implica que quienes son beneficiarios de la educación puedan, al concluir su formación, insertarse en el mercado laboral", mientras que, para otros Cruz, Batahona y Rodríguez (2009) "la educación, en todos sus niveles, desempeña un papel primordial en el desarrollo de una sociedad emprendedora. Desde el enfoque de la teoría económica ortodoxa, no sólo se atribuye el éxito o el fracaso empresarial a los factores materiales, sino que el capital humano es con frecuencia citado como factor determinante de la diferencia de la calidad en la utilización efectiva de los recursos".

Se menciona al Ecuador en un estudio realizado por el GEM en el cual se compara el índice de la actividad emprendedora TEA con el del resto de países, llegando Ecuador al tercer puesto de los 34 países analizados, este indicador hace referencia a que Ecuador es apropiado para iniciar un nuevo emprendimiento, sin embargo, existe un bajo nivel educativo solo el 28% de personas tienen estudios secundarios.

Tabla 3 Emprendimiento en el Ecuador investigación realizada por GEM

DETALLE	ECUADOR	COMENTARIO
• Índice de actividad emprendedora Total (TEA)	• 24.24%	Aproximadamente uno de cada 4 ecuatorianos piensa iniciar un negocio o lo ha hecho en los 42 meses anteriores
Tipo de emprendedor		
• Emprendedores por oportunidad • Emprendedores por necesidad • Relación TEA oportunidad/ necesidad • Relación del TEA hombre/ mujer	• 18.24% • 8.44% • 2.16% • 55% / 45 %	Es mayor la cantidad de emprendedores por oportunidad, con una distribución similar entre hombres y mujeres. Sin embargo, la relación del TEA oportunidad / necesidad 2.16% es bajo comparado con países como Brasil (5.6%)
• Nivel de estudios universitarios /secundarios	• 28%/48%	La educación tiene mayor incidencia en emprendedores por oportunidad.
• Mercado de nuevas empresas (local)	• 60%	El emprendedor en el Ecuador tiene una fuerte orientación hacia el mercado doméstico.
Empresas con oferta de producto Innovador		Apenas en 4% de empresas nuevas del país ha ofertado productos novedosos para sus clientes, cuando en Argentina el porcentaje es más del doble.
• Empresas nacientes • Empresas nuevas	• 19.66% • 4.41%	
Tipo de emprendimiento		
• Comercial • Transformación • Servicios • Extractivo	• 68% • 19% • 7% • 6%	Concentración en actividades Comerciales que no generan valor agregado.
• Porcentaje de empresas con más de 20 empleados	• 6.30%	Empleos esperados dentro de 5 años por empresa. Preocupante si países como Argentina superan el 25%
• Inversión Informal	• 1.78% DEL PIB	Se carece de fuentes de financiamiento de capital de riesgo.
Fuentes de financiamiento • Familiares cercanos • Amigos • Otras	• 64% • 23% • 13%	Se carece de fuentes de financiamiento de capital de riesgo.

Nota: Se puede observar el nivel porcentual de cada indicador del estudio como es el índice de actividad, tipo de emprendedor, nivel de estudios, mercado de nuevas empresas, empresas con empresas de producto innovador, tipo de emprendimiento, inversión Informal y fuentes de financiamiento.

2.4. Formación y desarrollo profesional

Desarrollo profesional es la educación que perfecciona a la persona para ejercer una especialidad dentro de una profesión. La educación profesional busca ampliar, desarrollar y perfeccionar a la persona para su crecimiento profesional en determinada especialidad dentro de la organización o para que se vuelva más eficiente y productiva en su puesto. Sus objetivos son menos amplios que los de la formación están ubicados en el medio plazo y buscan proporcionar conocimientos que trasciendan a los que exige el puesto actual, al prepararla así para asumir funciones más complejas. Se imparte en las organizaciones o en empresas especialidad en desarrollo de personal.

2.4.1. Formación profesional del emprendedor turístico

La formación profesional en el Ecuador cada vez se ha vuelto más importante, y más aún cuando se trata de un emprendedor turístico debido a la amplia gama de áreas en las que se puede emprender, para Parra y Calero (2006) la formación profesional del emprendedor en turismo es esencial para administrar adecuadamente una empresa ya que cada vez este tipo de empresario se debe adaptar a entornos cada vez más complicados, variados, dinámicos y con alta competencia.

El Ecuador ha crecido paulatinamente en el sector de turismo, gracias a la incursión del gobierno en este sector y al impulso dado al ser un eje transversal en la economía del país, las empresas turísticas generalmente se especializan en brindar un servicio de la empresa a clientes y que difícilmente son controlables o supervisados directamente, de la cual se espera llegar a una transacción que sea satisfactoria para las dos partes.

Para ello el emprendedor debe demostrar liderazgo para que motive al personal y cumpla con los objetivos empresariales, el emprendedor debe ser proactivo y tener el conocimiento adecuado para la toma de decisiones oportunas, adicionalmente Rosenberg (2008) menciona que la formación profesional debe ser adquirida mediante seminarios, conferencias en la cual es importante participar en grupos de trabajo absorbiendo la información adicional que en estos se presenta.

Los programas deben estar destinados a mejorar las capacidades de los directivos, Gomez, Balkin y Cardy (2008) creen que la formación en proceso es parte fundamental para proporcionar habilidades específicas para mejorar su rendimiento, Veciana (2003) añade que la formación empresarial de los emprendedores contribuye a reducir riesgos y aumenta el éxito del empresario.

2.4.2. Educación

En la investigación realizada por Cardona, Montes, y Villegas (2009) llamada una mirada desde la Educación y la Experiencia Laboral se menciona a Becker (1983), el cual señala que existen dos formas de educación, la general y la específica; por una parte la formación general es otorgada por la empresa y adquirida por el trabajador en el grado que la información es otorgada, mientras que la educación especifica fortalece la productividad del trabajador en un área determinada y solo en la empresa que otorgó la educación.

La educación es el eje transversal para la actividad emprendedora ya que desempeña la base primordial para una sociedad emprendedora, en el estudio se menciona el enfoque de la economía ortodoxa el cual atribuye a la educación tanto el éxito o fracaso del emprendedor, así como factor determinante en la óptima utilización de los recursos, Lorrain y Dussault (1998) mencionan en concreto que la característica principal de los emprendedores es que cuentan con un mayor nivel educativo.

Para Artiaga y Virginia (2011), mencionan que la clave para potencializar la innovación es la educación en emprendimiento, en Ecuador estudios realizados por el GEM en el 2008 y 2009 demuestran en sus resultados que la educación incide en la persona para que pueda emprender, sobre todo en aquellas personas que se fueron capacitando desde los inicios de su educación, es decir en la educación primaria y secundario y mucho más en aquellas personas que han recibido capacitación en emprendimiento, ya que han ido perfeccionando sus conocimientos y habilidades para luego ser ejecutados.

Para Gutiérrez (2011) en su investigación menciona que el ganador del premio Nobel de Economía, T. W. Shcultz (1985) cree que la educción genera nuevos empresarios y esto permite equilibrar la economía y generar nuevos emprendimientos, de igual

manera Carson (1991) analiza que el estudio universitario es una fuente que contribuye al crecimiento del emprendedor al contrario de las personas que no alcanzan esta formación. En el estudio de Kourilsky (1998), se pone en marcha una simulación con niños los cuales juegan a ser empresarios donde se demuestra que crecen en habilidades empresariales. Por otro lado, en el análisis de Gutiérrez (2011) se menciona que Carson cree que la educación no lo es todo, "señala que para un empresario la enseñanza superior no le es imprescindible.

Ser empresario no significa ser profesionalmente competente en todas las tareas empresariales (producción, administración, gerencia, comercialización, etcétera). Su tarea más bien consiste en conseguir para la empresa a profesionales competentes, delegar en ellos funciones específicas, dirigirles hacia el logro de los objetivos, motivarles, etc."

Castillo (1999) refiere que "la enseñanza de emprendimiento debe fundamentarse en la Acción Basada en la Teoría (en inglés TBA). Todos los trabajos anteriores se refieren a teorías y modelos desarrollados para ser aplicados en capacitación, bien sea estudiantes de cursos de Pre y Posgrado como a ejecutivos y emprendedores.

Los educadores de emprendimiento deben relacionar teoría con práctica". En este sentido, será necesario entonces que los facilitadores desarrollen actividades prácticas y vivenciales para que el entorno de aprendizaje sea favorable al estudiante, principalmente para el desarrollo de sus habilidades emprendedoras.

De tal forma tenemos datos con los niveles educativos del emprendedor en el ecuador basados en el análisis de la GEM de 2010 los cuales demuestran que el 27% de emprendedores tiene educación secundaria incompleta, el 33% secundaria completa, el 29% post secundario y solo el 13% cuentan con estudios universitarios.

Para Chiavenato (2007) la educación hace referencia a todo lo que la persona percibe del ambiente social y estos están adaptados a las norma y valores actuales de cada sociedad, de esta manera la persona adapta su conocimiento y asimila de acuerdo con las inclinaciones y pre disposiciones. Además, se menciona que la educación prepara al ser humano para la vida y el enfrentarse a los retos que se pongan en el camino.

2.4.3. Desarrollo de habilidades, destrezas y actitudes

El desarrollo de habilidades, destrezas y actitudes contribuyen al emprendedor y como este percibe su entorno, en su forma de tomar decisiones y atravesar los diferente problemas que se le presentan en la vida cotidiana, de tal forma que, para Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado y Amon (2011), creen que el desarrollo de habilidades, destrezas y actitudes van ir ligada estrechamente al desempeño en el puesto y marcara para posiciones futuras, esto fortalecerá las distintas áreas pata realizar tareas y operaciones.

Además, se menciona que es importante saber modificar y desarrollar las actitudes, transformando las negativas en positivas esto permitirá al emprendedor a saber tomar las decisiones adecuadas adaptándose al ambiente y a las circunstancias de cada problema, para ello es importante adquirir nuevos hábitos y actitudes.

Es importante, elevar la concreción de ideas y, mejorar la filosofía esto permitirá el desarrollo de gerentes que no piense solo en términos locales, sino más bien en el campo global.

Para Puchol (2011) los conocimientos que se pueden ampliar y desarrollar para administrar una empresa por más pequeña que aparente son la planificación, organización y control, la toma de decisiones, delegación, estudio de mercados, la compra y su gestión, gestión de inventarios, la venta y su gestión, el merchandising, la calidad de los servicios a los clientes, publicidad, promoción y relaciones públicas, la gestión financiera, contabilidad de gestión, fiscalidad, reglamentaciones legales, le gestión de recursos humanos, gestión de producción, el arte de negociar y el arte de comunicar; el desarrollo en estas habilidades permitirán entender y administrar de manera eficaz la empresa y todas las responsabilidades que conlleva ser un emprendedor.

2.5. Capacitación

La capacitación permite a la persona adquirir nuevos conocimientos y actualizarse en aquellos que ya tenía, para Astudillo, Carpio, Delgado y Amon (2011) la capacitación es parte de la educación profesional y esta permite al empresario

adaptarse al puesto o ubicación en el que se desenvuelve, la capacitación cuenta con objetivos a corto plazo, ya que se enfoca principalmente en proporcionar al emprendedor de elementos esenciales para dirigir y ejercer el puesto en el que se está desempeñando, esta es realizada por empresas especializadas en capacitaciones, es importante que la empresa también dote a sus trabajadores de capacitaciones tanto internas como externas, para que estos se adapten a las necesidades y requerimientos de cada área.

2.5.1. Contenido de la capacitación

La capacitación está destinada para ejercer y mejorar en el puesto que se desempeña la persona que tiene objetivos a corto plazo; Astudillo, Carpio, Delgado y Amon (2011) creen que esta información obtenida debe estar sujeto a un contenido específico mediante un conjunto de elementos y conocimientos, ésta debe estar destinada generalmente a información sobre el trabajo, a la empresa, productos o servicios, reglamentos y normas que se puedan dar en las diferentes áreas así como procesos, políticas empresariales o gubernamentales e involucra la adquisición de nuevos conocimientos.

2.5.2. Áreas de capacitación

El área de capacitación para el emprendedor es muy importante ya que principalmente se realiza el manejo de ciertos recursos administrativos los cuales permiten entender, mejorar y analizar la información de diferentes áreas de la empresa para Puchol (2011) esta información debe ser en las áreas de Mercadeo, Servicio al Cliente, Contabilidad, Tributación y Finanzas, Planificación Estratégica y Administración Informática, TICs, Calidad, Motivación, Gestión del Talento Humano, Innovación, Liderazgo y Trabajo en Equipo.

2.6. Perfil del emprendedor

El perfil del emprendedor se generaliza por sus actitudes, conocimientos y habilidades de las cuales se hablará a continuación dando una idea clara de que se entiende por emprendedor y su perfil

2.6.1. Actitudes

Las actitudes son parte fundamental para el emprendedor ya que de ellas depende el tomar las iniciativas y el comportamiento frente a los problemas encontrados, para Nieto (2012) las actitudes empresariales como la confianza o conocerse a sí mismo son la base que permite al emprendedor convertir sus ideas en empresas, de igual forma le permite asumir riesgos, ser crítico resolver problemas encontrados tener iniciativa y ser creativo para mejora y administrar su emprendimiento.

2.6.2. Conocimientos

Parte fundamental de todo emprendedor, esta determina el área en el que se desenvuelve o inicia su emprendimiento, Nieto (2010) hace referencia a que la carrera estudiada determina el mundo laboral, sin embargo, cree que los aprendizajes obtenidos no siempre se relacionan con la iniciativa empresarial, aunque esta formación general permite un conocimiento empresarial y sus procesos.

2.6.3. Habilidades

Para Hisrich (1988) mencionado por Gutiérrez (2011), cada emprendedor tiene características y perfiles diferentes lo cuales le hacen únicos dentro de esto tenemos habilidades diferenciadoras de cada emprendedor como la habilidad de presentación, planificación en la cual incluye el diseño e implementación de planes de negocios para el emprendimiento, comunicación, trabajo en equipo, las cuales son ejes esenciales y transversales para un emprendedor.

2.7. Experiencia

2.7.1. Conceptualización de la experiencia

La experiencia se manifiesta según (Cardona, Montes, Vasquez, Villegas, & Tatiana, 2009) desde sus inicios en la investigación de capital humano en 1958, Jacob Mincer manifestó un marcado interés por el efecto que ejerce la capacitación o aprendizaje en el trabajo y el aumento de los ingresos. El entrenamiento formal es mucho más difícil de medir que el entrenamiento proporcionado en la experiencia laboral; por cuanto este último va creciendo en la misma medida que aumenta la experiencia en

el mercado laboral, mientras que la primera se muestra en una forma cóncava (Mincer, 1958: 291)

El conocimiento adquirido empíricamente a lo largo de los años, proporciona más seguridad en la realización del trabajo y en la toma de decisiones, logrando mayor productividad laboral; es el capital humano adquirido a través de la experiencia, el cual se aprende en el lugar de trabajo y en el día a día y es diferente al capital humano que se desarrolla en el sistema educativo a través de niveles de escolaridad, pero ambos son importantes para el desarrollo de competencias laborales y evolución de la vida profesional de la persona. Sin embargo, la experiencia es una característica con la cual se eleva el desempeño laboral, además da una mayor probabilidad de conseguir empleo.

Las experiencias son las habilidades adquiridas y capacidades aprendidas de un individuo, que lo hacen potencialmente acreedor de la especialización del trabajo; existen trabajadores competentes, pero sin estudios formales, que no disponen de un mecanismo que reconozca los aprendizajes adquiridos en su experiencia de trabajo, afectando así su movilidad y trayectoria laboral.

La experiencia del individuo ha sido una de las variables que, en un mayor número de ocasiones, se ha mostrado significativa en la distinción entre empresarios con éxito y sin éxito (Cruz, Barahona, & Rodriguez, 2009) (Cooper et al., 1994; Burke et al., 2000 y 2002; Capelleras et al., 2004). La experiencia tiene que ver con el inicio de alguna actividad empresarial durante la juventud, esto provocará una mayor propensión al inicio de otra actividad emprendedora (Ikei, 1997; Wandosell y García, 2004).

A todo ello hay que añadir que los emprendedores con alguna experiencia gerencial adquirida anteriormente tienden a crear un negocio con crecimiento más rápido que los individuos sin experiencia previa (Capelleras et al., 2004).

También, aquéllos con experiencias anteriores más variadas tienen mayor probabilidad de crear su propio negocio. A este efecto, un dato importante es que la característica común de la mayoría de los emprendedores europeos que crearon sus

empresas en el año 1995 era su pasado como trabajadores especializados o directivos en otras empresas.

Por tanto, todos tenían un considerable conocimiento y una cierta experiencia empresarial comprobada de los negocios (Fernández y García, 2003).

2.7.2. Experiencia laboral previa

La experiencia laboral previa para Quintana (2001) es una variable crítica en la decisión de crear la empresa. Así, los individuos tienden a emprender actividades que estén relacionadas con las ya realizadas anteriormente, fundamentalmente las de tipo técnico.

En este sentido, un área potencial de problemas es la carencia de una experiencia "equilibrada" (Dickson, 1974), esto es, la posesión de abundante experiencia de carácter técnico, pero no gerencial; a pesar de esto se ha contrastado que el poder explicativo de esta variable con relación al éxito es creciente a medida que la complejidad tecnológica y el tamaño de la empresa son mayores (Roure y Maidique, 1990; Butt y Kahn, 1996). Los empresarios más viejos son generalmente más cautelosos y conservadores (Lafuente, Vaillant y Gómez, 2011).

2.7.3. Influencia de la experiencia laboral previa y el emprendimiento

Según García y Jiménez (2012), la experiencia laboral previa puede afectar el crecimiento empresarial. Particularmente, la experiencia previa como directivo y como emprendedor. Para Capelleres y Kantis (2009), la experiencia previa del empresario influye en el tiempo empleado para el proceso de creación de una nueva empresa, otro factor analizado como determinante del éxito de las empresas es la motivación que lleva a emprender (Sastre, 2013).

El éxito se relaciona positivamente según Barra, (2007) con el nivel de formación, la participación en proyectos anteriores y la experiencia comercial; hay determinadas características del empresario que influyen en los resultados si bien todas relacionadas con la experiencia previa y los conocimientos previos del emprendedor.

2.8. Emprendimiento Turístico

2.8.1. Teoría sobre el Turismo

Para definir lo que es emprendimiento turístico primero debemos saber de dónde viene etimológicamente la palabra turismo la cual Olmos defiende que tiene su origen en el grand tour viaje que realizaban los jóvenes Aristócratas en el siglo XVII, a ellos con el tiempo se les empezó a llamar turistas y a sus desplazamientos, turismo cuando estas palabras se castellanizaron aparecieron los términos turistas y turismo.

García menciona acerca del turismo que son actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos uno de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (Olmos y García 2011).

El turismo es un fenómeno que ha sido objeto de diversas conceptualizaciones con enfoques divergentes y puntos de encuentros. No obstante, aparecen un conjunto de términos comúnmente empleados para su definición, tales como viaje, cambio de lugar, estadía temporal, relaciones y fenómenos sociales. Durante las últimas décadas los enfoques relativos al mismo han ido evolucionando con respecto a aspectos tales como: Los movimientos temporales de personas (viajes) o desplazamiento de viajeros. La significación económica del turismo como actividad productiva. El alcance psico-sociológico, cultural y ambiental. Los componentes operacionales del proceso de turismo. (Alcover, Martinez, Rodriguez, & Dominguez, 2004).

En cuanto a los motivos del viaje, siempre que no sea el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado, pueden ser los siguientes:

- Ocio, recreo y vacaciones.
- Visitas a parientes y amigos,
- Negocios y motivos profesionales
- Tratamientos de salud
- Religión y peregrinaciones
- Otros motivos (familiares, estudios, etc.)

La organización mundial del turismo también definió los tipos de turismo. Así con relación a un país dado, se pueden distinguir los siguientes tipos de turismo:

- Turismo Interno o domestico: el de los visitantes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.
- Turismo receptor: el de los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.
- Turismo emisor: el de los visitantes residentes que viajan fuera del territorio económico del país de referencia.
- Turismo interno o domestico: es el de los visitantes residentes que viajan dentro del territorio.

Según el diccionario de la real academia de la lengua española es un conjunto de bienes o mercancías que se presentan que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado por lo que la oferta turística, siguiendo esta definición sería el conjunto de servicios presentados en el mercado turístico con un precio concreto y en un monto determinado.

Para la definición exacta de oferta turística no solo deben incluirse los servicios que se prestan sino también otros elementos como los prestadores de estos servicios (empresas turísticas), los elementos principales de la atracción (recursos turísticos) y una serie de elementos básicos sin los cuales no podría desarrollarse el sector turístico (infraestructura turística) (Alcover, Martinez, Rodriguez, & Dominguez, 2004).

¿Por qué es necesario el estudio del turismo para emprender los negocios turísticos? En cualquier área de la actividad humana los conocimientos referidos a la actividad que se desempeña son muy importantes, pero en el caso particular del turismo, por tratarse de una actividad sumamente compleja y dependiente de las actitudes y los comportamientos humanos a través de los cuales llegan al visitante todas las prestaciones, es un factor clave para el éxito, una inversión que muchos no saben valorar e incluso la consideran como un gasto en que incurre la empresa. Grave error y alto riesgo para la gestión eficiente de las actividades turísticas, pues el empirismo,

la improvisación, la falta de desarrollo de habilidades y capacidades conducen inevitablemente al fracaso. (González M, 2009).

Uno de los primeros referentes del uso del término en la literatura es atribuido a la obra del escritor francés Stendhal H. B., publicada en 1838 como "Memorias de un Turista", la cual está referida a sus viajes por Francia. Otro concepto estrechamente relacionado al turismo en el término vacaciones, el cual está referido al descanso temporal de una actividad que realizamos de forma habitual, particularmente al finalizar una etapa determinada de trabajo remunerado o de estudios; se supone que su origen etimológico procede del latín "vacatio" (tiempo libre de ocio) o "vacare" (tiempo libre, disposición de tiempo para hacer algo).

La definición pionera por su connotación y aceptación es la aportada por los profesores suizos Kurt Krapf y Walter Hunziker (1942) quienes definen el turismo como el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa.

Otras perspectivas importantes sobre esta definición son aportadas por expertos como el profesor M. Figuerola, quien presenta al turismo como un bien inmaterial que causa satisfacción, refiriendo que se trata de un bien escaso, no al alcance de todos. Reconoce que la actividad turística proporciona utilidad desde el momento en que satisface una necesidad inmaterial, siendo la utilidad turística la cualidad que poseen los bienes para satisfacer deseos humanos, razón por la que genera las riquezas que proporcionan utilidades. Desde la dimensión económica el citado autor define al turismo como un acto que presupone un desplazamiento que conlleva un gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir la satisfacción y servicios que se ofrecen mediante una actividad productiva generada por una inversión previa (Figuerola, 2000).

Finalidad del turismo con base en el elemento fundamental de turismo alrededor del cual gira todo el sistema a poner en contacto directo al individuo con su medio natural al universo puede considerarse que la finalidad principal del sistema turístico es la de proporcionar la infraestructura los medios y las facilidades para el cumplimiento de dicho cometido buscando de esta manera la satisfacción individual

creando nuevas expectativas de conocimiento se interesó mejorando la calidad de vida proporcionando la integración de pueblos y como finas secundarios crear una estructura socioeconómica sólida contribuyendo al desarrollo económico cultural de los pueblos (Ramírez C., 2006).

Turismo y concepto de ágil el turismo debe observarse en relación con una serie de conceptos afines al tiempo de que hay que distinguirlos de los mismos, el primero de ellos es el conocido como tiempo libre o freetime es decir el tiempo disponible que resta al individuo una vez finalizada su jornada laboral las tareas y obligaciones domésticas y las actividades necesarias para la supervivencia. (Pulido & Antonia, 2011).

Modelos de planificación turística es generalmente asumido que la planificación turística deben tenerse como un proceso sistemático y continuó en el tiempo a lo largo de la cual se encadena sucesivas fases interrelacionadas entre sí con las que pretende abordar la consecución del conjunto de objetivos establecidos Días y otros autores 2006 se trata por tanto de un proceso circular de continuar retroalimentación a pesar de este acuerdo respecto a la filosofía de los procesos de planificación se puede su puesta en práctica ha dado lugar a diferentes modelos de planificación turística algunos de los cuales serán analizados sucintamente a continuación planificación estratégica el denominado enfoque estratégico de la planificación se fundamenta en la identificación y resolución de las cuestiones claves que afectan en un determinado territorio en aplicarse actividades que requieren un impulso decidido a un cambio orientación a medio y largo plazo la planificación estratégica es menos global que la planificación convencional más selectiva en sus contenidos y en la teoría más ágil en su implementación los estrangulamientos que frenan el aprovechamiento del potencial de desarrollo endógeno del territorio y pueden generarse nuevas oportunidades de negocios.

Modelos de planificación turística es generalmente asumido que la planificación turística deben tenerse como un proceso sistemático y continuó en el tiempo a lo largo de la cual se encadena sucesivas fases interrelacionadas entre sí con las que pretende abordar la consecución del conjunto de objetivos establecidos Días y otros autores 2006 se trata por tanto de un proceso circular de continuar retroalimentación

a pesar de este acuerdo respecto a la filosofía de los procesos de planificación se puede su puesta en práctica ha dado lugar a diferentes modelos de planificación turística algunos de los cuales serán analizados sucintamente a continuación planificación estratégica el denominado enfoque estratégico de la planificación se fundamenta en la identificación y resolución de las cuestiones claves que afectan en un determinado territorio en aplicarse actividades que requieren un impulso decidido a un cambio orientación a medio y largo plazo la planificación estratégica es menos global que la planificación convencional más selectiva en sus contenidos y en la teoría más ágil en su implementación los estrangulamientos que frenan el aprovechamiento del potencial de desarrollo endógeno del territorio y pueden generarse nuevas oportunidades de negocios (Pulido & Antonia, 2011).

Diversos conceptos acerca del turismo para concretar una definición aproximada del término es útil conocer primero su raíz etimológica antes de intentar un somero análisis de los significados que a lo largo del tiempo le han asignado los estudios de la materia encontramos que las raíces TOUR Y TURN no proceden del latín ya sea de sustantivo tornus (torno o del verbo tornare girar en latín vulgar) cuya connotación resultaría sinónimo de viaje circular (De la Torre, 2012).

La formación de la necesidad turística consideramos importantes dedicar atención especial a la investigación de las causas que crean la necesidad de los desplazamientos temporales ya que aun cuando estas parecen con tanta naturalidad a la personalidad del hombre en muchas ocasiones son el mero capricho o la seducción de una publicidad debidamente conducida de lo de terminar tomar decisiones de satisfacer el profesor que fue el primero en estudiar los motivos que su juicio impulsa al hombre a viajar agrupándolos de las siguientes maneras a conocer a otros países de diversas civilizaciones otros pueblos con culturas diferentes de proporcionar reposo o curación disfrutar paisajes de belleza singular de concurrir a centros de devoción religiosa asistir a un lugares de manifestaciones políticas.

Una definición del producto turístico es la proporción a Fabio Cárdenas Tabares (1982) al señalar que es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para que el turista logro en confort material y espiritual en forma individual o en una gama amplia de combinaciones a qué llamamos turismo el conjunto de bienes y

servicios que consume el turista se relaciona como todos con los consumos directos e indirectos asociados a su viaje turístico. (Ascanio, 2012).

2.8.2. Teoría del emprendedor

Emprender Finley (1990) lo describe como alguien que se Aventura a una nueva actividad de negocios Say (1800) citado por Drucker (1989) lo clasifica como un buen administrador en cambio para el académico emprender es un vocablo que denota un perfil un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permite mostrar ciertas competencias para visualizar definir y alcanzar objetivos.

Así mismo Shefsky (1997) y Baumol (1993) y todo este por Ibáñez (2001) señala que el término se utiliza es utilizado para describir a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que de manera definitiva vienen de rutinas y prácticas mayoritariamente aceptadas del individuo que se caracterizan por su capacidad de crear e innovar, es decir salen de la costumbre y hacen cosas diferentes para mejorar la forma de visualizar al emprendedor.

La opinión de los atores se asemeja al momento de conceptualizar al emprendedor es el caso de Steinohoff, Burgess (1993), Siropolis (1990) y Druker (1989), se refieren al emprendedor como la persona que hace negocios exitosos que desarrollan nuevas ideas y formas de enfocar el mercado otros le confieren al emprendedor la capacidad de utilizar adecuadamente los recursos disponibles tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997) lo define como aquel que se especializa en asumir la responsabilidad de las decisiones sobre la localización , uso de bienes y recursos de instituciones es decir como un agitador y aprovechador de información y recursos que tiene la facultad de detectar oportunidades de negocio para aprovecharlas.

Dicen que el emprendedor además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que para Morris y Kuratko (2002) maximizan sus resultados factibles “agrega valor” a todo proceso o actividad en la que interviene otros autores señalan que el emprendedor es capaz de concentrarse en ciertos aspectos del medio que lo rodea y que le permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y materialización de oportunidades; agregan qué es un alquimista peculiar

que toma un sueño propio y lo transforma en algo espléndido y real por lo cual tiene" dinamismo creativo".

La opinión de Harper (1991) lo identifica como una persona capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo concepto de negocio es decir tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance gracias a su autoconfianza.

Para complementar la conceptualización Shumpeter (1934) afirma que la innovación se desarrolla a partir de la capacidad para emprender por lo tanto los emprendedores no son necesariamente capitalistas de administradores de inventores ya que finalmente se trata de la persona con capacidad de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados es decir innovar con ellos. (Alcaraz & Rafael, 2006)

Además, para Campos (1997) la existencia de paro se debe más a la escasa reacción de empleo que al propio entendimiento natural de la población laboral a la propia destrucción de puestos de trabajo con lo que un factor fundamental y difícilmente sustituible de la generación de empleo es la acción empresarial y más concretamente a través de la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales como nuevas empresas en cuanto a la innovación.

El emprendedor en su búsqueda sistemática de oportunidades de crear un valor para el cliente y de esta manera mejorar la calidad y disponibilidad; precisa introducir novedades y crear riqueza para ti y para la sociedad como se pone de manifiesto en la propia participación del empresario y de los inversores en los beneficios generados por la empresa y en el acceso a los puestos de trabajo y a sus rentas por parte de quienes son empleados en ellas, si bien hay que tener en cuenta que la creación de riquezas por parte de las empresas exigen la asunción de riesgos y su transformación. (Gonzales F. , 2012).

Para Nueno (1994) existen los emprendedores marginales que forman la inmensa mayoría y son aquellos cuyas iniciativas suelen fracasar o tener escasa repercusión, otra segunda categoría son los emprendedores con potencial personal que no fracasan pero crean y desarrollan su empresa en torno a sus capacidades personales

de manera que desaparece con ellas y por último están los emprendedores con verdadero potencial personas capaces de generar iniciativas con verdadero y propio potencial de desarrollo; empresas que sobrevivirán por sí mismas sin necesidad de la presencia del emprendedor es de esta última categoría en la que debe centrarse el interés de la investigación a pesar de ser la más escasa.

El éxito según Bhide (1996) depende de la propia actitud del emprendedor hacia su futuro y la nueva empresa y de la idea que está se sustenta distinguiendo entonces cuatro tipos de emprendedores especulativo, de forma de vida o superviviente, de plusvalía y de futuro.

Tabla 4 Tipología de los Emprendedores

TIPO DE EMPRENDEDOR	ACTITUD DE EMPRENDEDOR	IDEA	EMPRESA
Especulativo	Busca beneficios rápidos No busca realmente crear una empresa	Nada sustentable Sin importancia	Tapadera Basada en el negocio Sin continuidad vida corta
Forma de Vida	Una salida a una situación Una forma de generarse la vida Aprovechar los conocimientos, la experiencia, situación	Poco sustentable Poco original	Vinculadas Fuerte dependencia del emprendedor Suelen desaparecer al retirarse del emprendedor
De plusvalía	Busca consolidar la empresa y venderla cuando alcanza un valor	Sustentable Oportunidades nuevas actividades Con futuro aparente	Vida media a larga Fuerte dependencia de la idea
De futuro	Buscan crear empresas que se renueven a lo largo de varias Generaciones.	Muy sustentable Actividades con mucho futuro	Vida muy larga Importancia de la cultura corporativa Estrategias muy trabajadas

Nota: Se muestra el tipo de emprendedor con cada uno de los elementos clasificadores que son: actitud, idea y empresa los mismos que lo identifican o catalogan en un emprendedor especulativo, forma de vida, plusvalía o de futuro.

Como se analizó en el cuadro anterior el emprendimiento se basa de acuerdo al tipo de emprendedor, sin embargo estas características no determinan el área en que se establecerá el emprendimiento turístico, de tal forma el emprendedor especulativo con el emprendedor de futuro podrían crear una empresa en el sector de alimentación sin embargo, el especulativo solo deseara buscar beneficios rápidos es decir en corto plazo mientras que, el de futuro desea un negocio que sea trascendental y dure por generaciones , es decir a largo plazo.

2.8.3. Mitos del emprendedor

Es necesario en este estudio conocer lo que se dice sobre el emprendedor y sin embargo no llega hacer cierto; estos comentarios se los ubica en la categoría del mito (Ripolles, 1995; Timmons, 1999; Rondstadt, 1985), determinan que existe un sin número de mitos sobre el emprendedor entre los cuales podemos destacar como más habituales los siguientes:

Figura 9. Gráfico de mitos sobre el Emprendedor



Nota: Se puede identificar 6 tipos de mitos sobre el emprendedor.

El emprendedor nace y no se hace Ripolles (2005) define que no cualquier persona puede iniciar un negocio propio sino nació con las cualidades suficientes para iniciar dicha actividad; sin embargo el emprender es un conjunto de actividades y actitudes

que se van desarrollando a lo largo de la vida ya sean adquiridos o aprendidas mediante auto educación o aprendizaje continuo, otro mito menciona que el emprendedor con talento triunfa rápido sin embargo muchos de los emprendedores que han triunfado han fracasado más de una vez; el emprendedor debe ser joven y enérgico, ciertamente en la actualidad existen muchas posibilidades para que un recién graduado inicie su propio emprendimiento y tenga éxito; sin embargo la edad no es un limitante para emprender.

2.8.4. Errores más frecuentes del emprendedor

Primer error: Idea más dinero igual a empresa, naturalmente una buena idea es el conocimiento de todo el proceso de creación, pero dista mucho de ser la antesala del éxito. El emprendedor con frecuencia se deja llevar por el entusiasmo él cree tener la mejor idea para montar una empresa que necesariamente los demás sobre todo los futuros clientes la encontrarán igual de genial y sucumbir a ella; no se preocupan en analizar la idea ni averiguar si es inicialmente viable, si merece la pena elaborar un plan de empresas de proyecto empresarial sobre ella es más hasta consideran este innecesario cuando según ellos lo único que precisan es el dinero para empezar actuar; si lo consiguen creerán en la improvisación y los sueños (Veciana 1997; Olamendi, 1998).

Segundo error: el síndrome del claro que cambiarán; el emprendedor cuando pone en marcha la nueva empresa guiando sólo por el entusiasmo no concibe que la respuesta del público no sea similar a la que el intuía o esperaba y aun así sigue convencido de haber actuado con racionalidad y oportunidad y lo único que hace falta es un poco más de tiempo para que los clientes que según él poseen su misma racionalidad, oportunidad y se percaten de la genialidad de su producto; no se da cuenta de que la empresa es la que debe adaptarse a las circunstancias del mercado y el entorno y no al revés.

Tercer error: dificultad para asumir las propias limitaciones; el emprendedor a veces se crece y se deja llevar por la arrogancia, aunque los demás le adviertan y los hechos le demuestran lo contrario él seguirá sin asumir sus limitaciones; esto hace que algunos emprendedores pretendan competir por el éxito con otros que ya están en el

mercado; diseñando su empresa sin tener en cuenta cuáles son sus auténticas capacidades.

Cuarto error: la amistad mal entendida; es muy habitual cuando se buscan socios, compañeros de viaje para un proyecto de empresas basarse en una amistad; un buen amigo puede ser un pésimo socio.

Una empresa sin jefes donde todos son iguales y en la que no se definen los roles y se marcan las competencias puede fracasar; la amistad es para las relaciones personales, pero no como base para una nueva empresa. (Veciana 1997; Olamendi, 1998).

Quinto error: en la empresa entramos todos; hemos visto como la mayoría de las empresas en España son pequeñas y microempresas y que uno de los motivos exigidos para crear una empresa es crear un futuro laboral para los hijos, es decir casi todas las nuevas empresas caen desde sus inicios en un rápido proceso de familiarización que en el mejor de los casos acaba en una empresa familiar y en la mayoría en empresas familiares desaparecidas ; en la nueva empresa sólo deben entrar los imprescindibles y si son realmente útiles en la estructura de la empresa lo cual no significa que basta con ser conyugue hijo o pariente.

Sexto error: valorar a la innovación sólo de forma positiva; es muy importante que toda nueva empresa plantee una innovación, pero debe considerarse no como un fin, sino como un medio que posibilite el éxito como un valor añadido y una ventaja competitiva; para ello debe revisarse continuamente y orientarse hacia la satisfacción de la clientela.

Séptimo error: la creencia extendida de que el negocio es del producto la empresa; es bastante más que el producto que vende una organización, una forma de hacer las cosas, un capital humano, unas instalaciones, cultura y valores; todo ello determinará la supervivencia de la empresa de hecho el producto puede hacerse obsoleto encontrarse sin demanda pero la empresa puede continuar en el mercado, buscando nuevas estrategias o cambiando el producto de comercialización.

CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3. Metodología

3.1. Enfoque de la Investigación

Cuantitativa

La investigación cuantitativa Rodríguez (2005) rata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede.

3.2. Modalidad de Investigación

Transversal

Una investigación es transversal cuando posee un diseño que recolecta datos de un solo momento, en un tiempo único; tiene como propósito describir variable y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

3.3. Nivel de Investigación

Explicativa

La Investigación Explicativa tiene un proceso orientado no solo a describir o hacer un mero acercamiento entorno a un fenómeno o hecho especifico, sino que busca establecer las causas que se encuentran detrás de este, se basa principalmente en establecer él porque y para que de un fenómeno.

3.4. Modelo Metodológico de la Investigación

Podemos entender como metodología a la disciplina del conocimiento que según Rodríguez (2005) se encarga de elaborar, definir y sintetizar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que se desarrollan o se aplican durante la investigación; lo que concuerda con la opinión de Hernández, Fernández y Baptista (2006) que define a la metodología como la forma o el procedimiento que el investigador utiliza para llevar acabo un fin específico; Horsford y Bayarre (2008) concluye que es una ciencia que aporta un conjunto de métodos, leyes, procedimientos, que garantizan la solución de los problemas científicos de manera eficiente.

Figura 10. Cuadro de Fases Metodológicas para la Investigación Primera Parte

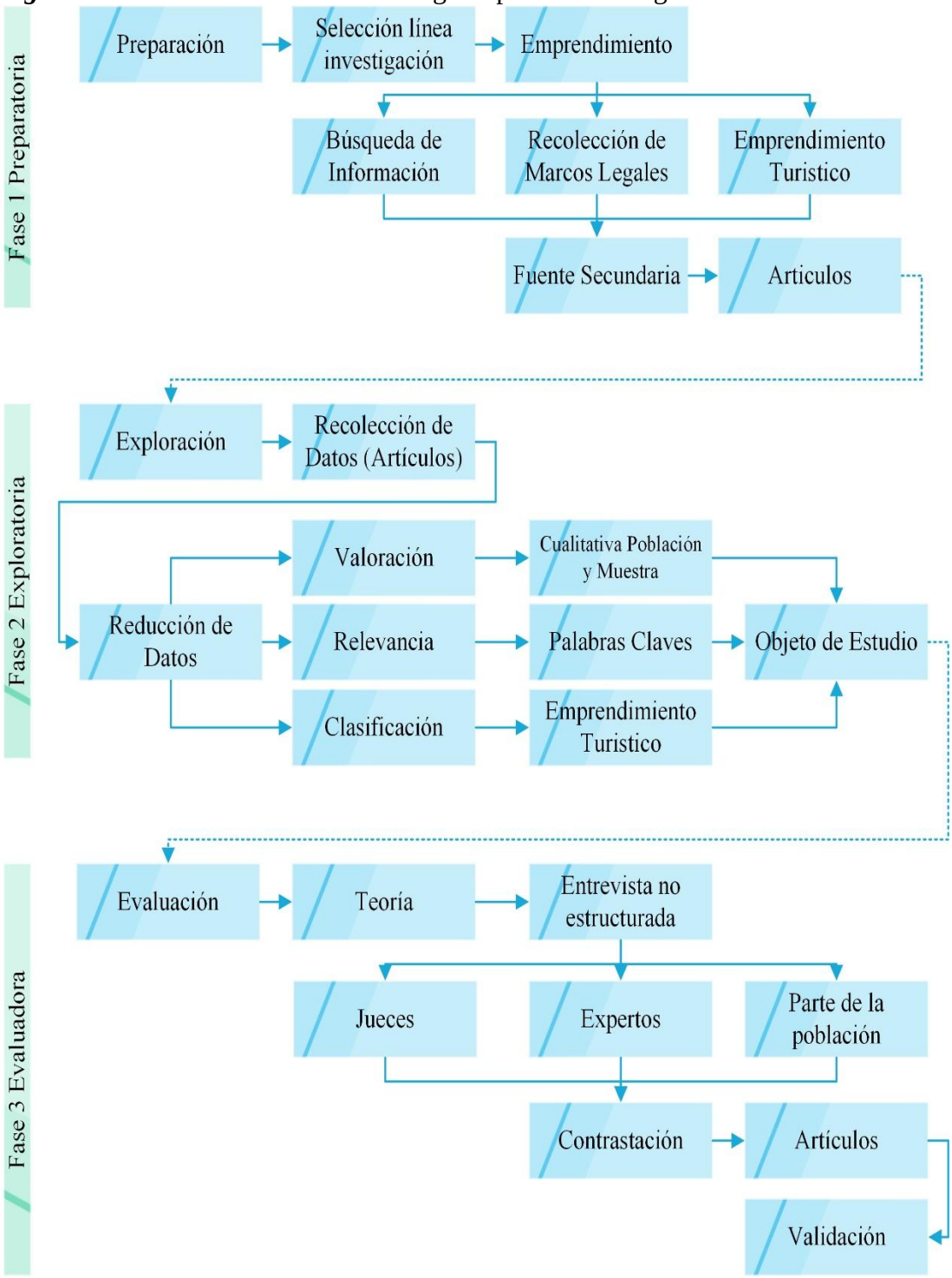


Figura 10. Esquema de Fases Metodológicas para la Investigación realizado por fases, la primera es la fase preparatoria, segunda la fase exploratoria, la tercera la fase evaluadora las cuales se ha realizado de forma independiente, pero que se relacionan entre ellas para el análisis de las diferentes etapas de la investigación y sus resultados.
Elaborado por: Neto y Ng.

Figura 11. Cuadro de Fases Metodológicas para la Investigación Segunda Parte**.**

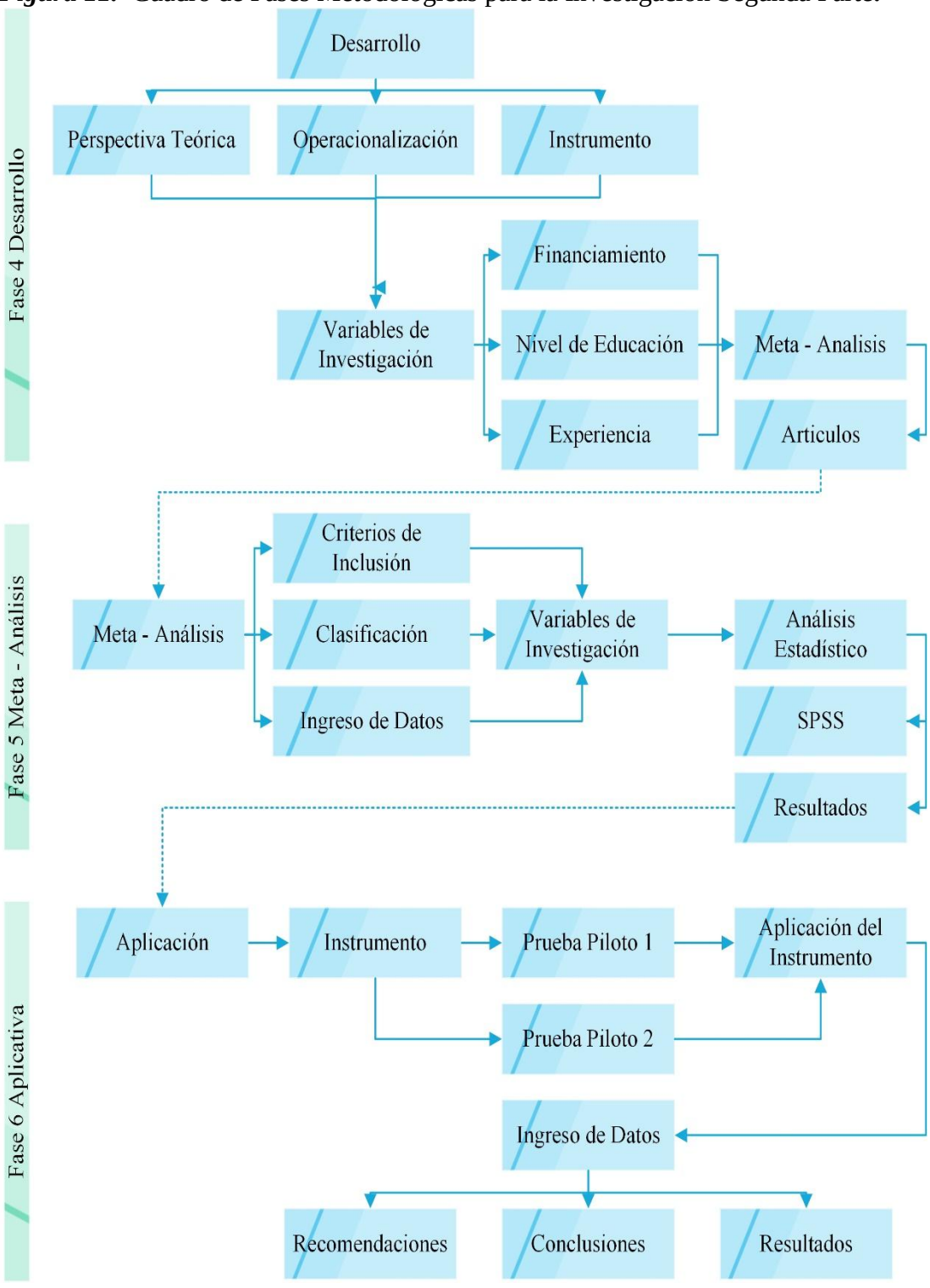


*Figura 11***.** Parte dos del *e*squema de Fases Metodológicas para la Investigación realizado por fases, la cuarta es la fase desarrollo, quinta la fase de análisis y finalmente la fase aplicativa las cuales se ha realizado de forma independiente, pero que se relacionan entre ellas para el análisis de las diferentes etapas de la investigación y sus resultados.
Elaborado por: Neto y Ng.

La metodología consta de seis fases determinadas de la siguiente manera: en la Fase de Preparación en esta fase se determinó la línea de investigación que es Emprendimientos turísticos para la obtención de información acorde a la línea determinada , se obtuvo de fuentes secundarias artículos científicos y marcos legales de bases digitales, plataformas, bibliotecas virtuales y repositorios como Scopus, Redalyc, Scielo, repositorios UTA, PUCESA, ESPE, Bibliotecas del Ecuador COBUEC ; dentro de la Fase Exploración se procedió a recolectar datos importantes para la investigación de los 200 artículos científicos y de esta manera se extrajo información de relevancia que permitió determinar palabras claves, población de Estudio y factores demográficos que afectan a los emprendimientos turísticos.

En la etapa evaluadora se determinó la teoría principal que se basa en un modelo de rasgos personales y la propensión a la creación de empresas de Shane 2003 y Hernangomez 2005 que fue la base para la elaboración de una entrevista no estructurada que fue aplicada a jueces, expertos y parte de la población de estudio para la validación de la misma; como resultado se obtuvo una contrastación entre la información de los artículos y la opinión de los entes de la validación que determina como factores demográficos principales al financiamiento, la educación y la experiencia como influyentes en la creación de emprendimientos.

Dentro de la fase de desarrollo se elaboró el instrumento de evaluación que es la encuesta tomando en cuenta a las variables de estudio y su respectiva operacionalización; para la evaluación de las variables se realizó un metaanálisis con la información recolectada de los artículos científicos.

Para complementar la investigación en la etapa o fase meta-analítica se tomó en cuenta criterios de inclusión que se clasificaron y se registraron en una base de datos del programa SPSS tomando en cuenta cada variable de estudio.

Finalmente, en la fase Aplicativa se realizó dos pruebas piloto al 10% de la población para hacer valido el instrumento y proceder a la aplicación definitiva a una muestra de 337 emprendimientos turísticos divididos en las áreas de alimentación, alojamiento, recreación diversión y esparcimiento y agencias d viajes y transporte turístico de los cantones más representativos de la provincia como son Ambato,

Baños, Pelileo y Patate que se determinaron mediante una matriz de Ventaja Competitiva.

Todos los datos obtenidos se procesaron en el estadístico SPSS y para obtener los resultados se utilizó el modelo de análisis de correlaciones Bivariadas y Parciales.

3.5. Búsqueda y recopilación de fuentes primarias

Al referirnos a la búsqueda y recopilación de fuentes primarias Alfonso (2008) estamos hablando en detectar y obtener la bibliografía que contenga información relevante y necesaria para la investigación, que aporte en el estudio o en la creación de un nuevo conocimiento; a lo que complementa Gonzales (2009) que las fuentes primarias contienen información de primera mano cómo: libros, revistas científicas y técnicas, artículos, tesis, ponencias en congresos, diarios, conferencias, memorias, documentos oficiales, etc.; es decir todos los datos obtenidos de primera mano que tengan información verídica y confiable.

Para la metodología se utilizó el catastro de los emprendimientos turísticos de Tungurahua 2016 con información detallada y explicita que nos otorgó el Ministerio de Turismo y la Cámara de Comercio de Tungurahua, esta información fue analizada y comparada entre datos del 2011 al 2016 lo cual permitió encontrar y analizar las empresas que ya no se encuentran activas en la actualidad y constituirá la muestra; hasta el 2016 existen 2960 empresas las cuales constituyen la población de empresas turísticas de la provincia según el catastro de la CAPTUR Tungurahua, las cuales se encuentran distribuidas en 9 cantones, estas son Ambato, Baños de Agua Santa, Cevallos, Mocha, Patate, Pelileo, Pillaro, Quero y Tisaleo, a su vez estas se clasifican en hoteles, hosterías, residencias, pensiones, restaurantes, cafeterías, bares, discotecas, salas de recepciones y banquetes; agencias de viajes y turismo; complejos o centros recreacionales turísticos y transporte turísticos, los cuales pertenecen a las Áreas de Alimentación; Alojamiento; Recreación, Diversión y Esparcimiento; Agencias y Transporte Turístico.

Además, se recopiló 200 artículos de las plataformas, bibliotecas virtuales y repositorios como Scopus, Redalyc, Scielo, repositorios UTA, Pucesa, Espe, Bibliotecas del Ecuador COBUEC, etc.; donde se hallaron investigaciones que abarcan temas sobre el emprendedor, emprendimiento y turismo que fueron la base

del estudio ya que permitieron determinar los factores que influyen en el emprendimiento turístico.

3.6. Selección y evaluación teórica de jueces y expertos

La selección y evaluación teórica de jueces y expertos es una etapa de la investigación que según Alfonso (2008) nos menciona que la selección y evaluación teórica de jueces y expertos tiene como objetivo principal evaluar, ratificar y validar mediante una encuesta o entrevista una teoría o un modelo que se va a plantear o regir la investigación Bernal (2010) concuerdan que en esta etapa es muy importante ya que los encargados de validar la teoría son los expertos y jueces que tienen conocimiento en el ámbito en el cual se está desarrollando la investigación.

Una vez leídos y analizados los artículos, seleccionamos la teoría de Shane (2003) y Hernangómez et al. (2005) acerca del Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas como se identifica en la figura 12.

Figura 12. Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas Shane (2003) y Hernangómez et al. (2005)

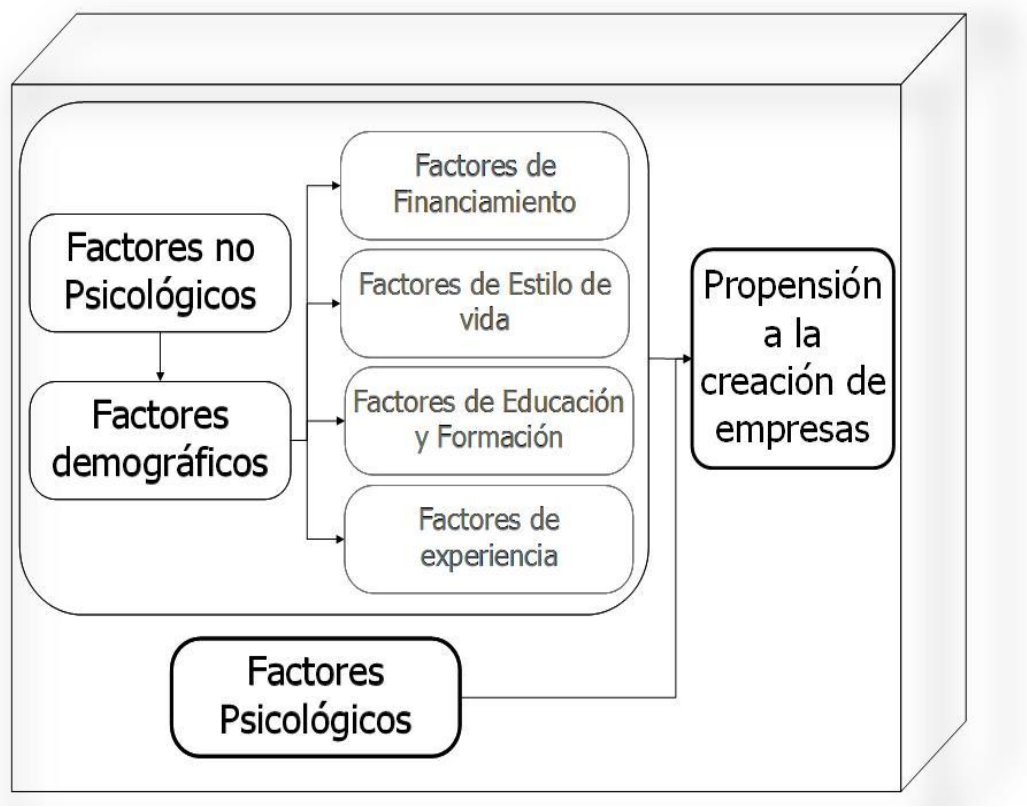


Figura 12: La gráfica muestra las relaciones entre atributos del individuo que influyen en el valor esperado de la oportunidad y, en consecuencia, de la probabilidad de que el individuo se lance a explotarla. Se separan los factores psicológicos y no psicológicos del individuo.

Tomando en cuenta que la teoría de Shane (2003) y Hernangómez et al. (2005) Se trata del Modelo de rasgos personales y la propensión a la creación de empresas, se elaboró una entrevista no estructurada que se aplicaría a jueces, expertos y un porcentaje de la población de estudio con el objetivo determinar cuáles son los factores demográficos que consideran que son determinantes en el éxito o fracaso de los emprendimientos en la provincia de Tungurahua. El formato de la entrevista no estructurada se presenta en Apéndice A.

Para la validación de la teoría se realizó la entrevista no estructurada a jueces como Representante de la cámara de comercio, Director de CAPTUR, Coordinador de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Ambato , Docentes de la Carrera de Turismo y Representantes del Ministerio de Turismo; a expertos se envió 20 correos electrónicos con la entrevista no estructurada a los autores nacionales e internacionales que han realizado publicaciones de artículos y revistas sobre emprendimientos turísticos; como resultado se obtuvo respuestas favorables de 10 de ellos y para determinar la muestra de la población se utilizó un nivel de confiabilidad del 99% con un margen de error del 1% y se realizó la entrevista a 50 emprendedores de los 2960 determinados por la CAPTUR y el Ministerios de Turismo de Tungurahua.

3.7. Población y Muestra

El concepto de población y muestra según Gutiérrez (2010) se centra en "qué y quienes" es decir en los sujetos, objetos, sucesos o comunidades de estudio; la muestra es un subgrupo de la población del cual se recolecta los datos y debe ser representativo de dicha población.

3.7.1. Procedimiento para sacar la muestra

La provincia de Tungurahua cuenta con 2690 emprendimientos registrados en la base del Ministerio de Turismo de Tungurahua 2016 clasificados de la siguiente manera: 712 emprendimientos pertenecientes Alojamiento, 1608 de Alimentación, 156 de Recreación, diversión, Esparcimiento y 224 referentes Agencias de Viajes y Transporte Turístico.

Con la información recolectada se procedió a calcular la muestra por cada estrato tomando como base la seguiste formula estadística:

n = $\sum_{i=1}^{l} N_I P_I Q_I$/NE+$\frac{1}{N}\sum_{i=1}^{l} N_I P_I Q_I$ en donde:
N= Tamaño de la población total
N_I = Tamaño de la población uno
n = Tamaño de la muestra total
P_I = Proporción de la categoría en estudio
Q_I = 1 - P_I
E= Error de Estimación E= $d^2/z^2_{1-a/2}$
a = 0,05
$1 - a/2$ = 0,975
$z_{1-a/2}$= 1,96
$z^2_{1-a/2}$ = 3,841
d = límite para el error de estimación

Tabla 5 Cálculos para determinar la muestra

ESTRATOS	**Ni**	**P¡**	**Q¡**	**P¡Q¡**	**N¡P¡Q¡**	**W¡**	**n¡**	**n¡**	**10% n¡**
Alojamiento	712	0,500	0,500	0,250	178,000	0,264684015	89,2	89	9
Alimentación	1608	0,500	0,500	0,250	402,000	0,597769517	201,4	202	20
Recreación, diversión, espaciamiento	146	0,500	0,500	0,250	36,500	0,054275093	18,3	18	2
Agencias de viajes y transporte turístico	224	0,500	0,500	0,250	56,000	0,083271375	28,1	28	3
TOTAL	2690				672,500			**337**	**34**

Nota: cuando no se determina los valores de la proporción de la categoría en estudio (P_I) se asigna el valor de 0,5 y cuando no se conoce el límite para el error de estimación (d) se trabaja con 0,05

$$n = 672{,}500/1{,}750846133819310 + 0{,}25 = 672{,}500/2{,}000846133819310$$
$$= 336{,}1078 \cong 337$$

Al realizar los cálculos correspondientes obtenemos una muestra de 337 emprendimientos de la provincia de Tungurahua dividido en: 89 de alojamiento, 202 de alimentación, 18 de recreación, diversión, esparcimiento y 28 agencias de viajes y transporte turístico.

Para determinar los cantones más representativos de la provincia se realizó una Matriz de Ventaja Competitiva; Alonso (2008) es una matriz de ventaja competitiva

permite determinar o seleccionar áreas más representativas de un estudio, tomando en cuenta características que sobresalen al darles un valor determinado.

Se determinó 5 de los 9 cantones de la Provincia de Tungurahua para aplicar el instrumento mediante una Matriz de ventaja competitiva, tomando en cuenta el número de emprendimientos existentes en cada catón.

3.8. Operacionalización de la Variable

El esquema está basado en el Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas Shane (2003) y Hernangómez et al. (2005), específicamente en los factores no psicológicos de los cuales se derivan los factores demográficos de financiamiento educación y formación y experiencia que a su vez contiene los indicadores pertinentes.

Figura 13. Modelo Grafico de la Operacionalización

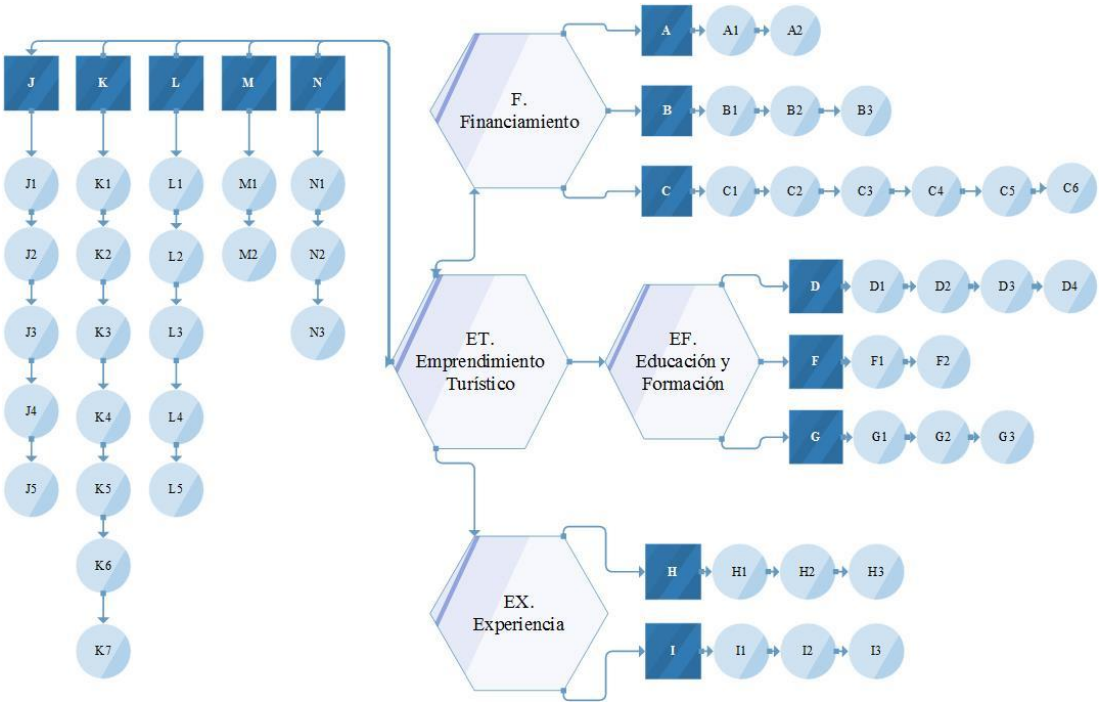


Figura 11: el cuadro es la representación gráfica del modelo de las variables asociadas al emprendimiento turístico (et.), en el cual se derivan el financiamiento (f.), educación/formación (ef.) Y experiencia (ex.) Los cuales cuentan con indicadores etiquetados con las letras a, b, c, d, f, g, h, i, j, k, l, m, n y sus respectivos sub índices que representa al sub indicador, para mayor detalle ver Apéndice B.
Elaborado por: Ng y Neto.

El indicador de Financiamiento (F.) está compuesto por tres indicadores los cuales son Propiedad y Procedencia (A.) con dos subindicadores, el Plazo (B.) con tres subindicadores y el Sistema de Financiación (C.) con seis subindicadores; la variable de Educación y Formación(EF.) con sus indicadores Formación y Desarrollo (D.) con cuatro subindicadores, Capacitación (F.) con dos subindicadores, Perfil (G.) con tres subindicadores, la variable de Experiencia (Ex.) con sus indicadores de Experiencia Laboral Previa (H.) con tres subindicadores y la Influencia en el Emprendimiento (I.) con tres subindicadores y finalmente la Línea de investigación Emprendimiento Turístico (ET.) con el indicador Tipo de Turismo(J.) con cinco subindicadores, Oferta Turística (K.) con siete subindicadores, tipo de emprendedor (L.) con cinco subindicadores, Razón del Emprendimiento (M.) con dos subindicadores y finalmente la Capacidad del Emprendedor (N.) con tres subindicadores. Para mayor detalle ver Apéndice B.

Prueba Piloto N.º 1

Tabla 6 Análisis de los Ítems de la prueba piloto N°1

Dimensión	**Código**	**N.º**	**Ítem**	**Observación**
Emprendimiento	E1	1	Tipo emprendimiento	No cambia
Emprendimiento	E2	2	Área	No cambia
Emprendimiento	E3	3	Cantón	Cambia
Financiamiento	E4	4	Préstamo/crédito	Cambia
Financiamiento	F1	5	Institución financiera	No cambia
Financiamiento	F2	6	Plazo créditos	No cambia
Financiamiento	F3	7	Motivo deuda	Cambia
Financiamiento	F4	8	Importancia financiamiento	Cambia
Financiamiento	F5	9	Razón no deuda	Cambia
Educación y formación	Ef1	10	Nivel de educación	Cambia
Educación y formación	Ef2	11	Estudios secundarios	Unifica
Educación y formación	Ef3	12	Estudios universitarios	Unifica
Educación y formación	Ef4	13	Importancia formación profesional	Cambia
Educación y formación	Ef5	14	Importancia educación	Cambia
Experiencia	Ex1	15	Área capacitación	No cambia
Experiencia	Ex2	16	Tiempo emprendimiento	No cambia
Experiencia	Ex3	17	Razón abandonar trabajo	No cambia
Experiencia	Ex4	18	Importancia experiencia laboral	Cambia
Experiencia	Ex5	19	Importancia experiencia anterior	Cambia
Sociodemográfico	Ps1	20	Edad	No cambia
Sociodemográfico	Ps2	21	Sexo	No cambia
Sociodemográfico	Ps3	22	Clase social	No cambia
Sociodemográfico	Ps4	23	Ingreso mensual	No cambia

Nota: Cada ítem se encuentra clasificado por su dimensión, código, número, nombre y observación que se ha presentado luego de realizar la primera prueba piloto.

La prueba piloto se la realizó a 34 emprendedores de la provincia de Tungurahua, divididas en 9 de alojamiento, 20 de alimentación, 2 de recreación, diversión, esparcimiento y 3 agencias de viajes y transporte turísticos.

Prueba piloto N. º 2

La prueba piloto se la realizó a 34 emprendedores de la provincia de Tungurahua, divididas en 9 de alojamiento, 20 alimentaciones, 2 de recreación, diversión, esparcimiento y 3 agencias de viajes y transporte turísticos.

Tabla 7 Análisis de los Ítems de la prueba piloto N°2

Dimensión	**Código**	**N.º**	**Ítem**	**Observación**
Emprendimiento	E1	1	Tipo emprendimiento	No cambia
Emprendimiento	E2	2	Área	No cambia
Emprendimiento	E3	3	Cantón	No cambia
Financiamiento	E4	4	Préstamo/crédito	No cambia
Financiamiento	F1	5	Institución financiera	No cambia
Financiamiento	F2	6	Plazo créditos	No cambia
Financiamiento	F3	7	Motivo deuda	No cambia
Financiamiento	F4	8	Importancia financiamiento	No cambia
Financiamiento	F5	9	Razón no deuda	No cambia
Educación y formación	Ef1	10	Área estudios	No cambia
Educación y formación	Ef3	11	Importancia formación profesional	No cambia
Educación y formación	Ef4	12	Importancia Educación	No cambia
Educación y formación	Ef5	13	Nivel de educación	No cambia
Experiencia	Ex1	14	Área capacitación	No cambia
Experiencia	Ex2	15	Tiempo emprendimiento	No cambia
Experiencia	Ex3	16	Razón abandonar trabajo	No cambia
Experiencia	Ex4	17	Importancia experiencia laboral	No cambia
Experiencia	Ex5	18	Importancia experiencia anterior	No cambia
Sociodemográfico	Ps1	19	Edad	No cambia
Sociodemográfico	Ps2	20	Sexo	No cambia
Sociodemográfico	Ps3	21	Clase social	No cambia
Sociodemográfico	Ps4	22	Ingreso mensual	No cambia

Nota: Cada ítem se encuentra clasificado por su dimensión, código, número, nombre y observación que se ha presentado luego de realizar la segunda prueba piloto.

3.9. Validación de contenido

La validación de contenido es la etapa de la investigación en la que según los autores Perez, Yabar y Amaro (2010) se refieren a que los instrumentos de medición estén constituidos y formados que de tal modo permitan medir los aspectos que se requieren; la validación de contenido está basada esencialmente y por necesidad en el discernimiento y debe formularse un juicio independiente en cada situación.

Para proceder con esta etapa el grupo de investigadores utilizamos como instrumento de validación el META-ANÁLISIS que según Villar (1999) es un programa estadístico que basa su análisis en la recolección sistemática de información de artículos que intervienen directamente en la investigación; para luego realizar una comparación de información disponible y así un análisis estadístico de la

información seleccionada, estos análisis permiten la combinación y generalmente presentan una medida de efecto global.

3.9.1. Introducción al meta- análisis

El emprendimiento turístico en Ecuador, específicamente en la provincia de Tungurahua ha aumentado paulatinamente gracias al enfoque del gobierno en el turismo como eje transversal de la economía, sin embargo, el emprender se ve afectado por variables las cuales son determinantes para constituir un emprendimiento, de esta forma los factores demográficos de financiamiento, experiencia y educación afectan a la formación de empresas.

A partir de los factores demográficos mencionados se recolectó varios estudios de diferente fuentes, las cuales sirvieron para realizar un meta análisis el cual es un método investigativo relativamente nuevo, Glass en 1976 define al meta análisis como el proceso de combinar varios resultados de estudios relacionados obteniendo una conclusión clara y concisa de lo estudiado, a su vez se realiza un comentario, análisis y comparación de los ensayos relacionándolos de forma cuantitativa y cualitativa.

Para realizar el meta análisis de investigaciones previas hay que establecer de forma generalizada a donde se quiere llegar, o que datos se quieren obtener, lo cual permite integrar los resultados de varios estudios previos, es decir obtener un único resultado de todas las investigaciones previas obtenidas. De esta manera el meta análisis se convierte en una herramienta de gran importancia para el análisis cuantitativo de revisiones teóricas que estructuran y ordenan de forma coherente los datos (Olmos, Lourdes; Garcia, Rafael, 2011).

La Metodología del análisis consiste en obtener resultados mediante la prueba de Mantel-Haenszel que se basa en el análisis de Odds Ratio, es utilizado para variables dicotómicas que solo pueden tomar dos valores (por ejemplo: si o no; éxito o fracaso), y pueden estar clasificadas por estratos, se analiza en una tabla de dos por dos en la cual el resultado se encuentra entre 0 y 1, mientras más cerca este de 1 existe mayor probabilidad a que un hecho se produzca.

3.9.2. Etapas del Meta-Análisis

Figura 14. Etapas del Meta- Análisis

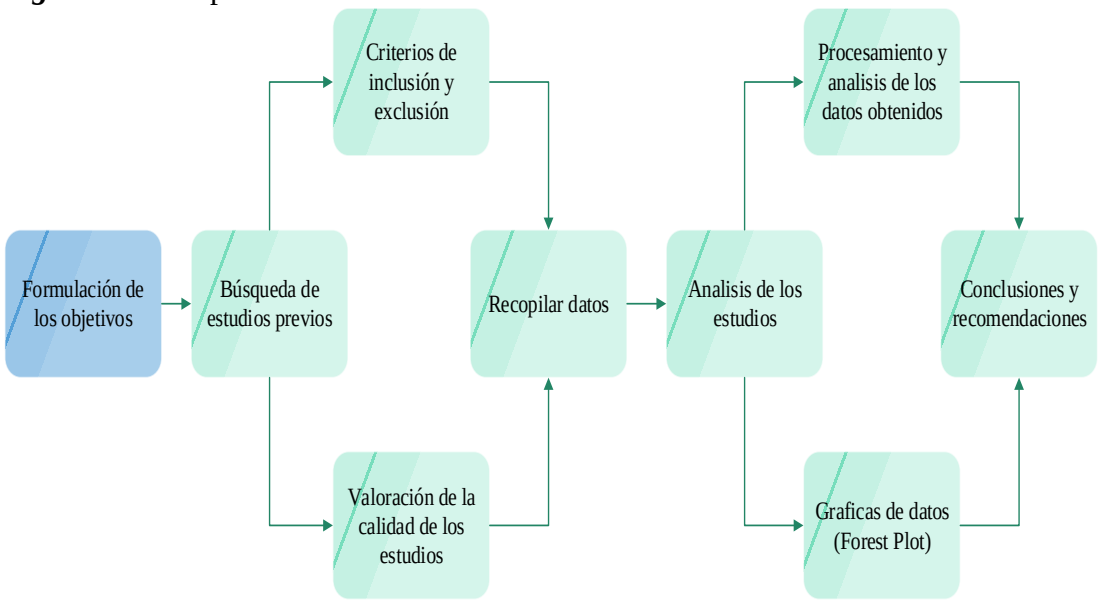


Figura 14: El meta- análisis cuenta con nueve etapas las cuales se desarrollan y se analizan de manera consecutiva obteniendo un resultado en cada una de ellas, que aportara en el cumplimiento de los objetivos planteados.
Elaborado por: Neto y Ng.

Las etapas del meta análisis elaboradas por Céspedes inicia mediante la formulación de objetivos en los cuales se hace una búsqueda de estudios previos que sean referentes al área de conocimiento, en nuestro caso los emprendimientos turísticos son la base de estudio, derivándose en las variables de financiamiento, Educación/formación y la experiencia previa qué tiene el emprendedor para formar su pequeña o mediana negocio. estos estudios son analizados y se los incluye o excluye de acuerdo a los datos de referencia de los mismos, los que más se acerque a nuestra investigación y a las variables englobadas, también se los valora de acuerdo a la calidad del estudio, después de haber clasificado y seleccionado los estudios analizar se recopilan los datos de cada uno para el análisis global de los datos de las fuentes de información obtenidas, estos datos son ingresados para obtener resultados más certeros mediante odds de ratio, los mínimos y máximos de esta información nos permiten elabora la gráfica de Forest plot y finalizando con las conclusiones y resultados de la investigación.

Para este investigación y la variable de financiamiento se recolectó 200 artículos de los cuales se incluyó 44 que reunían las características necesarias, esta será el estudio

de financiamiento en el emprendimiento para lo cual los estudios previos deben analizar emprendimientos sin importar el género del emprendedor y que hayan conseguido cualquier tipo de financiamiento para iniciar sus actividades contrastando con los emprendimientos que no hayan necesitado financiamiento para iniciar sus actividades está presente el análisis de las variables dicotómicas en el cual se evalúa mediante el método de efecto aleatorio debido a la heterogeneidad de las investigaciones previas.

Se empezó recopilando una base de datos de Scopus la cual sirvió para afianzar la investigación mediante artículos indexados de financiamiento en el emprendimiento y como afecta esta variable en el emprendedor para validar los documentos se utilizaron las características y las palabras claves del artículo tales como emprendimiento, turismo, financiamiento los cuales permitió descartar y aceptar diferentes documentos recolectados, se procedió a la lectura, interpretación y recolección de datos para posteriormente ser ingresados y analizados en el meta-análisis mediante odds de ratio con las variables descritas como Sin financiamiento y con financiamiento en contraste con el emprendimiento turístico lo que permitió ver como estudios analizan el efecto del financiamiento sobre el emprendimiento turístico.

El gráfico de forest plot reveló que los emprendimientos que cuentan con financiamiento tienden a perdurar por mayor tiempo en contraste a los que no cuentan o pueden acceder a fuentes de financiación, lo que demuestra que este factor es una variable que afecta en gran medida al emprendimiento turístico.

La educación y formación es la segunda variable de estudio en la cual se identificó factores como el nivel de educación, capacitación y formación de los emprendedores se planteó el bajo/alto nivel de educación frente al emprendimiento turístico.

3.9.3. Análisis y Cuadros del Meta- Análisis

Para desarrollar el meta análisis se recolecto artículos de fuentes primarias de diferentes bases de datos para las áreas de financiamiento, educación y formación, experiencia en el área de emprendimiento turístico, para la primera área de financiamiento se encontró 200 artículos de los cuales según el criterio de inclusión

mencionado anteriormente seleccionaron 44 artículos que concordaban con estudios previos en la categoría de financiamiento en el emprendimiento turístico como España ,Costa Rica, México Y Colombia, mediante la herramienta STATA se realizó el análisis de los artículos obteniendo un odds de ratio de 1.993 y un valor $p < 0.05$ demostrado en la figura 11, este resultado afirma que el emprendimiento turístico se ve afectado altamente por el financiamiento que se obtenga de las diferentes instituciones bancarias , según los estudios previos.

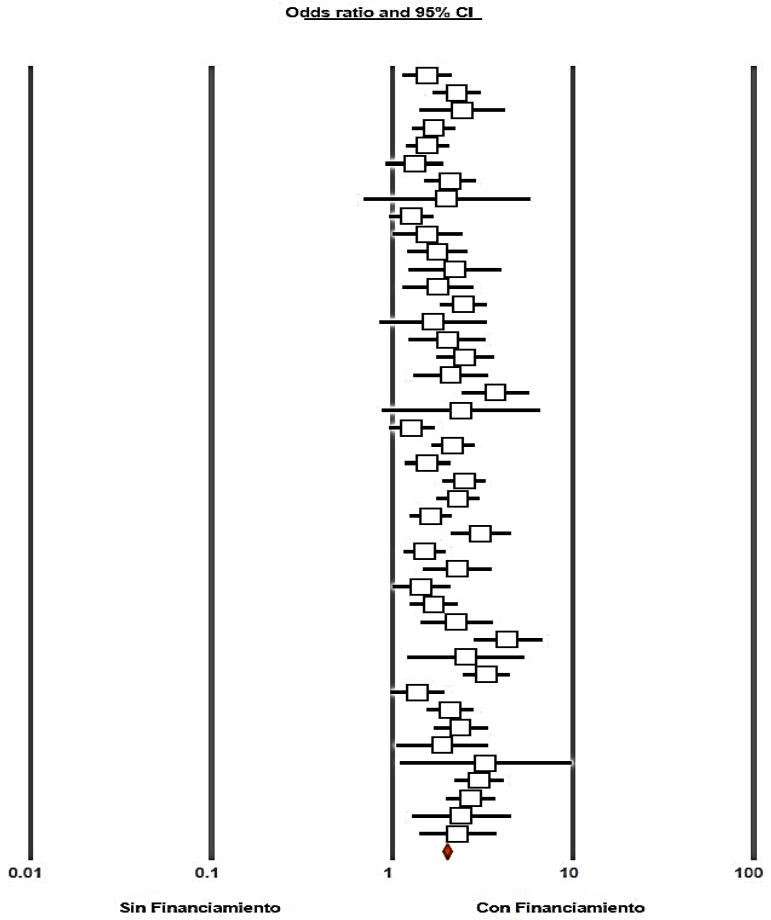
En el mismo sentido se derriba un análisis de financiamiento mediante la figura 12 flunnet plot de financiamiento en el cual se demuestra que existe un error de menos 0.04 es decir los niveles son confiables para el estudio.

Con respecto a la segunda variable educación y formación se encontró un valor de odds de ratio de 1.125 y un valor $p< 0.05$ demostrado en la figura 13, al interpretar el funnel plot de la misma variable se encontró con un margen de error de hasta el 0.05 es decir que el nivel de educación influye hasta un cierto punto en los emprendimientos turísticos sin embargo se debe analizar más profundamente. La tercera variable analizada es la experiencia el cual da un valor de odds de ratio de 1.11 y un valor p menor al 0.05 analizado en la figura 1.

2.1.1. Resultados Obtenidos en el Meta Análisis de Variables Demográficas

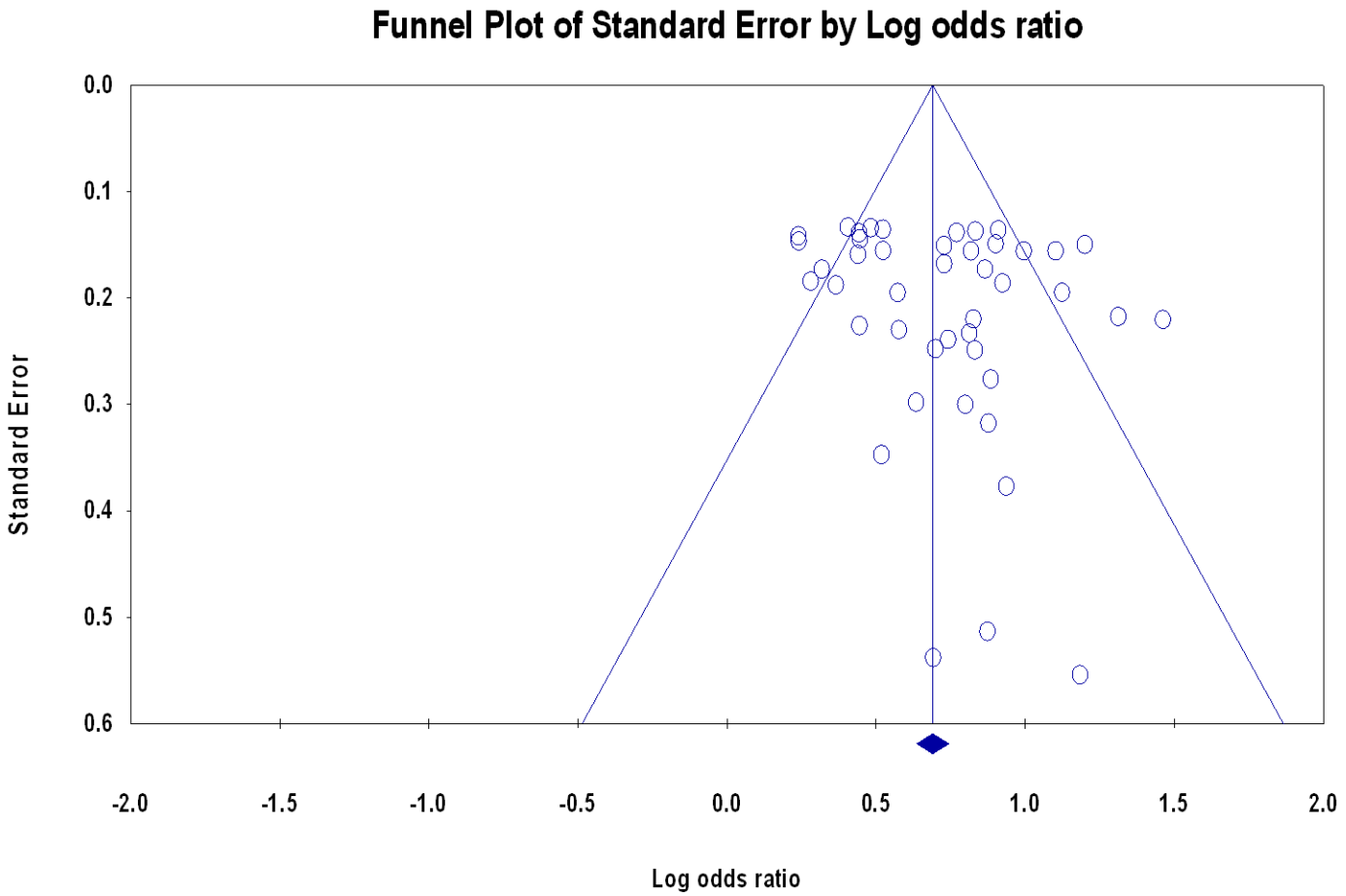
Figura 15. Análisis Forest Plot del factor de financiación

Study name	Odds ratio	Lower limit	Upper limit	Z-Value	p-Value
Agudo Et All, 2014	1.553	1.136	2.123	2.762	0.006
Alfonso Et All, 2013	2.269	1.670	3.083	5.241	0.000
Arias Et All, 2010	2.426	1.410	4.172	3.202	0.001
Ayala Et All, 2014	1.689	1.294	2.204	3.856	0.000
Becerra Et All, 2015	1.559	1.187	2.048	3.189	0.001
Campos Et All, 2015	1.326	0.923	1.905	1.528	0.127
Cañizares Et All, 2010	2.074	1.491	2.886	4.332	0.000
Carrasco Et All, 2013	2.000	0.696	5.747	1.287	0.198
Delgado Et All, 2013	1.272	0.963	1.681	1.695	0.090
Diaz Et All, 2011	1.561	1.002	2.434	1.968	0.049
Elorriaga Et All, 2012	1.775	1.210	2.603	2.936	0.003
Gonzalez Et All, 2015	2.226	1.235	4.012	2.663	0.008
Hormiga Et All, 2012	1.782	1.135	2.799	2.508	0.012
Hurtado Et All, 2013	2.466	1.839	3.307	6.033	0.000
Iglesias Et All, 2014	1.681	0.850	3.323	1.493	0.135
Jalbert Et All, 2014	2.014	1.238	3.275	2.822	0.005
Justo Et All, 2008	2.523	1.751	3.636	4.962	0.000
Lakunza Et All, 2012	2.102	1.315	3.361	3.102	0.002
López Et All, 2014	3.719	2.426	5.700	6.027	0.000
Mara dos Santos Et All, 2009	2.399	0.876	6.566	1.703	0.089
Montenegro Et All, 2012	1.274	0.955	1.699	1.644	0.100
Montesinos Et All, 2013	2.163	1.647	2.840	5.551	0.000
Montoya Et All, 2014	1.565	1.178	2.079	3.089	0.002
Nieto Et All, 2014	2.488	1.904	3.251	6.677	0.000
Palomo Et All, 2014	2.304	1.759	3.017	6.066	0.000
Pardo Et All, 2013	1.622	1.246	2.111	3.592	0.000
Peña Et All, 2012	3.081	2.101	4.516	5.765	0.000
Pereira Et All, 2012	1.502	1.155	1.953	3.038	0.002
Rodríguez Et All, 2009	2.288	1.486	3.523	3.759	0.000
Rodriguez Et All, 2012	1.443	0.998	2.088	1.950	0.051
Rubio Et All, 2012	1.690	1.245	2.294	3.366	0.001
Ruiz Et All, 2014	2.257	1.428	3.568	3.485	0.000
Sánchez Et All, 2014	4.319	2.802	6.657	6.627	0.000
Sanchez Et All, 2010	2.556	1.220	5.355	2.486	0.013
Scarpecci Et All, 2014	3.325	2.477	4.464	7.994	0.000
Soria Et All, 2009	1.377	0.980	1.934	1.844	0.065
Tovar Et All, 2013	2.074	1.542	2.790	4.824	0.000
Ulacia Et All, 2012	2.379	1.694	3.341	5.001	0.000
Urquijo Et All, 2012	1.888	1.052	3.390	2.130	0.033
Valero Et All, 2015	3.273	1.104	9.705	2.138	0.033
Villate Et All, 2012	3.015	2.219	4.095	7.062	0.000
Viña Et All, 2012	2.710	1.995	3.681	6.381	0.000
Wallingre Et All, 2015	2.406	1.290	4.489	2.760	0.006
Zambrano Et All, 2014	2.299	1.410	3.749	3.338	0.001
	1.993	1.889	2.103	25.200	0.000



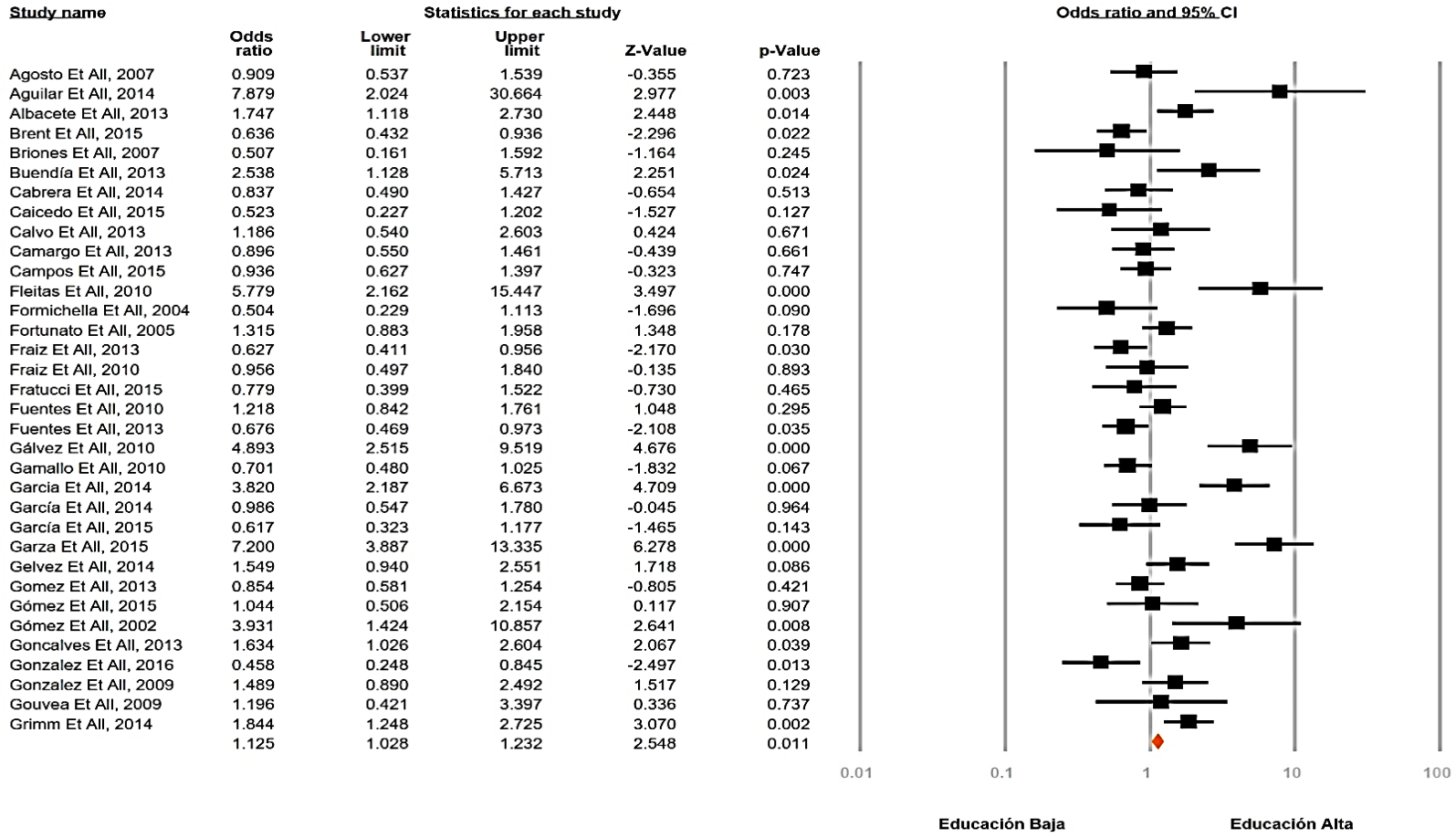
Nota: Cuadro de gráfica de Forest Plot del financiamiento de los artículos científicos encontrados en las diferentes fuentes de información con su respectivo año y que se utilizaron en el meta-análisis con un Odds Ratio de 1.993.

Figura 16. Análisis de Funnel Plot del factor de financiamiento



Nota: Análisis de Funnel Plot del factor de financiamiento de los diversos artículos con su ponderación de acuerdo al análisis del cuadro de forest plot.

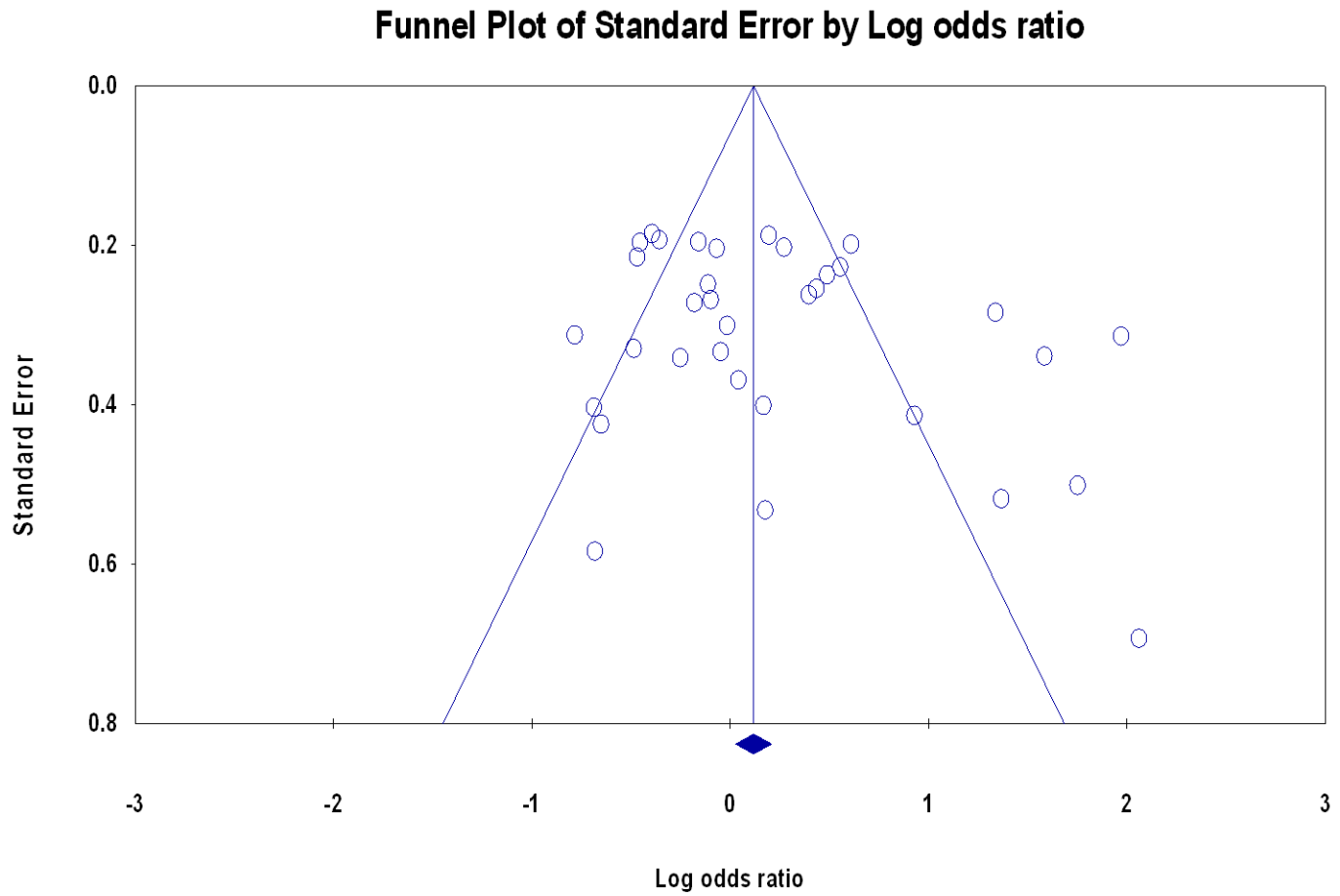
Figura 17. Análisis Forest Plot del factor de Educación y formación.



Study name	Odds ratio	Lower limit	Upper limit	Z-Value	p-Value
Agosto Et All, 2007	0.909	0.537	1.539	-0.355	0.723
Aguilar Et All, 2014	7.879	2.024	30.664	2.977	0.003
Albacete Et All, 2013	1.747	1.118	2.730	2.448	0.014
Brent Et All, 2015	0.636	0.432	0.936	-2.296	0.022
Briones Et All, 2007	0.507	0.161	1.592	-1.164	0.245
Buendía Et All, 2013	2.538	1.128	5.713	2.251	0.024
Cabrera Et All, 2014	0.837	0.490	1.427	-0.654	0.513
Caicedo Et All, 2015	0.523	0.227	1.202	-1.527	0.127
Calvo Et All, 2013	1.186	0.540	2.603	0.424	0.671
Camargo Et All, 2013	0.896	0.550	1.461	-0.439	0.661
Campos Et All, 2015	0.936	0.627	1.397	-0.323	0.747
Fleitas Et All, 2010	5.779	2.162	15.447	3.497	0.000
Formichella Et All, 2004	0.504	0.229	1.113	-1.696	0.090
Fortunato Et All, 2005	1.315	0.883	1.958	1.348	0.178
Fraiz Et All, 2013	0.627	0.411	0.956	-2.170	0.030
Fraiz Et All, 2010	0.956	0.497	1.840	-0.135	0.893
Fratucci Et All, 2015	0.779	0.399	1.522	-0.730	0.465
Fuentes Et All, 2010	1.218	0.842	1.761	1.048	0.295
Fuentes Et All, 2013	0.676	0.469	0.973	-2.108	0.035
Gálvez Et All, 2010	4.893	2.515	9.519	4.676	0.000
Gamallo Et All, 2010	0.701	0.480	1.025	-1.832	0.067
Garcia Et All, 2014	3.820	2.187	6.673	4.709	0.000
García Et All, 2014	0.986	0.547	1.780	-0.045	0.964
García Et All, 2015	0.617	0.323	1.177	-1.465	0.143
Garza Et All, 2015	7.200	3.887	13.335	6.278	0.000
Gelvez Et All, 2014	1.549	0.940	2.551	1.718	0.086
Gomez Et All, 2013	0.854	0.581	1.254	-0.805	0.421
Gómez Et All, 2015	1.044	0.506	2.154	0.117	0.907
Gómez Et All, 2002	3.931	1.424	10.857	2.641	0.008
Goncalves Et All, 2013	1.634	1.026	2.604	2.067	0.039
Gonzalez Et All, 2016	0.458	0.248	0.845	-2.497	0.013
Gonzalez Et All, 2009	1.489	0.890	2.492	1.517	0.129
Gouvea Et All, 2009	1.196	0.421	3.397	0.336	0.737
Grimm Et All, 2014	1.844	1.248	2.725	3.070	0.002
	1.125	1.028	1.232	2.548	0.011

Nota: Cuadro de forest plot de la Educación de los artículos encontrados en las diferentes fuentes de información con su respectivo año

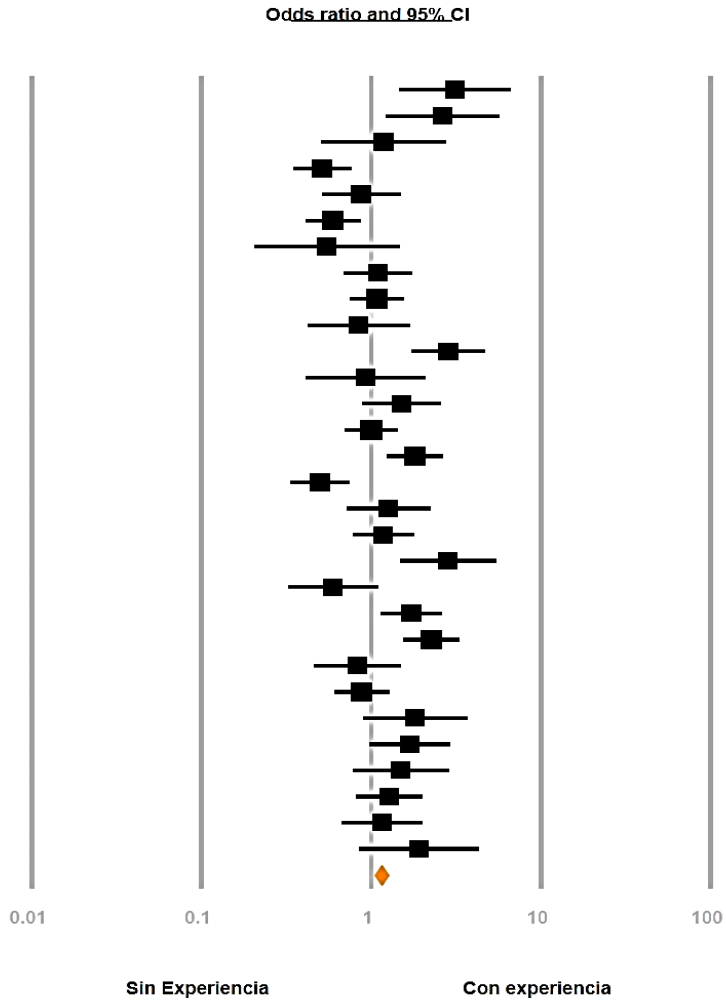
Figura 18. Análisis de Funnel Plot del factor de Educación



Nota: Análisis de Funnel Plot del factor de educación de los diversos artículos con su ponderación de acuerdo con el análisis del cuadro de forest plot.

Figura 19. Análisis Forest Plot del factor de Experiencia

Study name	Odds ratio	Lower limit	Upper limit	Z-Value	p-Value
Agudo Et All, 2014	3.117	1.470	6.609	2.965	0.003
Armendariz Et All, 2013	2.637	1.229	5.659	2.489	0.013
Astorga Et All, 2014	1.182	0.510	2.739	0.390	0.697
Azua Et All, 2015	0.516	0.351	0.760	-3.356	0.001
Bernal Et All, 2013	0.873	0.515	1.481	-0.503	0.615
Bokos Et All, 2012	0.596	0.413	0.860	-2.763	0.006
Chisvert Et All, 2014	0.548	0.205	1.466	-1.197	0.231
Clara Et All, 2010	1.097	0.688	1.748	0.388	0.698
Corbari Et All, 2014	1.081	0.752	1.556	0.421	0.673
Fraiz Et All, 2013	0.844	0.423	1.682	-0.483	0.629
Fuentelsaz Et All, 2015	2.844	1.735	4.662	4.145	0.000
Gonzalez Et All, 2015	0.926	0.410	2.089	-0.185	0.853
Grimm Et All, 2014	1.505	0.881	2.570	1.495	0.135
Harman Et All, 2012	1.001	0.703	1.425	0.007	0.995
Hochsztain Et All, 2015	1.807	1.238	2.638	3.066	0.002
Hormiga Et All, 2012	0.498	0.333	0.745	-3.394	0.001
Iglesias Et All, 2014	1.267	0.719	2.233	0.819	0.413
Lakunza Et All, 2012	1.179	0.782	1.776	0.786	0.432
Lorza Et All, 2013	2.834	1.489	5.395	3.173	0.002
Manosso Et All, 2013	0.597	0.324	1.099	-1.657	0.098
Montero Et All, 2014	1.723	1.138	2.608	2.573	0.010
Morales Et All, 2015	2.255	1.552	3.277	4.266	0.000
Moya Et All, 2013	0.826	0.457	1.493	-0.633	0.527
Nakamatsu Et All, 2015	0.882	0.606	1.284	-0.655	0.513
Navarro Et All, 2014	1.818	0.901	3.669	1.669	0.095
Ortiz Et All, 2013	1.682	0.973	2.906	1.863	0.063
Osorio Et All, 2011	1.495	0.782	2.857	1.215	0.224
Panosso Et All, 2007	1.277	0.814	2.003	1.064	0.287
Peña Et All, 2012	1.155	0.666	2.004	0.514	0.607
Robles Et All, 2014	1.920	0.853	4.322	1.575	0.115
	1.154	1.055	1.263	3.113	0.002



Nota: Cuadro de forest plot de la experiencia de los artículos encontrados en las diferentes fuentes de información con su respectivo año.

Figura 20. Análisis de Funnel Plot del factor de Experiencia



Nota: Análisis de Funnel Plot del factor de la experiencia de los diversos artículos con su ponderación de acuerdo al análisis del cuadro de forest plot.

2.2. Validación de constructo

La etapa de validación de constructo según Parra y Calero (2006) implica relacionar un instrumento de medición con un marco teórico para determinar si el instrumento está ligado a los conceptos y a las consideraciones teóricas. Por tal motivo se realizó nuestro instrumento en base a los datos obtenidos en la Teoría y se procede a realizar pruebas pilotos en los establecimientos de Tungurahua.

2.2.1. Matriz de ventaja competitiva de los cantones de Tungurahua

Tabla 8 Matriz de ventaja competitiva de los cantones de Tungurahua

CIU		A		B		CE		MO		PA		Q		PE		PI		TIS	
CLA	PESO	C	PP	C	PP	C	PP	C	PP	C	PP	C	PP	C	PP	C	PP	C	PP
ALI	0.3	4	1.2	3	0.9	2	0.6	2	0.6	2	0.6	1	0.3	2	0.6	3	0.9	1	0.3
ALO	0.4	3	1.2	3	1.2	1	0.4	1	0.4	1	0.4	1	0.4	2	0.8	2	0.8	1	0.4
REC	0.2	2	0.4	2	0.4	1	0.2	1	0.2	2	0.4	2	0.4	1	0.2	1	0.2	1	0.2
AGE	0.1	2	0.2	1	0.1	1	0.1	1	0.1	1	0.1	1	0.1	2	0.2	1	0.1	1	0.1
TOTAL	1		3		2.6		1.3		1.3		1.5		1.2		1.8		2		1

Nota: En la tabla se muestra la matriz de ventaja competitiva realizada por escala de parametrización por nivel de establecimientos, siendo CIU= Ciudad, A=Ambato, B=Baños, CE=Cevallos, MO=Mocha, PA=Patate, Q=Quero, PE=Pelileo, PI=Pillaro, TIS=Tisaleo, CLA=Clasificación, C=Calificación, PP=Peso Ponderado, ALI=Alimentación, ALO=Alojamiento, REC=Recreación, AGE=Agencias de viaje y transporte turístico, dando una calificación y ponderación de acorde la numero de empresas en cada ciudad y sector de turismo.

En la tabla se muestra la matriz de ventaja competitiva realizada por escala de parametrización por nivel de establecimientos, dando una calificación y ponderación de acorde al número de empresas en cada ciudad y sector de turismo en las que se encuentran en principal lugar Ambato 3, seguido de Baños 2.6, Pillaro 2, Pelileo 1.8 y Patate 1.5 por ser las ciudades con mayores establecimientos las demás se descartan por no ser una muestra representativa del sector.

2.2.2. Variabilidad de los ítems y la suma total prueba piloto 1

Tabla 9 Variabilidad de los ítems y la suma total

ENUNCIADO	VARIANZA
Préstamo Banco	.660
Tipo institución	2.265
Tiempo préstamo	3.222
Motivo de la deuda	1.226
Importancia financiamiento	1.081
Razón no crédito	.823
Nivel educación	.338
Área estudios secundario	1.854
Área estudios universidad	1.781
Importancia formación	.480
Importancia educación	.483
Área capacitarse	1.383
Tiempo proveer servicios	.673
Razón deja trabajo	1.706
Importancia experiencia	.257
Importancia actividad similar	.516
Suma	26.709

Nota: La tabla contiene la descripción de cada ítem y valor de la suma de la correlación de la prueba piloto 1

Se muestra los ítems con mayor variabilidad en relación a la suma, estos son tipo de institución y tipo de préstamo < a 2000, los demás ítems cuentan con muy baja variabilidad por lo que se debe repetir la prueba, los valores son Préstamo Banco 0.660, Tipo institución 2.265, Tiempo préstamo 3.222, Motivo de la deuda 1.226, Importancia financiamiento 1.081, Área estudios secundario 1.854, Área estudios universidad 1.781 y Razón deja trabajo 1.706 demostrando una baja variabilidad.

Prueba piloto 2

Tabla 10 Variabilidad de los ítems y la suma total

ENUNCIADOS	VARIANZA
Cantón	1.119
Préstamo	1.947
Institución	3.508
Plazo	3.231
Motivo	2.720
Importancia Financiamiento	1.284
No crédito	1.648
Estudios	2.214
Formación	2.165
Educación	1.365
Nivel Educación	.988
Capacitación	3.352
Tiempo	1.943
Razón	2.973
Importancia de la Experiencia Laboral	3.683
Importancia en Negocios Anteriores Similares	1.822
SUMA	209.826

Nota: La tabla contiene la descripción de cada ítem con su respectivo valor de varianza y el valor total de la suma de las varianzas de la prueba Piloto 2.

El gráfico muestra los ítems con mayor variabilidad, estos son tipo de institución, plazo de la deuda, importancia del financiamiento, estudios, formación, capacitación, importancia experiencia laboral y tipo de préstamo < 2000, lo que refleja un nivel más alto de ítems y su variabilidad a excepción del nivel de educación que todavía cuenta con un valor bajo con relación a los demás ítems.

2.2.3. Matriz de correlación y correlación de ítem-total

Prueba piloto 1

Tabla 11 Matriz de correlación y correlación ítem total

Correlaciones

	PB	TP	PD	MD	IF	RNC	NE	ES	EU	IFR	IED	AC	TS	RAT	IEXL	EXNS	SUMA
PB	1																
TP	-.438	1															
PD	-.828	.641	1														
MD	-.592	.571	.698	1													
IF	-.816	.616	.808	.729	1												
RNC	.673	-.611	-.728	-.578	-.667	1											
NE	.241	-.089	-.389	-.125	-.194	.344	1										
ES	-.057	.080	-.087	.139	.031	.147	.570	1									
EU	.211	-.156	-.130	-.142	-.299	.263	.204	.007	1								
IFR	-.011	.014	.062	.336	.078	-.193	-.065	.177	.020	1							
IED	.155	-.026	.002	.105	.028	-.032	-.057	.061	.116	.557	1						
AC	.158	.001	.055	.074	-.046	.144	-.032	-.034	.389	.361	.244	1					
TS	-.493	-.067	.337	.142	.255	-.119	.080	.121	-.013	-.348	-.491	-.063	1				
RAT	.173	-.294	-.101	0.000	-.184	.347	-.242	-.357	.258	-.067	.078	.207	-.056	1			
IEXL	.017	.239	.109	.374	.161	-.254	-.352	.013	-.389	.121	-.049	-.044	-.131	-.186	1		
EXNS	.180	-.127	-.113	-.041	-.086	.149	.058	.124	.109	.486	.275	.286	-.027	-.052	.022	1	
SUMA	-.317	.474	.532	.691	.483	-.195	.088	.347	.328	.421	.319	.551	.119	.142	.074	.311	1

Nota: PB=préstamo bancario, TI=tipo de institución, TP=tiempo plazo, MD=motivo de la deuda IF= importancia del financiamiento, RNC= razón no crédito, NE= nivel de educación, ES= estudios secundarios, EU= estudios universitarios, IFR= importancia de la formación, IED= importancia de la Educación, AC= área de capacitación, TS= tiempo proveer servicio, RAT= razón abandono trabajo, IEXL= importancia experiencia laboral, EXAS= importancia actividades similares

La matriz de correlación ítem total muestra cada uno de las variables asociadas y correlacionadas para el mismo ítem y las demás variables, se observa un nivel de correlación bajo y negativo en la mayoría de las variables por lo que se procede a realizar otra prueba del instrumento.

Prueba Piloto 2

Tabla 12 Matriz de correlación y correlación ítem total

	C	PB	TI	TP	MD	IF	RNC	AE	IFR	IED	NE	AC	TS	RAT	IEX	IES
C	1															
PB	.659	1														
TI	.430	.716	1													
TP	-.357	-.552	-.767	1												
MD	.693	.701	.669	-.775	1											
IF	.345	.464	.581	-.535	.540	1										
RNC	-.483	-.274	-.110	-.092	-.248	-.050	1									
AE	.611	.693	.592	-.653	.698	.406	-.152	1								
IFR	.641	.718	.551	-.652	.748	.402	-.147	.938	1							
IED	.545	.567	.326	-.496	.605	.215	-.069	.888	.956	1						
NE	-.449	.124	.345	-.197	-.059	.080	.143	-.192	-.230	-.330	1					
AC	.134	.632	.873	-.713	.504	.468	.090	.493	.451	.264	.556	1				
TS	.481	.657	.640	-.763	.789	.431	-.127	.857	.863	.788	.068	.580	1			
RAT	.857	.816	.627	-.625	.822	.489	-.336	.878	.915	.807	-.285	.423	.768	1		
IEX	.294	.663	.865	-.765	.645	.672	-.126	.635	.598	.381	.382	.819	.737	.595	1	
IES	.585	.834	.801	-.860	.860	.605	-.149	.745	.802	.627	.133	.725	.803	.835	.807	1

Nota: C= Cantón, PB=préstamo bancario, TI=tipo de institución, TP=tiempo plazo, MD=motivo de la deuda, IF= importancia del financiamiento, RNC= razón no crédito, AE= Área de estudios, IFR= importancia de la formación, IED= imortancia educación, NE= nivel de educación, AC= área de capacitación, TS= tiempo servicio, RAT= razón abandono trabajo, IEX= impotancia experiencia, IAS= importancia actividades similares.

Se visibiliza en esta matriz la correlación entre cada uno de los ítems y sí mismos, observándose relaciones moderadas y altas mayores a 0.400 en su mayoría por lo que se acepta la prueba piloto 2 para realizar la encuesta final.

Prueba Piloto 1

Tabla 13 Matriz de Correlación ítem total

Correlaciones

	SUMA
Préstamo banco	-.317
Tipo institución	.474
Tiempo préstamo	.532
Motivo	.691
Importancia financiamiento	.483
Razón no crédito	-.195
Nivel educación	.088
Área estudios secundario	.347
Área estudios universidad	.328
Importancia formación	.421
Importancia educación	.319
Área capacitarse	.551
Tiempo proveer servicios	.119
Razón abandona trabajo	.142
Importancia experiencia	.074
Importancia actividad similar	.311
SUMA	1

Nota: La tabla contiene la descripción de cada ítem y valor de la suma de la correlación de la prueba piloto 1.

En la siguiente matriz encontramos los valores del instrumento en la primera prueba en la cual las correlaciones totales altas son Tiempo préstamo con 0.532, Motivo con 0.691 y Área capacitarse con 0.551, las demás variables se encuentran con una correlación baja con relación al instrumento por lo que se decide cambiar las preguntas que se encuentran bajas y realizar de nuevo la encuesta.

Prueba Piloto 2

Tabla 14 Matriz de Correlación ítem total.

ENUNCIADOS	SUMA
Cantón	.611
Préstamo	.865
Institución	.849
Plazo	-.799
Motivo	.838
Importancia Financiamiento	.624
No crédito	-.128
Estudios	.864
Formación	.872
Educación	.715
Nivel Educación	.116
Capacitación	.762
Tiempo	.876
Razón	.879
Importancia de la Experiencia Laboral	.853
Importancia en Negocios Anteriores Similares	.938
SUMA	**1**

Nota: La tabla contiene la descripción de cada ítem y valor de la suma de la correlación de la prueba piloto 2.

Al realizar la prueba piloto 2 encontramos los siguientes resultados los cuales reflejan en su mayoría un crecimiento alto al cambiar las preguntas por lo tanto se encuentran los siguientes valores Cantón con 0.611, Préstamo con 0.865, Institución con 0.849, Motivo con 0.838, Estudios con 0.864, Formación con 0.872, Educación con 0.715, Capacitación con 0.762, Tiempo con 0.876, Razón con 0.879, Importancia de la Experiencia Laboral con 0.853 e Importancia en Negocios Anteriores Similares con 0.938, lo que demuestra que las correcciones del instrumento han sido exitosas y se procede a realizar la encuesta a la muestra obtenida.

Prueba Piloto 1

Tabla 15 Correlación de Pearson y Covarianza

	SUMA	
	Correlación de Pearson	**Covarianza**
Préstamo banco	-.317	-1.330
Razón no crédito	-.195	-.915
Importancia experiencia	.074	.195
Nivel educación	.088	.265
Tiempo proveer servicios	.119	.506
Razón abandona trabajo	.142	.962
Importancia educación	.319	1.146
Importancia actividad similar	.311	1.153
Importancia formación	.421	1.506
Área estudios universitarios	.328	2.263
Área estudios secundario	.347	2.443
Importancia financiamiento	.483	2.593
Área capacitarse	.551	3.349
Tipo institución	.474	3.689
Motivo	.691	3.952
Tiempo préstamo	.532	4.933

Nota: Cada Ítem está representado por el valor de la Correlación de Pearson en la primera columna y la Covarianza total en la segunda.

En el cuadro se muestra en conjunto la relación de Pearson y la covarianza de la prueba piloto 1 en la cual se observa que no existe una correlación alta y que no se puede ejecutar este instrumento debido a las diferentes correlaciones bajas que hay, por ello se decide corregir el instrumento y realizar la prueba piloto 2.

Prueba piloto 2

Tabla 16 Correlación de Pearson y Covarianza

Enunciado	**Correlación de Pearson**	**Covarianza**
Nivel Educación	.113	2.015
Razón de no Crédito	.229	5.258
Cantón	.635	12.030
Importancia de Financiamiento	.619	12.561
Importancia de la Educación	.688	14.394
Solicitado Préstamo	.850	21.227
Tiempo del préstamo	.881	21.970
Importancia de la Formación	.858	22.591
Área Estudios	.852	22.697
Experiencia negocios anteriores	.953	23.030
Capacitación	.747	24.470
Motivo	.869	25.667
Plazo	.834	26.833
Razón abandonar trabajo	.885	27.303
Institución Financiera	.857	28.727
Importancia experiencia negocios similares	.862	29.606

Nota: Cada Ítem está representado por el valor de la Correlación de Pearson en la primera columna y la Covarianza total en la segunda.

Los resultados del análisis de covarianzas y correlación de Pearson en la prueba piloto 2 se muestran favorables y con mayor índice de correlación por lo que se acepta el instrumento y se procede a encuestar a la muestra encontrada en las distintas ciudades a analizar, en los diferentes tipos de servicios del sector de turismo.

2.2.4. Análisis Factorial

Prueba piloto 1

Determinante = 4.342E-006[a]

Tabla 17 KMO y prueba de Bartlett

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.586
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	306.623
	Gl	120
	Sig.	.000

Nota: La medida de káiser Meyer es de .586 con un valor $p < 0.05$

El análisis factorial de la prueba de KMO y Bartlett es una técnica de análisis multivariable que explica la condición del instrumente en este caso nunca debe pasar de 1 el resultado es una medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin de 0.586 lo que revela un instrumento bajo para correr, la prueba de esfericidad de Bartlett da un Chi-cuadrado aproximado de 306.623 con un nivel de Significancia de $p < 0.05$ por lo que se descarta esta prueba piloto y se realiza una segunda.

Tabla 18 Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	4.963	31.019	31.019	4.963	31.019	31.019
2	2.457	15.354	46.373	2.457	15.354	46.373
3	1.911	11.944	58.318	1.911	11.944	58.318
4	1.700	10.627	68.944			
5	1.079	6.743	75.688			
6	.909	5.683	81.371			
7	.755	4.719	86.089			
8	.518	3.236	89.325			
9	.478	2.986	92.311			
10	.383	2.394	94.705			
11	.352	2.201	96.906			
12	.204	1.277	98.183			
13	.102	.635	98.819			
14	.088	.547	99.366			
15	.062	.390	99.756			
16	.039	.244	100.000			

Nota: Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

En la tabla anterior se muestra las sumas de las saturaciones de la varianza de cada componente y su acumulado para esta prueba se realizó la validación con tres componentes los cuales reflejan un acumulado de 58%, lo cual no garantiza la veracidad del estudio por lo tanto se procede a realizar otra prueba.

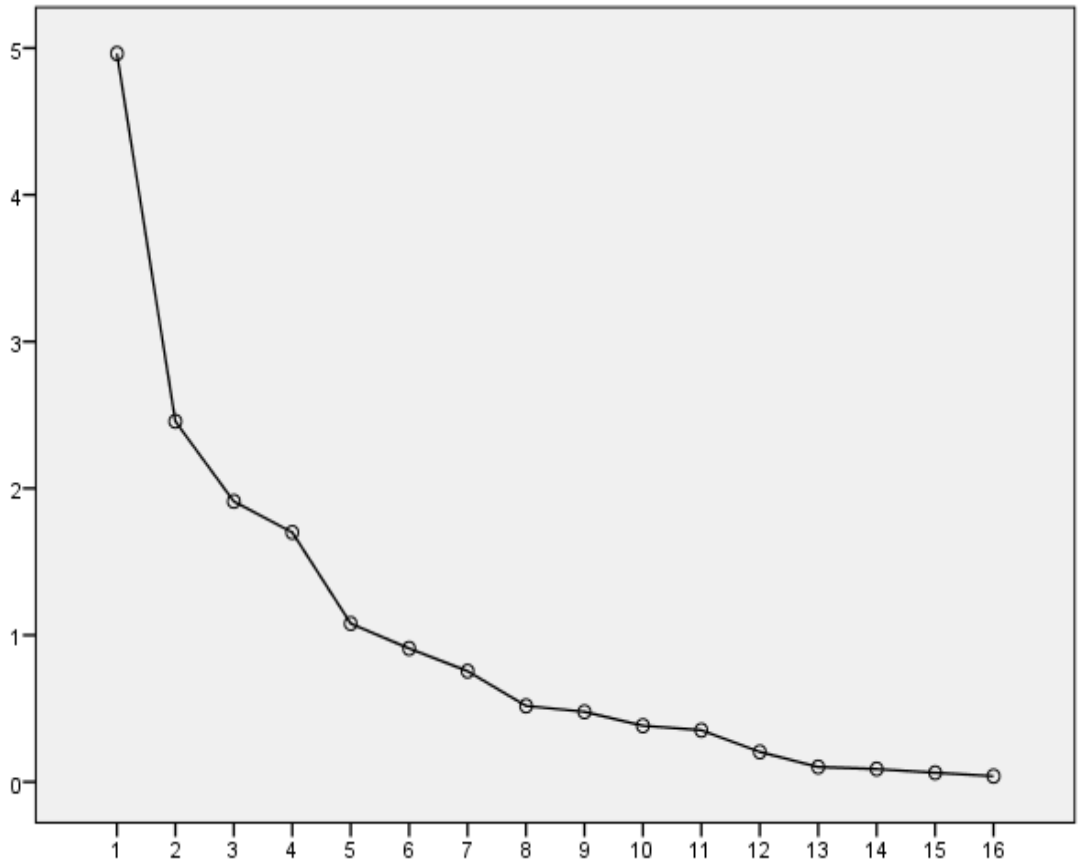
Tabla 19 Matriz de Componentes

Matriz de componentes			
	Componente		
	1	2	3
Razón no crédito	-.940	.076	-.034
Tiempo préstamo	.917	.102	-.136
Importancia financiamiento	.904	.108	.032
Préstamo Bancario	.874	-.118	.040
Motivo	.787	.347	.043
Tipo institución	.728	.141	.098
Área estudios universidad	-.332	.153	.042
Importancia experiencia	.268	.195	-.159
Importancia formación	.022	.860	.135
Importancia educación	-.131	.761	-.022
Importancia actividad similar	-.200	.554	.217
Área capacitarse	-.107	.550	-.084
Tiempo proveer servicios	.350	-.504	.196
Área estudios secundario	.050	.093	.856
Nivel educación	-.288	-.135	.808
Razón abandona trabajo	-.219	.052	-.595

Nota: Método de extracción: Análisis de componentes principales 3 componentes extraído

La matriz refleja los tres componentes y sus ponderaciones para cada uno, los valores más altos reflejan a que componente pertenece cada una de las variables que se encuentra en el instrumento, sin embargo en la mayoría de componentes se refleja una correlación baja por lo que se procede a realizar otra prueba piloto.

Figura 21. Gráfico de Sedimentación



Nota: Se puede apreciar el grupo número uno es los que tienen la mayor puntuación del instrumento.

En la gráfica de sedimentación se observa una sucesión en la cual los componentes se encuentran acumulados hasta el numero 8 lo que representa que el instrumento debería tener 8 componentes para reflejar un buen análisis de las variables en la correlación por lo que no se acepta el instrumento y se procede con las correcciones para realizar la prueba piloto 2.

Prueba piloto 2

Determinante = 3.897E-013
<0,05

Tabla 20 KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.845
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	774.673
	Gl	120
	P-VALOR	.000

Nota: Cada valor representa a la prueba realizada en el estadístico SPSS.

El análisis factorial de la prueba de KMO y Bartlett es una técnica de análisis multivariable que explica la condición del instrumente en este caso nunca debe pasar de 1 el resultado es una medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin de 0.845 lo que revela un instrumento de valor alto, la prueba de esfericidad de Bartlett da un Chi-cuadrado aproximado de 774.673 con un nivel de Significancia de $p<0.05$, estos resultados demuestran un determinante alto lo que permite proceder con el instrumento para la encuesta final.

Tabla 21 Varianza total explicada

Componente	**Auto valores iniciales**			**Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción**		
	Total	**% de la varianza**	**% acumulado**	**Total**	**% de la varianza**	**% acumulado**
1	9.546	59.660	59.660	9.546	59.660	59.660
2	2.616	16.352	76.012	2.616	16.352	76.012
3	1.257	7.859	83.870	1.257	7.859	83.870
4	.782	4.887	88.758			
5	.484	3.022	91.780			
6	.443	2.767	94.547			
7	.298	1.865	96.412			
8	.149	.930	97.342			
9	.106	.662	98.003			
10	.101	.629	98.633			
11	.071	.444	99.076			
12	.061	.380	99.456			
13	.051	.317	99.773			
14	.021	.132	99.905			
15	.013	.083	99.988			
16	.002	.012	100.000			

Nota: Método de extracción: Análisis de Componentes principales

En la tabla anterior se muestra las sumas de las saturaciones de la varianza de cada componente y su acumulado, para esta prueba se realizó la validación con tres componentes, la varianza total explicada en los tres componentes da un valor acumulado del 83,87% para el instrumento, es decir un valor alto con el cual se vuelve fiable la validación del mismo.

Tabla 22 Matriz de Componentes

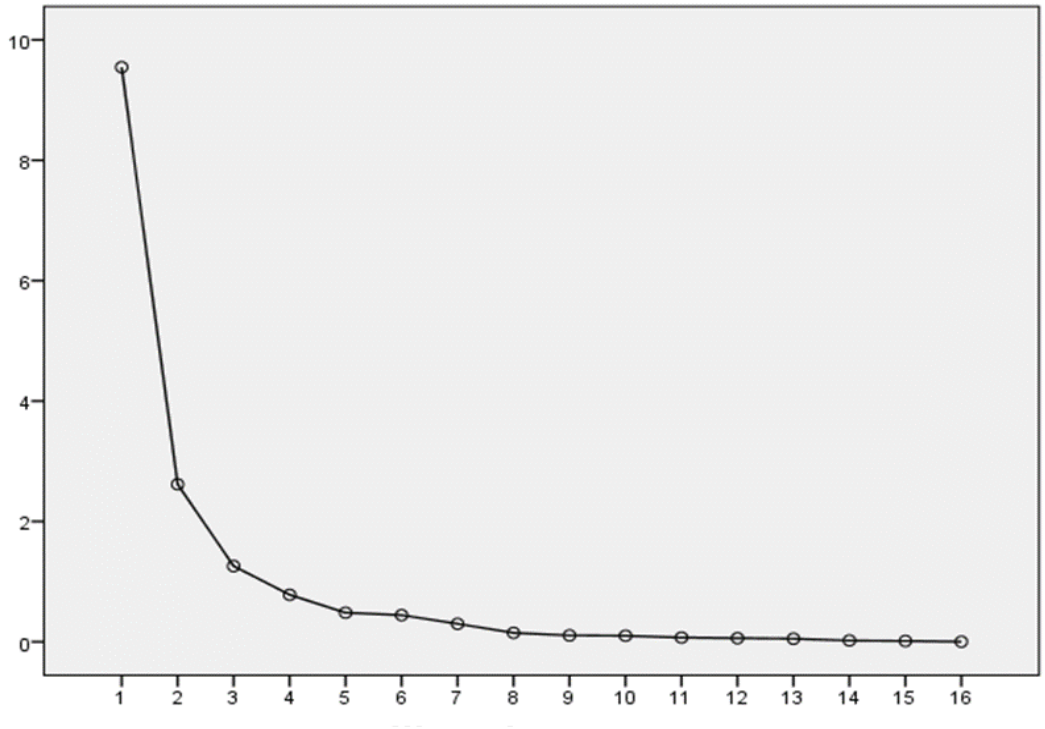
	Componente		
	1	**2**	**3**
Experiencia en negocios anteriores	.950	.125	.033
Razón de abandono del trabajo	.917	-.356	.073
Importancia formación	.898	-.306	-.252
Tiempo del Servicio	.891	-.015	-.219
Área de Estudios	.884	-.247	-.233
Motivo de la Deuda	.880	-.087	.098
Préstamo Bancario	.846	.008	.216
Plazo de la deuda	.826	.295	-.188
Importancia Experiencia Laboral	.823	.440	.093
Tipo Institución	.818	.420	.176
Importancia de la Educación	.745	-.447	-.417
Área de Capacitación	.697	.627	-.019
Cantón	.671	-.541	.352
Importancia del Financiamiento	.608	.240	.200
Nivel Educación	.026	.880	.096
Razón No Crédito	.203	-.367	.779

Nota: Método de extracción: Análisis de componentes principales 3 componentes extraídos

La matriz refleja los tres componentes y sus ponderaciones para cada uno, los valores más altos reflejan a que componente pertenece cada una de las variables que se encuentra en el instrumento, en esta matriz se puede apreciar un nivel más alto de

correlación por lo que se aprueba los componentes y se procede con ña encuesta a la muestra total.

Figura 22. Gráfico de Sedimentación



Nota: el componente uno tiene el mayor puntaje en el instrumento.

El grafico de sedimentación muestra que los cuatro primeros componentes casi llegan al 100% de la fiabilidad del instrumento y que los 3 primeros componentes llegan al 80% de la investigación por lo tanto se acepta el instrumento con los 3 componentes financiamiento, educación y experiencia y se procede a la ejecución de la encuesta.

2.2.5. Análisis Factorial Confirmado

Tabla 23 Variación Normal

1	2	3
Experiencia en Negocios Anteriores	Nivel de Educación	Préstamo Bancario
Razón Abandono del trabajo	Razón de No crédito	Importancia del financiamiento
Importancia de la Formación	Área de Capacitación	Plazo de la Deuda
Tiempo del Servicio	Cantón	Tipo de Institución
Área de Estudios	Importancia de la Educacion	
Motivo de la deuda	Importancia de la experiencia Laboral	

Nota: variación de los ítems sin varimax

En la tabla anterior se muestra los 3 componentes del análisis factorial con sus respectivas determinantes, esta es una variación normal, es decir sin varimax la variables son dadas según el puntaje obtenido otorgando a los tres componentes variables por igual, de tal forma que el primer componente tiene las siguientes variables Experiencia en Negocios Anteriores, Razón Abandono del trabajo, Importancia de la Formación, Tiempo del Servicio, Área de Estudios y Motivo de la deuda; el segundo componente Nivel de Educación, Razón de No crédito, Área de Capacitación, Cantón, Importancia de la Educación e Importancia de la experiencia Laboral y el tercer componente Préstamo Bancario, Importancia del financiamiento, Plazo de la Deuda y Tipo de Institución.

Tabla 24 Variación Varimax con Kaiser

1	2	3
Importancia de la Educación	Área de capacitación	Cantón
Importancia de la formación	Razón no crédito	Préstamo bancario
Área de estudios	Importancia de la experiencia laboral	Motivo de la deuda
Razón abandono trabajo	Tipo de institución	Nivel de Educación
Tiempo del Servicio	Plazo de deuda	Importancia del Financiamiento
		Experiencia Negocios Similares

Nota: variación de los ítems con varimax

En la tabla se muestra los 3 componentes del análisis factorial con sus respectivas determinantes, con variación varimax, las variables se alternan según porcentajes de mayor de mayor a menor, de tal forma que el primer componente tiene las siguientes variables Importancia de la Educación, Importancia de la formación, Área de estudios, Razón abandono trabajo, Tiempo del Servicio; el segundo componente Área de capacitación, Razón no crédito, Importancia de la experiencia laboral, Tipo de institución, Plazo de deuda y el tercer componente Cantón, Préstamo bancario, Motivo de la deuda, Nivel de Educación, Importancia del Financiamiento, Experiencia Negocios Similares.

2.3. Fiabilidad

La Fiabilidad según Messina y Hochsztain (2015) es la correlación entre las puntuaciones verdaderas y las puntuaciones empíricas obtenidas en un test; hace referencia a la capacidad del instrumento de medición de obtener los mismos resultados en distintas pruebas, además implica conocer qué proporción de la varianza de los resultados obtenidos en una medición es varianza verdadera.

2.3.1. Análisis de la Fiabilidad ítem total

Cálculo mediante la varianza de los ítems

FORMULA $\boldsymbol{\alpha = K \div K - 1[1 - \Sigma Vi \div Vt]}$

$\alpha =$ Alfa de Cronbach

$K =$ Número de ítems

$Vi =$ Varianza de cada Item

$Vt =$ Varianza del total

Tabla 25 Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.947	16

Nota: la fiabilidad del estudio y del instrumento es del 94%.

El análisis de fiabilidad del instrumento entrega como resultado el 0.947 de fiabilidad es decir 95% lo que representa un instrumento apto para ser realizado, los 16 elementos corresponden a los 3 componentes de financiamiento, educación y experiencia en el emprendimiento turístico.

Tabla 26 Análisis de la fiabilidad ÍTEM-TOTAL

	Total
ΣVi	35.963
Vt	320.379
Alfa de Cronbach	0.946930206

Nota: la fiabilidad del estudio mediante el método de alfa de cronbach es de 0.947.

Se muestra los resultados de la varianza total, la sumatoria de la varianza y el alfa de Cronbach que es el estadístico para verificar la fiabilidad del estudio.

2.3.2. Análisis De La Fiabilidad Ítem-Dominio Sin Rotación

Tabla 27 Ítem -Dominio sin rotación

	Dominio 1	**Dominio 2**	**Dominio 3**
Alfa de Cronbach	0,962	0,577	0,891

Nota: la fiabilidad del estudio de cada dominio mediante las variables sin rotación

La tabla 27 muestra el alfa de Cronbach de cada dominio sin variación varimax y su fiabilidad, para el primer dominio nos da como resultado 0,962, para el Dominio 2 0,577 y para el Dominio 3 0,891, lo que demuestra una fiabilidad muy alta, moderada y alta respectivamente para los dominios.

Tabla 28 Dominio- Total sin rotación

	Total
ΣVi	124.919
Vt	**320.379**
Alfa de Cronbach	0.915

Se muestra los resultados de la varianza total, la sumatoria de la varianza y el alfa de Cronbach que da como resultado el 0.915 de fiabilidad, este es el estadístico para verificar la fiabilidad del estudio y de cada uno de los dominios.

2.3.3. Análisis De La Fiabilidad

Tabla 29 Ítem-Dominio con rotación

	Dominio 1	Dominio 2	Dominio 3
Alfa de Cronbach	0.966	0.855	0.830

La tabla 27 muestra el alfa de Cronbach de cada dominio sin variación varimax y su fiabilidad, para el primer dominio nos da como resultado 0,962, para el Dominio 2 0,577 y para el Dominio 3 0,891, lo que demuestra una fiabilidad muy alta, moderada y alta respectivamente para los dominios.

Tabla 30 Dominio- Total con rotación

	Total
ΣVi	127.721
Vt	**320.379**
Alfa de Cronbach	0.902

Se muestra los resultados de la varianza total, la sumatoria de la varianza y el alfa de Cronbach que da como resultado el 0.902 de fiabilidad, este es el estadístico para verificar la fiabilidad del estudio y de cada uno de los dominios.

2.4. Estabilidad

2.4.1. Pruebas De Efectos Inter Sujetos

Tabla 31 Pruebas de los efectos inter-sujetos

Variable dependiente: RESULTADOS

Origen	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	P - VALOR
Modelo	195360.882[a]	35	5581.739	30.602	.000
EVALUADORES	.000	0	.	.	.
ESTABLECIMIENTOS	5796.118	33	175.640	.963	.543
ENCUESTAS	.000	0	.	.	.
Error	6019.118	33	182.398		
Total	201380.000	68			

a. R cuadrado = .970 (R cuadrado corregida = .938)

Nota: a. R cuadrado = .970 (R cuadrado corregida = .938)

La corrección que se ha hecho a las encuestas muestra un cambio significativo es decir muestra que, si existe reproducibilidad y repetitividad, debido a que al someter la encuesta 2 veces en los establecimientos nos da un valor P de 0,543 mientras que no muestra valor entre evaluadores y encuestas lo que por análisis quiere decir que el

instrumento ha sido mejorado para su ejecución y que indiferentemente del evaluador el instrumento es válido.

2.5. Criterio

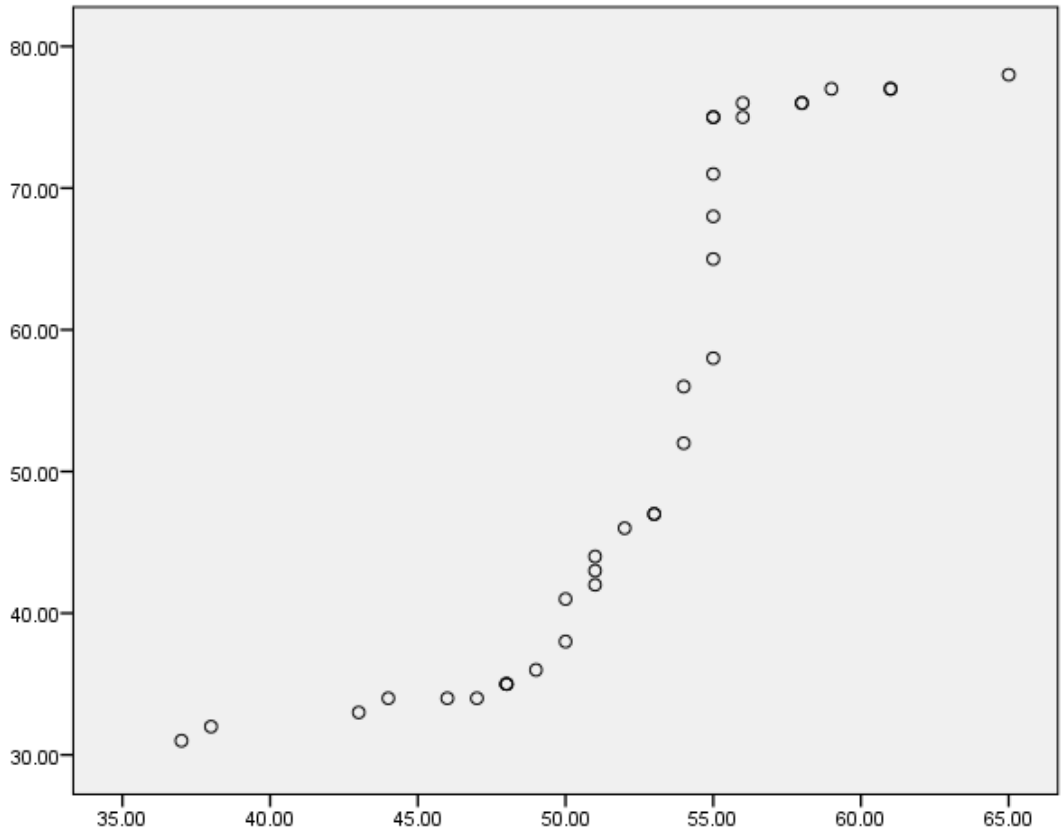
Tabla 32 Tabla de contingencia entre Prueba 1 y Prueba 2

			PRUEBA2		Total
			1	2	
PRUEBA 1	1	Recuento	23	1	24
		Frecuencia esperada	16.9	7.1	24.0
	2	Recuento	1	9	10
		Frecuencia esperada	7.1	2.9	10.0
Total		Recuento	24	10	34
		Frecuencia esperada	24.0	10.0	34.0

Índice De Kappa: 0.858
P Valor: .000

La tabla de contingencia entre Prueba 1 y Prueba 2 nos muestra un índice Kappa de 0.858 o 86% lo que verifica el nivel de relación y mejora de la prueba numero 2 sobre la prueba 1.

Figura 23. Diagrama de dispersión de los datos recopilados en la Prueba 2



Nota: curvatura del diagrama de dispersión de los ítems de la prueba piloto a 34 emprendimientos

El diagrama de dispersión muestra la recopilación de datos obtenidos en la prueba piloto 2 en la cual se ve una línea positiva es decir la encuesta interviene de manera directa en el emprendimiento turístico en su punto más alto la curva alcanza el 80% de satisfacción de la encuesta.

Tabla 33 Medida de correlación r de Pearson entre Prueba 1 y Prueba 2

		Correlaciones	
		PRUEBA 1	**PRUEBA 2**
PRUEBA 1	Correlación de Pearson	1	.858
	Sig. (bilateral)		.000
	N	34	34
PRUEBA 2	Correlación de Pearson	.858	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	34	34

Nota: La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

La correlación que se encuentra entre la prueba piloto 1 y la prueba piloto 2 es de 0.858 lo que da una relación alta, es decir tiene secuencia lógica y consecución, también muestra un valor p=0,05.

Tabla 34 Medidas simétricas Nominal, Ordinal e Intervalo

		Valor	**Error típ. asint.**	**T aproximada**	**Sig. aproximada**
Nominal por nominal	Phi	3.727			.005
	V de Cramer	.878			.005
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	.973	.010	52.624	.000
	Correlación de Spearman	.995	.003	55.981	.000[c]
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.874	.021	10.195	.000[c]
N de casos válidos		34			

Nota: a. Asumiendo la hipótesis alternativa, b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula c. Basada en la aproximación normal.

Las medidas simétricas Nominal, Ordinal e Intervalo son valores con los cuales se garantiza la idoneidad del trabajo ya que se analizan varios estadísticos estos valores se muestran altos en el instrumento, los valores son Phi 3.727, V de Cramer 0.878, Tau-b de Kendall 0.973, Correlación de Spearman 0.995 y R de Pearson 0.874.

Resumen Del Modelo De Regresión Lineal Simple

Tabla 35 Resumen del modelo de Regresión Lineal Simple

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	.874	.765	.757	8.81925

Nota: Variables productoras: (Constante), VAR00007 Variable dependiente: VAR00008

El resumen del modelo de Regresión Lineal Simple R de Pearson da como resultado un coeficiente de 0,874 con su proporción de r cuadrado de 0,765 lo que garantiza la investigación en futuras líneas.

Coeficiente Del Modelo

Tabla 36 *Modelo de Coeficientes no Estandarizados*

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	**(Constante)**	-79.347	13.119		-6.048	.000
	Prueba 2	2.550	.250	.874	10.195	.000

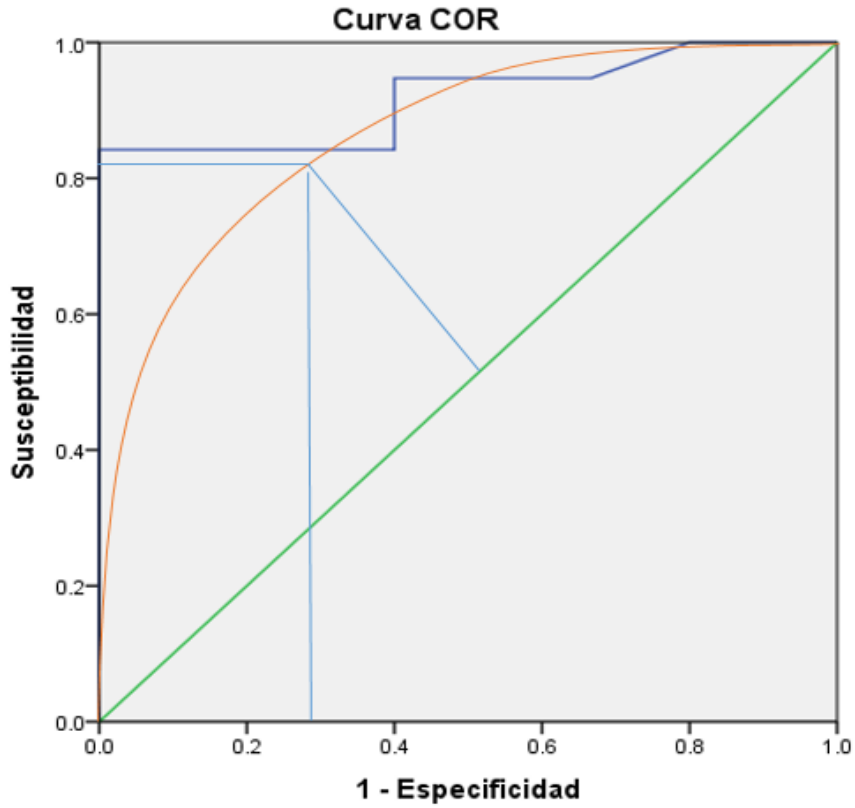
Nota: a. Variable dependiente: Prueba 2

Criterio = Prueba 2550 + -79.347, Root Square Error 8.555923301

El coeficiente no estandarizados y tipificados y se ha encontrado un nivel de 0.874 lo que encuentra un coeficiente alto en la prueba 2 lo que garantiza la satisfacción del instrumento.

2.6. Rendimiento

Figura 24. Curva de rendimiento diagnostico



Nota: Los segmentos diagonales son producidos por los empates, se puede observar que la especificidad se encuentra en el 0.259 y la susceptibilidad en el 0.819 lo que permite decir que el punto de corte es del 45.

Los segmentos diagonales son producidos por los empates, se puede observar que la especificidad se encuentra en el 0.259 y la susceptibilidad en el 0.819 lo que permite decir que el punto de corte es del 45.

Tabla 37 Área bajo la Curva de Rendimiento Total

Variables resultado de contraste: SUMA				
Área	**Error típ.**	**Sig. asintótica**	**Intervalo de confianza asintótico al 95%**	
			Límite inferior	Límite superior
.919	.049	.000	.823	1.000

Nota:

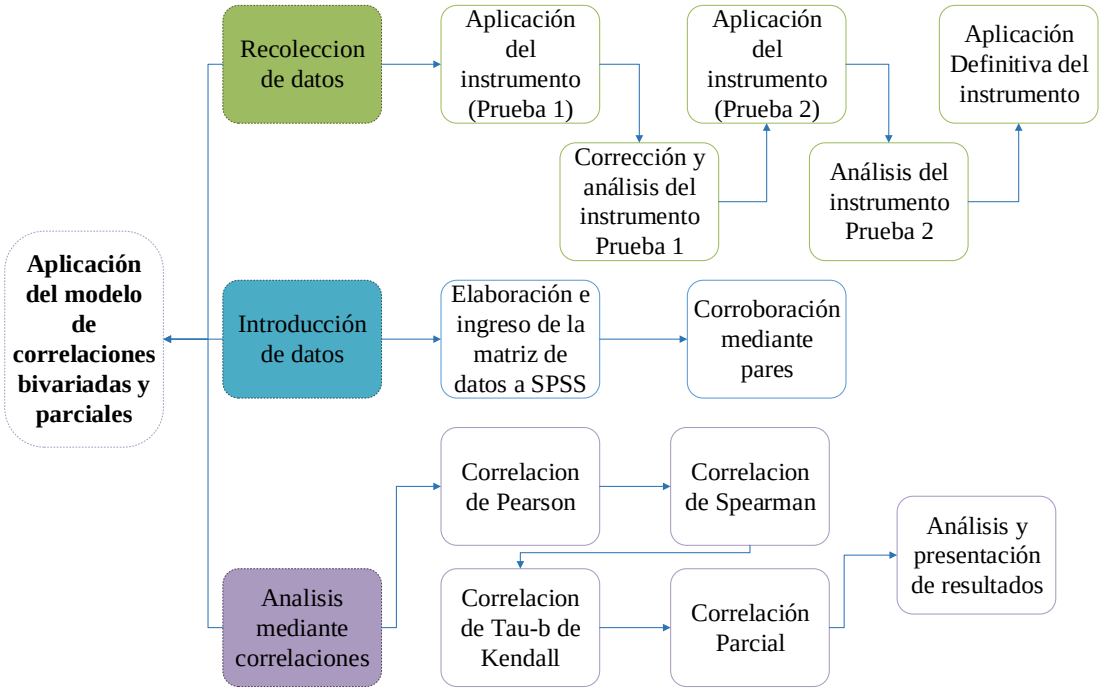
La variable (o variables) de resultado de contraste: SUMA tiene al menos un empate entre el grupo de estado real positivo y el grupo de estado real negativo. Los estadísticos pueden estar sesgados bajo el supuesto no paramétrico la hipótesis nula: área verdadera = 0,919, error típico 0,049<0,05 Por lo tanto, el instrumento es viable y se puede realizar.

CAPITULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3. Análisis de Correlaciones Bivariadas y Parciales con SPSS

Modelo grafico para definir estadísticamente los resultados de investigación, a través de correlaciones bivariadas y parciales con SPSS.

Figura 25. Modelo Gráfico a través del Análisis de Correlaciones Bivariadas y Parciales con SPSS



Nota: El Modelo de Análisis de Correlaciones Bivariadas y Parciales con SPSS consta de tres fases las cuales se dividen en diferentes actividades.

Explicación teórica del modelo estadístico para definir los resultados de investigación

El modelo que se presenta consta de tres etapas, la primera es la recolección de datos que a su vez se divide en 5 sub etapas, la segunda es introducción de datos la cual cuenta con dos sub etapas y la tercera análisis mediante correlaciones que cuenta con 5 sub etapas.

La base de datos que se creó para la aplicación del modelo fue de 326 encuestas aplicadas a los emprendimientos turísticos en sus diferentes áreas como alimentación; alojamiento; diversión y recreación; agencias de viajes y transporte turísticos de Tungurahua los que equivalen a una tasa de retorno del instrumento de

97 % de una muestra total de 337 la que no se pudo alcanzar debido a que la base de datos otorgada por el Ministerio de Turismo y la Cámara de Comercio de Tungurahua no se encontraba actualizada por lo que se pudo observar varias inconsistencias en las direcciones de los diferentes emprendimientos turísticos.

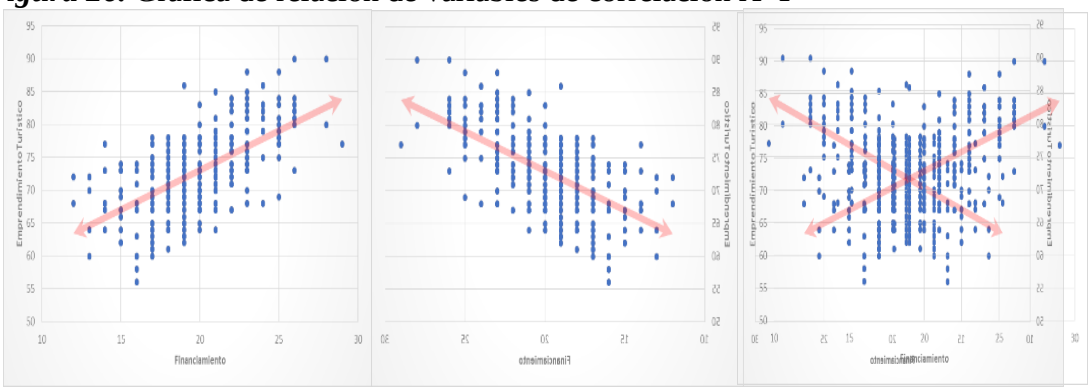
El modelo de Correlaciones Bivariadas y Parciales con SPSS basa su análisis en tres tipos de coeficientes de correlación como son: Pearson, Spearman y Tau-b de Kendall que se presentan a continuación:

Tabla 38 Grado de Asociación de variables

Coeficiente	Interpretación
r=1	**Correlación perfecta**
Mayor que 0.80	**Muy fuerte**
Entre 0.60 y 0.80	**Fuerte**
Entre 0.40 y 0.60	**Moderado**
Entre 0.20 y 0.40	**Baja**
Entre 0 y 0.20	**Muy baja**
r=0	**Nula**

Nota: Rango de fuerza en la correlación

Figura 26. Grafica de relación de variables de correlación X-Y



Relación positiva Relación negativa Relación nula

Nota: La relación es definida por la correlación de las variables y la línea que esta sigue al analizar sus variables.

La gráfica de dispersión muestra líneas positivas, negativas y nulas las cuales al interpretar se podría analizar de la siguiente forma, la positiva a mayor crecimiento, mayor empresas, la relación negativa a menor crecimiento mayor empresas y la nula en la que el crecimiento y las empresas no tienen relación alguna.

3.1. Coeficiente de Correlación de Pearson

El Coeficiente de Pearson es una medida de la asociación lineal entre dos variables (Galindo, 2011). Los valores del coeficiente de correlaciones van de -1 a 1. El signo del coeficiente indica la dirección de la relación y su valor absoluto indica la fuerza. Los valores mayores indican que la relación es más estrecha (Ipiña & Durand, 2008).

3.2. Coeficiente de Correlación de Spearman

La Versión no paramétrica del coeficiente de correlación de Pearson se basa en los rangos de los datos en lugar de hacerlo en los valores reales. Resulta apropiada para datos ordinales, o los de intervalos que no satisfagan el supuesto de normalidad (Churches, 2009).Los valores del coeficiente van de -1 a +1. El signo del coeficiente indica la dirección de la relación y el valor absoluto del coeficiente de correlación indica la fuerza de la relación entre las variables. Los valores absolutos mayores indican que la relación es mayor (Gutierrez, 2011).

3.3. Coeficiente de Correlación Tau-b de Kendall

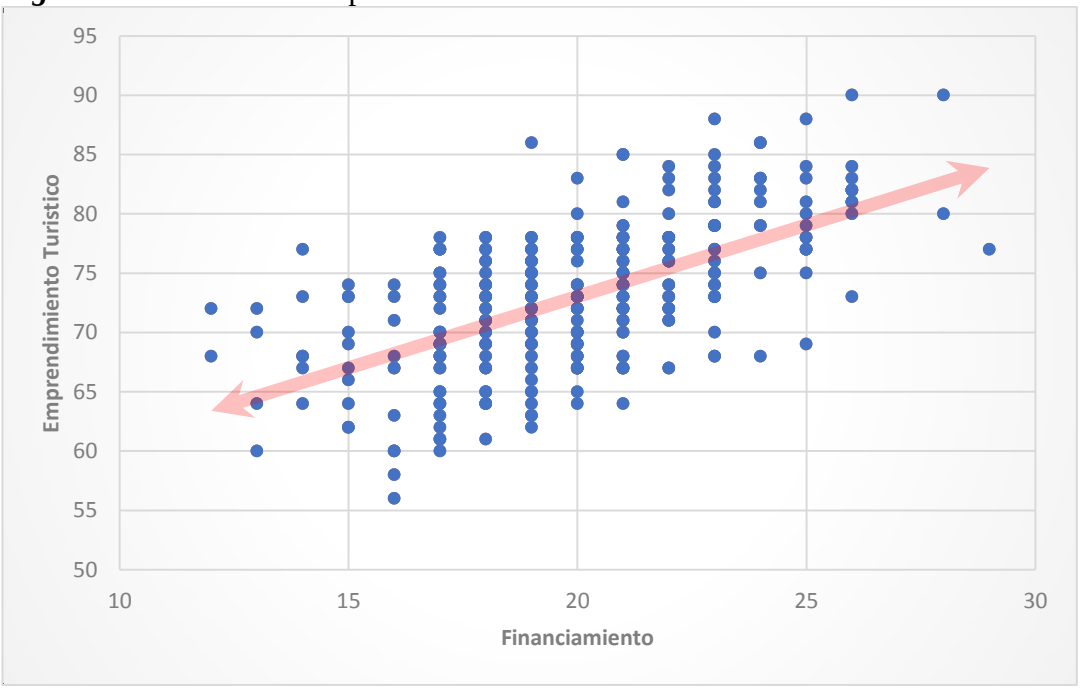
La medida no paramétrica de asociación para variables ordinales o de rangos que tiene en consideración los empates que el signo del coeficiente indica la dirección de la relación y su valor absoluto indica, la magnitud de la misma de tal modo que los mayores valores absolutos evidencian relaciones más fuertes. Los valores posibles van -1 a 1, pero un valor de -1 o +1 solo se puede obtener a partir de tablas cuadradas. (Galindo, 2011).

3.4. Análisis de variables

Explicación operativa del modelo estadístico para definir los resultados de investigación, a continuación, se demuestran los resultados obtenidos con el análisis de correlaciones bivariadas y parciales en SPSS, el cual nos permite verificar la relación que existe entre las variables demográficas y el emprendimiento turístico, también se detalla las características del emprendedor mediante un modelo gráfico.

3.5. Financiamiento

Figura 27. Gráfico de dispersión de financiamiento



Nota: Grafica de dispersión de la correlación entre emprendimiento turístico y financiamiento, en el cual se observa una inclinación positiva.

La representación gráfica del análisis de correlación de emprendimiento turístico y financiamiento revela una inclinación con relación positiva, es decir a mayor financiamiento mayor emprendimiento turístico o menor financiamiento menor emprendimiento turístico, por lo tanto, el financiamiento es altamente influyente al momento de establecer, sustentar y mejorar el emprendimiento turístico de Tungurahua.

Tabla 39 Correlación de Pearson de financiamiento

		EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	FINANCIAMIENTO
EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	Correlación de Pearson	1	.915
	P < Sig.		.000
FINANCIAMIENTO	Correlación de Pearson	**.915**	1
	P < Sig.	.000	

Nota: tabla de correlación de Pearson con valor r = 0.915 y de la significancia p< 0.05.

El coeficiente de correlación de Pearson demuestra entre el emprendimiento turístico y la financiación existe un nivel muy alto de correspondencia con el 0.915 y un valor p< 0.05, por lo que podemos afirmar que el financiamiento determina el éxito de los emprendimientos turísticos.

Tabla 40 Coeficiente de correlación Tau b de Kendall

			EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	FINANCIAMIENTO
Tau b de Kendall	**EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO**	Coeficiente de correlación	1.000	.789
		P < Sig.		.000
	FINANCIAMIENTO	Coeficiente de correlación	**.789**	1.000
		P < Sig.	.000	

Nota: se presenta un nivel de correlación de 0.789 en la correlación de Kendall.

La tabla 40 presenta los resultados del coeficiente de **Tau b de Kendall** en el cual se observa un coeficiente de correlación moderado de 0.789 entre los emprendimientos turísticos y el financiamiento; este coeficiente se obtuvo con los valores ordinales de los datos.

Tabla 41 Coeficiente de correlación Rho de Spearman

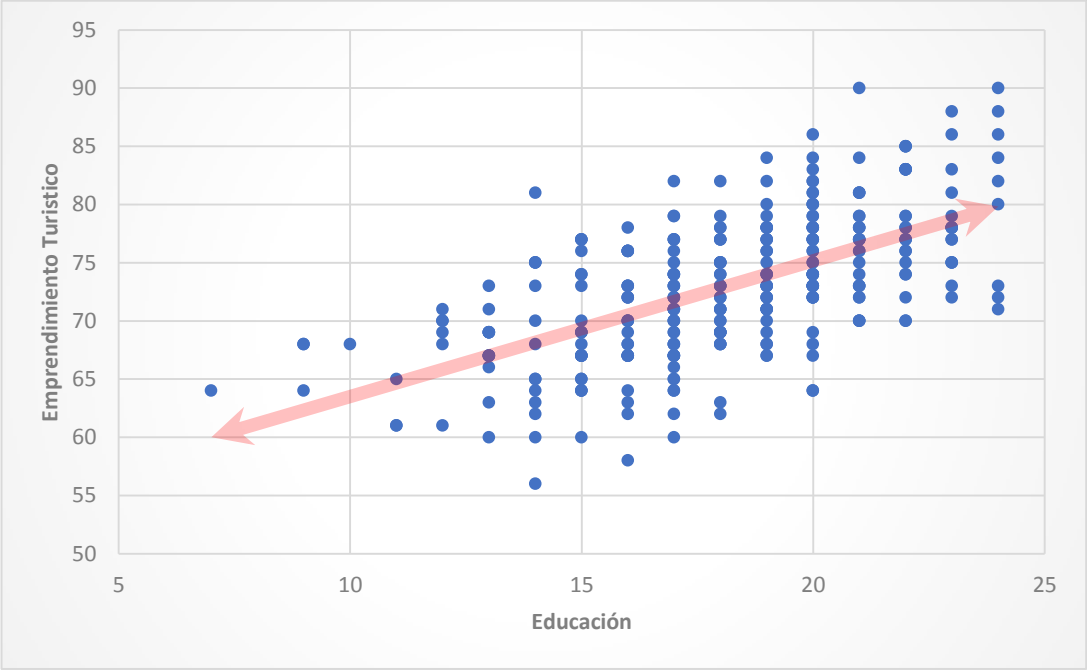
			EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	FINANCIAMIENTO
Rho de Spearman	**EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO**	Coeficiente de correlación	1.000	.899
		P < Sig.		.000
	FINANCIAMIENTO	Coeficiente de correlación	**.899**	1.000
		P < Sig.	.000	

Nota: se presenta un nivel de correlación de 0.899 en la correlación de **Rho de Spearman**.

La tabla 41 presenta los resultados del coeficiente de **Rho de Spearman** en el cual se observa un coeficiente de correlación moderado de 0.899 entre los emprendimientos turísticos y el financiamiento; este coeficiente se obtuvo con los valores ordinales de los datos.

3.6. Educación y Formación

Figura 28. Gráfico de dispersión de Educación y Formación



Nota: Grafica de dispersión de la correlación entre emprendimiento turístico y educación, en el cual se observa una inclinación positiva.

La representación gráfica del análisis de correlación de emprendimiento turístico y educación revela una inclinación con relación positiva, es decir a mayor educación mayor emprendimiento turístico; o, a menor educación menor emprendimiento turístico, por lo tanto, la educación es altamente influyente al momento de establecer, sustentar y mejorar el emprendimiento turístico de Tungurahua.

Tabla 42 Coeficiente de correlación de Pearson de Educación

		EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	EDUCACIÓN
EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	Correlación de Pearson	1	.875
	P < Sig.		.000
EDUCACIÓN	Correlación de Pearson	**.875**	1
	P < Sig.	.000	

Nota: tabla de correlación de Pearson con valor r = 0.875 y de la significancia p< 0.05.

El coeficiente de correlación de Pearson demuestra entre el emprendimiento turístico y la educación existe un nivel muy alto de correspondencia con el 0.875 y un valor p<0.05, por lo que podemos afirmar que la educación determina el éxito de los emprendimientos turísticos.

Tabla 43 Coeficiente de correlación Tau b de Kendall

	EMPRENDIMIENTO	EDUCACIÓN

			TURÍSTICO	
Tau b de Kendall	**EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO**	Coeficiente de correlación	1.000	.793
		P < Sig.		.000
	EDUCACIÓN	Coeficiente de correlación	**.793**	1.000
		P < Sig.	.000	

Nota: se presenta un nivel de correlación de 0.793 en la correlación de Kendall.

La tabla 43 presenta los resultados del coeficiente de **Tau b de Kendall** en el cual se observa un coeficiente de correlación moderado de 0.793 entre los emprendimientos turísticos y la educación; este coeficiente se obtuvo con los valores ordinales de los datos.

Tabla 44 Coeficiente de correlación Rho de Spearman

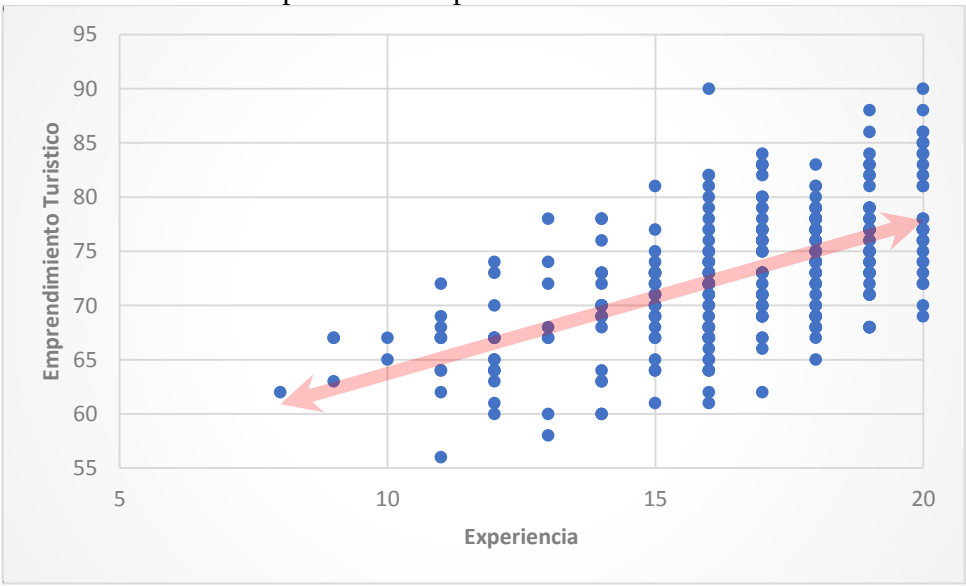
			EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	**EDUCACIÓN**
Rho de Spearman	**EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO**	Coeficiente de correlación	1.000	.881
		P < Sig.		.000
	EDUCACIÓN	Coeficiente de correlación	**.881**	1.000
		P < Sig.	.000	

Nota: se presenta un nivel de correlación de 0.881 en la correlación de **Rho de Spearman**.

La tabla 44 presenta los resultados del coeficiente de **Rho de Spearman** en el cual se observa un coeficiente de correlación moderado de 0.881 entre los emprendimientos turísticos y la educación; este coeficiente se obtuvo con los valores ordinales de los datos.

3.7. Experiencia

Figura 29. Gráfico de dispersión de experiencia



Nota: Grafica de dispersión de la correlación entre emprendimiento turístico y la experiencia, en el cual se observa una inclinación positiva

La representación gráfica del análisis de correlación de emprendimiento turístico y la experiencia revela una inclinación con relación positiva, es decir a mayor experiencia mayor emprendimiento turístico; o, a menor experiencia menor emprendimiento turístico, por lo tanto, la experiencia es altamente influyente al momento de establecer, sustentar y mejorar el emprendimiento turístico de Tungurahua.

Tabla 45 Coeficiente de correlación de Pearson de Experiencia

		EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	EXPERIENCIA
EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	Correlación de Pearson	1	.916
	P < Sig.		.000
EXPERIENCIA	Correlación de Pearson	**.916**	1
	P < Sig.	.000	

Nota: tabla de correlación de Pearson con valor r = 0.916 y de la significancia p< 0.05.

El coeficiente de correlación de Pearson demuestra entre el emprendimiento turístico y la experiencia existe un nivel muy alto de correspondencia con el 0.916 y un valor p< 0.05, por lo que podemos afirmar que la experiencia determina el éxito de los emprendimientos turísticos.

Tabla 46 Coeficiente de correlación Tau b de Kendall

			EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	EXPERIENCIA
Tau b de Kendall	**EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO**	Coeficiente de correlación	1.000	.818
		P < Sig.		.000
	EXPERIENCIA	Coeficiente de correlación	**.818**	1.000
		P < Sig.	.000	

Nota: se presenta un nivel de correlación de 0.818 en la correlación de Kendall.

La tabla 46 presenta los resultados del coeficiente de **Tau b de Kendall** en el cual se observa un coeficiente de correlación moderado de 0.818 entre los emprendimientos turísticos y la experiencia; este coeficiente se obtuvo con los valores ordinales de los datos.

Tabla 47 Coeficiente de correlación Rho de Spearman

			EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	EXPERIENCIA
Rho de Spearman	**EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO**	Coeficiente de correlación	1.000	.921
		P < Sig.		.000
	EXPERIENCIA	Coeficiente de correlación	**.921**	1.000
		P < Sig.	.000	

Nota: se presenta un nivel de correlación de 0.921 en la correlación de **Rho de Spearman**.

La tabla 47 presenta los resultados del coeficiente de **Rho de Spearman** en el cual se observa un coeficiente de correlación moderado de 0.921 entre los emprendimientos turísticos y la experiencia; este coeficiente se obtuvo con los valores ordinales de los datos.

Tabla 48 Correlaciones Parciales

	Variables de control		FINANCIAMIENTO	EDUCACIÓN	EXPERIENCIA
EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	**FINANCIAMIENTO**	Correlación	1.000		
		P < Sig.			
	EDUCACIÓN	Correlación	**.307**	1.000	
		P < Sig.	.000		
	EXPERIENCIA	Correlación	.065	**.593**	1.000
		P < Sig.	.246	.000	

Nota: Las correlaciones parciales demuestra los grados de concordancia con cada una de las variables de financiamiento, educación y experiencia.

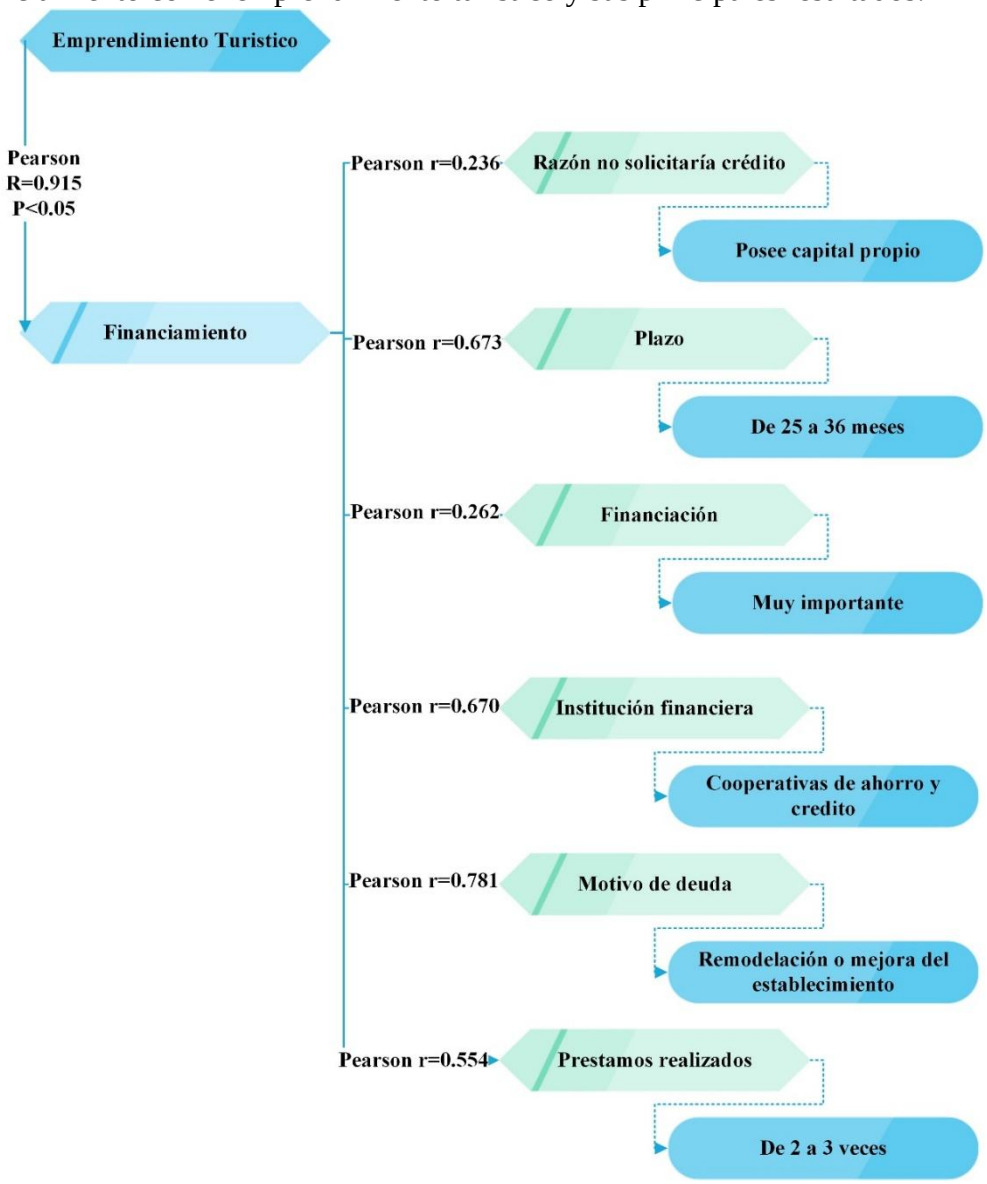
La tala 48 demuestran un nivel de correlación parcial entre el financiamiento, la educación y la experiencia, en el cual se ve reflejado 2 relaciones una baja con 0.307 entre la educación y el financiamiento y una moderada con un valor 0.593 entre la experiencia y la educación, mientras que entre el financiamiento y la experiencia no existe correlación ya que el valor p=0246 (p<0,05).

3.8. Modelos gráficos de los resultados de correlaciones bivariadas y parciales entre los emprendimientos turísticos y las variables demográficas.

Para entender mejor los resultados obtenidos en esta investigación mediante el análisis de correlaciones bivariadas y parciales se muestra a continuación los modelos gráficos de las relaciones existentes con sus principales características obtenidas mediante la recopilación de datos del instrumento y su análisis en SPSS.

En la gráfica 30, 31 y 32 se representa la correlación entre los emprendimientos turísticos y las variables de financiamiento la cual encontró un valor de r=0.915, educación y formación con una correlación con un valor de r=0.875 y la experiencia con la correlación de r=0.916 lo que representa niveles de correlaciones significativas, a su vez se analizan los diferentes indicadores de cada variable y su correlación entre sí, siendo la relación financiera y la educación una de las correlaciones principales.

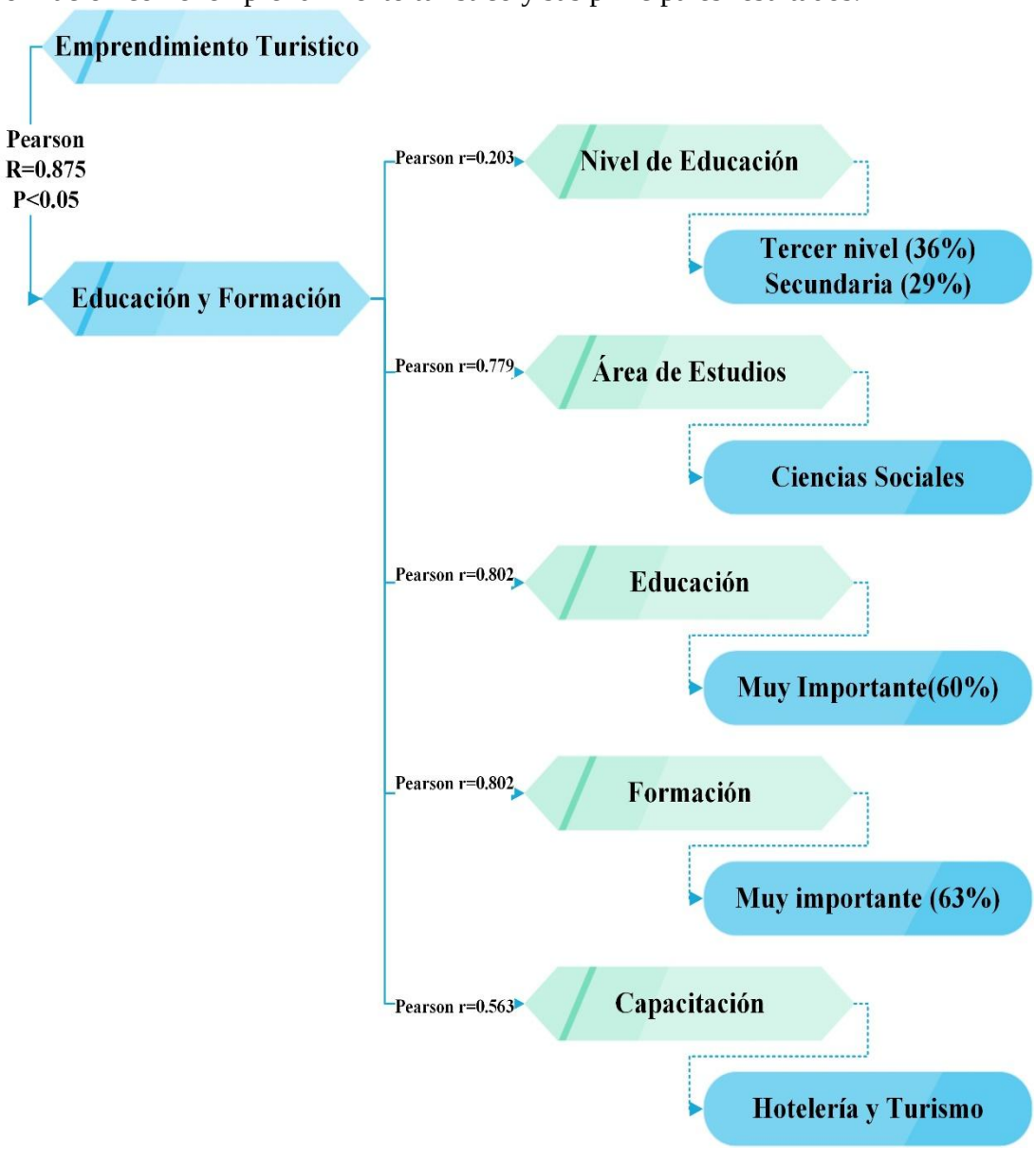
Figura 30. Modelo final de correlación de Pearson de la variable demográfica de Financiamiento con el emprendimiento turístico y sus principales resultados.



Nota: Grafica final de correlación de Pearson de las variables de financiamiento con el emprendimiento turístico y sus principales resultados obtenidos.
Elaborado por: Neto y Ng.

El modelo elaborado muestra la correlación que existe entre la variable de financiamiento y el emprendimiento turístico en cada uno de los resultados alcanzados se encuentra, que la razón de no hacer crédito es principalmente que posee capital propio, el plazo que requeriría para un crédito es de 25 a 36 meses, la financiación es muy importante para el emprendedor, la institución financiera a la que más se inclinan es la cooperativa de ahorro y crédito, el motivo de la deuda es la remodelación o mejora del establecimiento y el préstamo realizado durante el emprendimiento es de 2 a 3 veces.

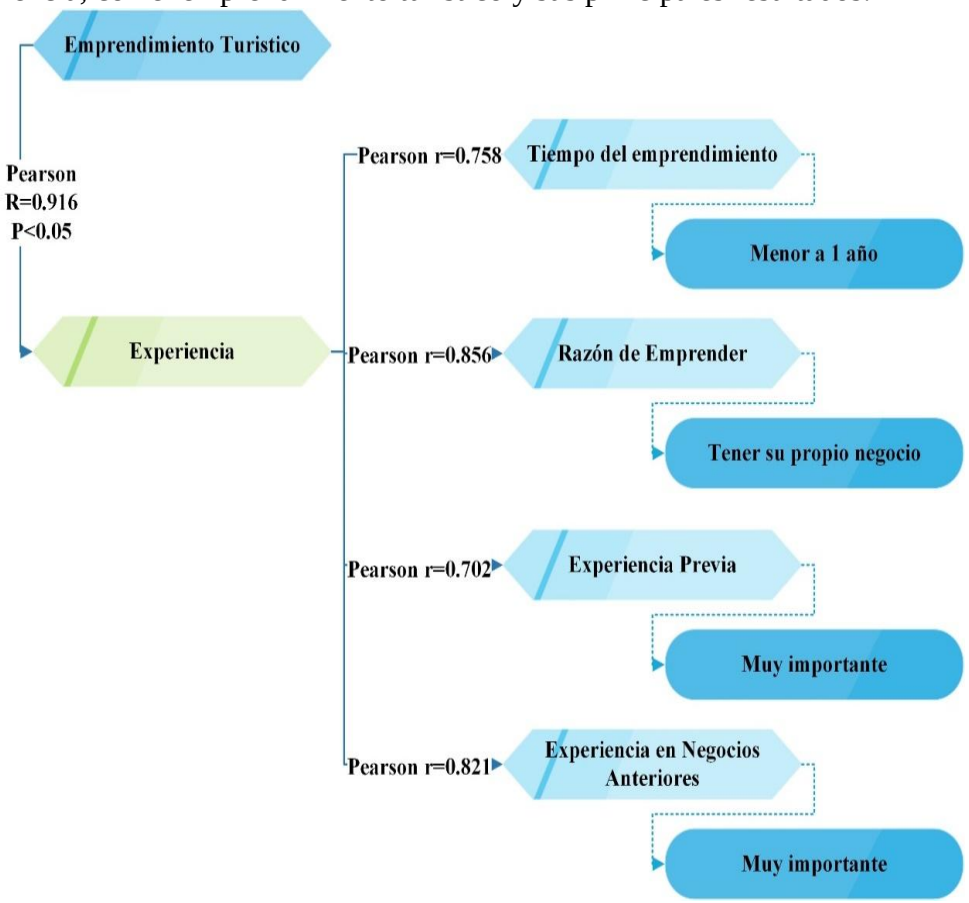
Figura 31. Modelo Final de Correlación de Pearson de la variable de educación y formación con el emprendimiento turístico y sus principales resultados.



Nota: Grafica final de correlación de Pearson de las variables educación-formación con el emprendimiento turístico y sus principales resultados obtenidos.
Elaborado por: Neto y Ng.

El modelo muestra la correlación entre la variable de educación-formación y el emprendimiento turístico en cada uno de los resultados alcanzados se encuentra, que el nivel de educación es de tercer nivel en 36% y secundario en 29%, el área de estudios del emprendedor Ciencias Sociales, consideran a la educación muy importante en 60%, la formación muy importante en 63% y la principal capacitación en el área Hotelería y Turismo.

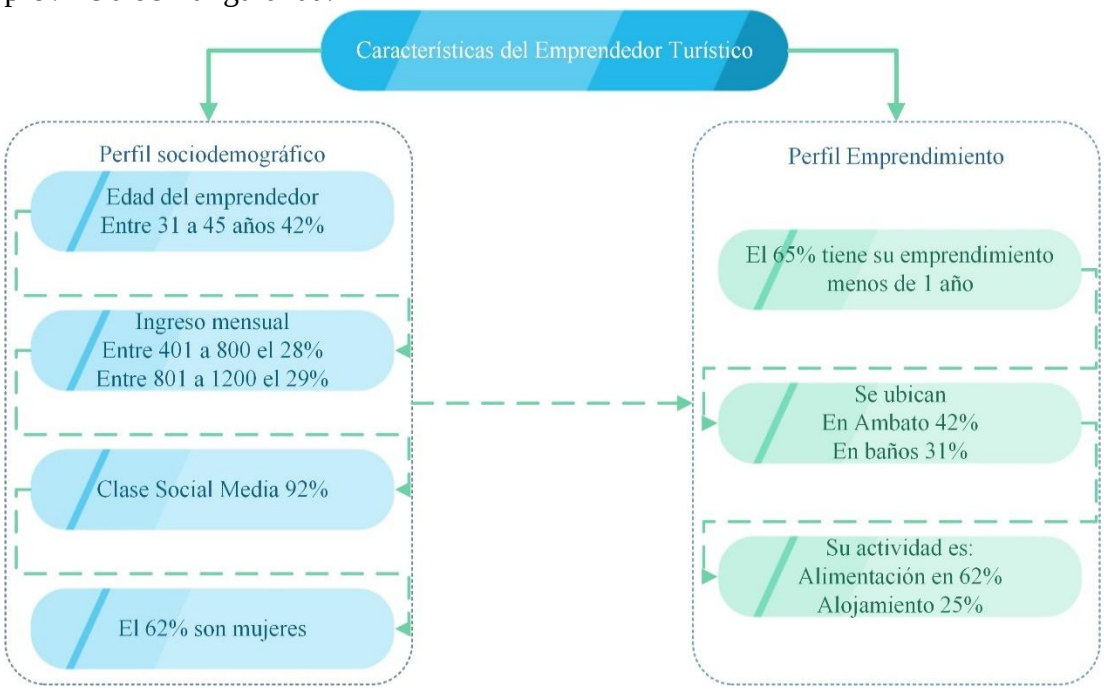
Figura 32. Modelo final de correlación de Pearson de la variable demográfica de experiencia, con el emprendimiento turístico y sus principales resultados.



Nota: Grafica final de correlación de Pearson de las variables experiencia con el emprendimiento turístico y sus principales características obtenidas.
Elaborado por: Neto y Ng.

El modelo muestra la correlación entre la variable de experiencia y el emprendimiento turístico en cada uno de los resultados alcanzados se encuentra, que los emprendimientos son menores a 1 año, la razón de emprender es tener su propio negocio, la experiencia previa es muy importante para el emprendedor al igual que la experiencia en negocios anteriores.

Figura 33. Modelo de características principales del emprendedor turístico en la provincia de Tungurahua.



Nota: Representación gráfica de las características fundamentales del emprendedor Turístico de la provincia de Tungurahua.
Elaborado por: Neto y Ng.

Este modelo muestra características principales del emprendedor turístico en la provincia de Tungurahua en las cuales analizamos que el emprendedor se encuentra entre 31 a 45 años, reciben un ingreso mensual de 401 a 1200 dólares, la clase social es media, y el 62% son mujeres, sus emprendimientos son menores a 1 año se ubican principalmente en los cantones de Ambato y baños y las actividades principales son alimentación y alojamiento.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4. Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Conclusiones

- Para analizar la influencia en el financiamiento se inició con la validación del modelo basado en los factores no psicológicos demográficos del emprendimiento y se procedió con la validación de los mismos mediante jueces, expertos y parte de la población, este procedimiento se realizó en organizaciones relevantes de la provincia de Tungurahua, como por ejemplo, CAPTUR, Cámara de comercio Ambato, turismo Tungurahua entre otros valiosos entes y personajes antes mencionados, los cuales permitieron establecer al financiamiento como una variable para la investigación, se recolectó artículos los cuales permitieron el análisis de variable y finalmente se aplicó el instrumento adaptándolo a la provincia encontrando que este factor está ligado de forma positiva al emprendimiento, si el emprendedor desea crecer necesariamente necesitara financiamiento.
- El financiamiento es la fuente de alimentación necesaria para las actividades comerciales y de emprendimiento por lo que se analizó si el financiamiento influye en el éxito de los emprendimientos turísticos, para ello se obtuvo una base de datos del ministerio de turismo de los cuales se obtuvo una muestra de 337 emprendimientos, 89 de alojamiento, 202 de alimentación, 18 de recreación, diversión, esparcimiento y 28 agencias de viajes y transporte turístico a los cuales se les realizo una encuesta y se obtuvo según los análisis de correlación que existe un nivel muy alto de correspondencia con el 0.915 y un valor $p< 0.05$, por lo que podemos afirmar que el financiamiento determina el éxito de los emprendimientos turísticos.
- Se realizó un meta análisis para contrastar los estudios relacionados encontrados, para lo cual se buscó 200 artículos de los cuales según el criterio de inclusión mencionado anteriormente seleccionaron 44 artículos que concordaban con estudios previos en la categoría de financiamiento en el emprendimiento turístico como España, Costa Rica, México y Colombia, mediante la herramienta STATA se realizó el análisis de los artículos obteniendo un odds de ratio de 1.993 y un valor $p < 0.05$.

- La educación es una herramienta que desarrolla en las personas competencias, conocimientos para emprender, por esto se investigó si la educación y la formación del emprendedor favorece la creación y permanencia del emprendimiento turístico, e el desarrollo de la investigación se encontró que en el meta análisis existe una relación positiva con un valor de odds de ratio de 1.125 y un valor $p< 0.05$, al interpretar el funnel plot de la misma variable se encontró con un margen de error de hasta el 0.05 es decir que el nivel de educación influye hasta un cierto punto en los emprendimientos turísticos sin embargo se debe analizar más profundamente.
- Mientras que al generar el instrumento en los resultados y adaptado al contexto de nuestra comunidad El coeficiente de correlación de Pearson demuestra entre el emprendimiento turístico y la educación existe un nivel muy alto de correspondencia con el 0.875 y un valor $p< 0.05$, por lo que podemos afirmar que la educación favorece a la creación y permanencia de los emprendimientos turísticos. El estudio se relaciona en 0.864, la formación 0.872, la educación en 0.715, el nivel de educación 0.116 y la capacitación en 0.762 en comparación a la variable de educación y formación.
- La experiencia es una variable que influye en la decisión y propensión de la creación de empresas ya que si el individuo tiene una experiencia anterior de acuerdo a la práctica obtenida se formara el negocio, por tal motivo se identificó si el tipo de emprendimiento turístico es influenciado por la experiencia del emprendedor, en el meta análisis se encontró un valor de odds de ratio de 1.11 y un valor p menor al 0.05.
- En los resultados, El coeficiente de correlación de Pearson demuestra entre el emprendimiento turístico y la experiencia existe un nivel muy alto de correspondencia con el 0.916 y un valor $p < 0.05$, por lo que podemos afirmar que la experiencia determina el tipo de negocio del emprendedor.

4.2. Recomendaciones

4.2.1. Recomendaciones Prácticas

- El financiamiento es fundamental para el emprendedor y su idea, por lo que se recomienda que se habrán más fuentes de financiación y oportunidades para el emprendedor, con tasas preferenciales a nuevos emprendimientos, esto permitirá un crecimiento exponencial y permanencia de los emprendimientos en el sector ya que muchos fracasan en los primeros 5 años desde su creación.
- Se encontró que existe un nivel de correlación muy alto por lo que se recomienda capacitar a los emprendedores y actualizar sus conocimientos en las áreas a las que se dedican y reforzar en las áreas que lo necesitan.
- Para iniciar un emprendimiento se recomienda tener experiencia en el área creada para que el emprendimiento prevalezca sin embargo esto va ligada a la formación y mejoramiento continuo.

4.2.2. Recomendaciones de Metodología

- Para el meta análisis se recomienda revisar el máximo de artículos e investigaciones posibles que estén acorde a las características del entorno a investigar y adaptar los instrumentos al lenguaje común de la sociedad en donde se va a desarrollar la investigación esto permitirá acelerar el proceso investigativo y evitar posibles conflictos de recolección de datos por comunicación errónea.
- Analizar fuentes de varios países e idiomas ya que en las bases investigadas no existe abundante información sobre la experiencia en el emprendimiento.

4.2.3. Recomendaciones de futuras líneas de investigación

- A partir del financiamiento se pueden derivar investigaciones de las cuales se recomienda el tiempo de préstamo, el plazo y el motivo que el emprendedor tiene para solicitar financiamiento ya que estas variables cuentan con correlación alta en el financiamiento y el emprendimiento.
- Se recomienda utilizar lenguaje sencillo en el instrumento de acuerdo con la población de estudio, ya que muchos emprendedores no cuentan con educación de segundo y tercer nivel, esto complica la aplicación del instrumento.

- Se recomienda investigar el factor de experiencia del emprendedor a profundidad debido a que la variable del tiempo de trabajo cuenta con una correlación de 0.876, la razón de dejar su anterior trabajo correlación de 0.879, importancia de experiencia con una correlación de 0.853 y la importancia en negocios anteriores similares y su correlación de 0.938 las cuales son identificadas con valores altos en la investigación.

Bibliografía

Albert, L., Michaud, Y., & Piotte, R. (1991). La Direccion Del Personal . Barcelona: Herder.

Alcaraz, & Rafael. (2006). El Emprendedor De Exito. Mexico: Mcgraw-

Hill/Interamericana.

Alcover, C., Martinez, D., Rodriguez, F., & Dominguez, R. (2004). Introduccion A La Psicolagia Del Trabajo. Madrid: Mcgraw-Hill.

Alfonso, O. (2008). Planificiòn Financiera Estratègica . Mexico: Megicana.

Almoguera, J. (2009). Manual Practico Del Emprendedor . Emprendedores , 154.

Alvares, J., Alvares, I., & Bullòn, J. (2006). Introduccion A La Calidad. Aproximacion A Los Sistemas Y Herramientas De La Calidad. En J. Alvares, I. Alvares, & J. Bullòn, Introduccion A La Calidad (Pág. 5). Madrid, España: Ideaspropias Editorial.

Alvarez, I. (2006). Introduccion A La Calidad. En I. Alvarez, Introduccion A La Calidad (Pág. 136). España: Ideaspropias Editorial.

Amoros, J., & Pizarro, O. (2006). Mujeres Y Dinamica Emprendedora Un Estudio Exploratorio. Universidad Y Empresa, 19.

Artiaga, E., & Virginia, L. (2011). Educacion Y Emprendimiento En Las Universidades Ecuatoriana . Graduate School Of Management , 53.

Ascanio, A. (2012). Teoria Del Turismo. Mexico : Trillas.

Asociacion Incubadora. (2010). Diagnostico Sobre La Situacion Empendedurismo En Centroamerica. Bcie, 146.

Barra, V. (2007). La Necesidad De Logro Y La Experiencia Del Emprendedor: Elementos Clave En El Crecimiento De La Nueva Empresa . Revista De Contabilidad Y Dirección, 138.

Bentancor, A., Gonzales , L., & Ureta, C. (2015). Desafios De La Politica Publica Para Un Crecimiento Con Equidad De Genero. Chile: Yankovic.Net.

Bernal, C. (2010). Metodología De La Investigación. Colombia : Pearson.

Bernal, C. (2010). Metodologìa De La Ivestigaciòn . Colombia : Pearson Educations .

Bittel, L., & Ramsey, J. (2008). Enciclopedia Del Management. Barcelona: Oceano.

Bolten, S. (1992). Administracion Financiera. Mexico: Limusa.

Bonilla , R., & Garcia , J. (2014). Caracterizacion Del Perfil Emprendedor En Graduados . Minizales , 107.

Bote, V., Such, M., & Escot, L. (2005). Curso De Financiaciòn Del Sector Turìstico . Marid: Mcgrawn Hill.

Brousse, C., & Bugmann, M. (S.F.). Caracterizacion De La Mujeres Emrendedoras En El Ribro.

Buitrago, M. (2014). Caracterizacion Del Comportamiento Emprendedor . Universidad Del Rosario, 41.

Cane, M. (2009, Mayo 8). Ser Gerente.

Cañada, E. (2010). Turismo En Centroamerica Nuevo Escenario De Conflicto Social. Prisma, 40.

Capriotty, P. (2008). Planificacion Estrategica De La Imagen Coorporativa . Ariel Comunicacion , 30.

Cardona, M., Montes, I., Vasquez, J., Villegas, M., & Tatiana, B. (2009). Una Mirada Desde La Educacion Y La Experencia Laboral. Eafit, 40.

Carrasco, I., & Castaña, S. (2008). El Emprendedor Schumpeteriano Y El Contexto Social. Ice, 14.

Carrazco, C., Maldonado, S., & Lopez, V. (2014). Evaluacion De La Validez Y Confiabilidad De Un Instrumento De Medicion De La Gestion . Revista Internacionalidad Administracion Y Finanzas , 141.

Castiblanco, M., & Suelen , E. (2013). La Construccion De La Categoria De Emprendiento Femenino . Facultad De Ciencias Economicas , 15.

Castiblanco, S. (2013). La Construccion De La Categoria De Emprendimiento Femenino. Fundacion Universitaria Konrad, 14.

Castillo, B., Areyuna, J., & Villegas, R. (2008, Septiembre 29). Gestion En Equipo.

Castro, J., Delgado, P., & Rodríguez, C. (2014). Emprendimientos Turisticos . Bogota: Camps.

Castro, L., Delgado, A., & Rodriguez, L. (2016). Emprendimiento Turisticos. Bogota: Camps.

Chiavenato, I. (2002). Gestion Del Talento Humano. Colombia: Mcgraw.Hill Interamericana.

Chiavenato, I. (2007). Administracion De Recursos Humanos (Octava Ed.). Mexico: Mcgrawhill.

Chivas. (2009). Baroetro De Emprendimiento De Exito En España . Mit Techonology, 126.

Churches, A. (2009, Octubre 1). Eduteka.

Churchill, W. (2014). El Èxito No Es Definitivo, El Fracaso No Es Fatal. Mexico: Offset Rebosan.

Ciavenato, I. (2007). Administracion De Recursos Humanos . Mexico: Mcgraw Hill.

Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Amon, O. (2011). Análisis De Los Factores Que Influyen El Emprendimiento Y La Sostenibilidad De Las Empresas Del Area Urbana De Cuenca . Cuenca : Maskana.

Correa, E. (2006, Noviembre 9). Gestiopolis.

Cosse, I. (S.F.). La Revistas De La Mujer Moderna En Argentina.

Crespo, M. (2010). Academia Edu.

Cruz, N., Barahona, J., & Rodriguez, A. (2004). Analisis De La Formacion Y La Experiencia Laboral Como Determinantes Del Espiritu Emprendedor De Los Estudiantes Universitarios . Universidad De Valladoid, 16.

Cruz, N., Barahona, J., & Rodriguez, A. (2009). Analisis De La Formacion Y La Experiencia Laboral Como Determinates Del Espìritu Emprendedor . Revista Asturiana De Economia , 16.

David, R. (2012). Gestion Efectiva De Los Emprendimientos Sociales . Estados Unidos .

De La Torre, O. (2012). Turismo Actividad Mundial. Mexico: Trillas.

Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2007). Investigación Fundamentos Y Metodología . Mexico: Pearson .

Demajorovic, J., Aledo, A., Landy , B., & Mantovani, A. (2011). Analisis Del Crecimiento Del Turismo Residencial En El Mediterraneo. Centro Universitario, 25.

Dieguez, I., Sinde, A., & Guimonde, A. (2014). Actividad Empresarial Y Resultados Percibidos Mas Alla De La Racionalidad Economica El Caso Del Turismo Rural. Turismo Y Patrimonio Cultural Passo, 15.

Dolado Cosín, J. J. (2007). Técnicas Cuantitativas Para La Gestión En La Ingeniería Del Software. España: Jdghfjk.

El Caso De La Acerìa. (S.F.).

Elizundia , M. (2014). Desempeño De Nuevos Negocios Prespectiva De Genreo . Unam, 19.

Emakumeare, E. (2013). La Evluacion Del Impacto En Funcion Del Generoo En Emprendimientos Y Pymes . Instituto Vasco De La Mujer, 26.

Empresas, O. (2010). Primera Encuesta De Microemprendimiento. Observatorio Empresas, 59.

Eoi. (2003). Identificacion De Las Causas De Fracaso De Emprendedores Y Busqueda De Soluciones A Traves De Metodos De Aprendizaje Experimental. Eoi Escuela De Negocios , 120.

Escribano, G. (2009). Gestion Financiera. España: Learnin Paraninfo.

Espinoza, J., Azua, A., Sepulveda, F., & Amoros, E. (2014). El Perfil Del Re-Emprendedor Naciente : El Caso Chileno. Un Journal De Asfae Chlile , 13.

Espinoza, J., Azua, A., Sepulveda, F., & Amoros, J. (2015). El Perfil Del Emprendedor Naciente . Journal De Asfae, 13.

Fernandez , C., Santander , P., & Yànez , D. (2013). Profundizando En Las Experiencias De Emprendimieto Femenino Del Sector Turistico. Chile: Xdegrafis.

Fernandez , M., & Martinez, L. (2010). Particiaion De Las Mujeres En Las Empresas Turisticas Privadas Y Comunitarias. Cuadernos De Turismo, 25.

Fred, W., & Eugene, B. (2008). Manual De Administracion Financiera. Mexico: +.

Fuentelsaz, L., & Gonzalez, C. (2015). El Fracaso Emprendedor A Traves De Las Institucion Y La Calidad Del Emprendimiento. Madrid: Portal Universia.

Fuentelzas, L., & Montero, J. (2015). Que Hace Que Algunos Emprendedores Sean Mas Innovadores . Universia, 19.

Fuentes, F., & Sanchez, S. (2010). Analisis Del Perfil Emprendedor Una Persspectiva De Genero. Estudios De Eonomia Aplicada, 29.

Galindo, E. (2011). Estadistica Metodos Y Aplicaciones. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Gallagher, T., & Andrew, J. (2001). Administracion Financiera . Bogota: Pearson.

Garcia , C. (2014). Especificacion De Un Modelo De Emprendedurismo Social. Razon Y Palabras , 40.

Garcia, F., & Sanchez, S. (2010). Analis Del Perfil Emprendedoruna Prespectiva De Genero. Estudios De La Economia Aplicada, 27.

Garzozi, R., Messina, M., Moncada, C., Jose, O., Ilabel, G., & Zambrano, R. (2014). Planes De Negocio Para Emprendedores . Proyecto Latin , 150.

Gitman, L. (2000). Administracion Financiera Basica . Mexico: Industria Editorial Mexicana.

Gitman, L. (2003). Principios De Administracion Financiera. Mexico: Pearson.

Global Entrepreneurship. (2013). Emprendimiento Y La Mujer . Guatemala: Universidad Francisco De Marroquin .

Gobierno De Chile . (2009). Agenda Productividad Innovacion Y Crecimieno. Gobierno De Chile , 36.

Gome, M., & Satizabal, K. (2011). Educación En Emprendimiento Fortalecimiento De Competencias Emprendedora. Economia Gestion Y Desarrollo, 31.

Gomez, A. (2010). Factores Que Inciden En La Genesis Y Desarrollo De Emprendimientos Turisticos . Patagonia Argenina , 99.

Gomez, E., Lafuente, E., Vallant, Y., & Gomez, L. (2015). El Impacto Diferenciado De La Autoconfianza, Los Modelosn De Referencia Y El Miedo Al Fracaso Sobre Los Jovenes Emprendeores . Revista Innovar, 173.

Gomez, L., Balkin, D., & Cardy, R. (2008). Gestion De Recursos Humanos. Madrid: Pearson .

Gomez, M. (2006). Introduccion A La Metodologia De La Investigaciòn Cientifica . Argentina: Brujas .

Gomez, N. (2009, Julio 31). Calidad Y Gestion Empresarial.

Gonzales, F. (2012). Creacion De Empresas Guia Del Emprendedor. Madrid: Piramide.

Gonzales, H., Campo, C., & Galvez, E. (2008). Modelo De Emprendimiento En Red-Mer. Aplicacion De Las Teorias Del Emprendimiento . Revista Latinoamericana De Administracion , 20.

Gonzalez, F. (2009). Creacion De Empresas Guia Del Emprendedor . Madrid: Piramide.

Gonzalez, M. (2009). Turismo Para Agentes Emprendedores De Negocios En Pymes. Cep, 483.

Guayasamin, F. (2013, Junio 10). Pais Canela Legal (Blogspot).

Gutierrez, G. (2011). Educacion Emprendedora. Retos, 20.

Haley, S. (2004). Administracion Financiera . Mexico: Editorial Mcgraw- Hill.

Halra. (2011, Marzo 24). Estuario Social.

Harold, B. (1987). Planificacion Financiera Estrategica. Mexico: Continental.

Henriquez, M., Mosquera, C., & Arias, A. (2010). La Creacion De Empresas En Colombia Desde Las Percepciones Femeninas Y Maculinas . Pontificia Universidad Javeriana- Cali, 17.

Hernandez , J. (2013). La Educacion Empresarial Para El Emprendedor Cultural . Forum Empresarial, 26.

Herrera, D., Mas, E., Olivella, M., Ruidor, X., & Villar, V. (2014). Emprendimiento En Cataluya: Actividad, Educacion Y Poloticas . Cctesc, 30.

Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2010). Tutoría De La Investigación Científica . Quito: Graficas Corona.

Ind, N. (1992). La Imagen Corporativa . Diaz De Santos, 84.

Ipiña, S., & Durand, A. (2008). Inferencia Estadistica Y Analisis De Datos. España: Pearson Education.

Jalbert, T., & Jalbert, M. (2014). Evaluacion De La Validez Y Confiabilidad De Un Instrumento De Medicion De La Gestion De La Diversidad: Industria Aereoespacial. Revista Internacional Administracion Y Finanzas , 141.

Joan, A. (2000). Planificacion Financiera. Barcelona : Eada Gestion.

Justo, R. (2012). El Emprendiiento Desde Una Perspectiva De Genero. Ie Business School, 53.

Kanashiro, R. (2011). Proyecto De Desarrollo Y Fortalecimiento Del Turismo Rural. Turismo, 120.

Keith, B., William, F., David, M., & Thomas, P. (1987). Metodo De Casos En El Estudio De Finanzas. Mexico: Continental .

Kotler, P., Armstrong, G., & Wong, V. (2000). Introduccion Al Marketing. Madrid: Pearson.

Lado, R., Vivel, M., Otero, L., & Neira, I. (2011). Barreras Del Emprendimiento Hotelero. Tourist , 7.

Laso, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Izquierdo, E. (2014). Global Entrepreneurship Monitor. Espae, 86.

Malacara, A., Sandoval, G., & Becera , M. (2013). Identificacion De Las Buena Practicas De Gestion Empresarial Ecoturisticas. International Review Of Bussines , 16.

Manzur, B., & Mira, B. (2005). Caracterizacion De La Mujeres Emprendedoras . Turismo, 92.

Martinez, C., & Rubio, A. (2012). El Emprendimiento Social, Una Comparativa Entre España Y Paises Subdamericanos . Revista Fir,Faedpyme, 12.

Marulanda, J., Correa, G., & Mejia, L. (2009). Emprendimiento: Visiones Desde Las Teorias Del Comprtamiento Humano. Revista Escuela De Adminstracion De Negocios , 17.

Mavila, D., Tinoco, O., & Campos , C. (2009). Factores Infuyentes En La Capacidad Emprendedora De Los Alumnos De La Universidad San Marcos . Revista De La Facultad De Ingenieria Industrial, 8.

Mayoral, L., Ferrer, S., & Carmen, M. (2014). Emprendedorismotecnologico Y Genero En Argentina . Revista Facultad De Ciencias Economicas , 13.

Messina, M., & Hochsztain, E. (2015). Factores De Exito De Un Emprendimiento. Tec Empresarial, 10.

Mexico, B. D., Valores, C. N., & Bid. (2011). Encuesta Nacional De Competitividad, Fuentes De Financiamiento Y Uso De Servicios Financieros De Las Empresas. 35.

Mondy, W. (2010). Administracion De Recursos Humanos. Mexico: Pearson.

Montequin, R. (2007). Tematicas Emergentes En El Turismo Rural. Cturdes, 18.

Moreno, J., & Sergio, R. (2008). La Administracion Financiera Del Capital De Trabajo. Mexico: Continental.

Murguialday, C., Moreno, D., Tovar, N., Carraro, F., & Puigdueta, I. (2015). ¿Equidad De Genero En El Turismo?Muchas Sombras Pocas Luces. Foro Turismo Responsable, 164.

Navarro, J. (2015, Mayo 21). Revista Lideres . Obtenido De

Nevado Peña , D. (1999). Control De Gestion Social: La Auditoria De Los Recursos Humanos. Cuenca: La Mancha.

Nieto, Y. (2012). Eduacion Para El Emprendimiento. Universidad De Cantabria , 50.

Novelo Rosado, S. (2001). El Mito De La Iso 9001: 2000 / The Myth Of The Iso 9001: 2000. España: Uyu.

Olmos, Lourdes; Garcia, Rafael. (2011). Estructura Del Mercado Turistico. Madrid: Paraninfo.

Ortigoza, E., Vargas , M., Villalva , S., & Cuevas , T. (2007). Percepcion De Los Factores Que Inhiben El Emprendedurismo En Los Estudiantes De Negocios . Universidad De Juarez, 13.

Ortiz, A. (2004). Gerencia Financiera . Colombia: Interamericanas.

Ortiz, C., Duque, Y., & Camargo, D. (2008). Una Revision A La Investigacion En Emprendimiento Femenino. Facultad De Ciencias Econoicas , 21.

Ortiz, M. (2013). El Fracaso De La Microempresa Relacionado Con Las Caraceristicas Individuaes Del Propietario:Un Estudio Empririco En Republica Dominicana . Revista Fir,Faedpyme Internacional Review, 10.

Ortiz, P., & Angel, O. (2013). Acitudes Y Competencias En Los Emprendimiento De Los Jovenes En España. Facultad De Economia Y Empresas Uiversisdad De Murcia , 19.

Oscar, V., & Franklin, V. (2013). Evaluacion Del Nivel Socioeconomico. Rev. Cuerpo Med., 45.

Pàjaro, D. (2002). La Formulaciòn De Hipotesis . Mexico: Irenat.

Palacios, I. (2013). Estrategias De Comunicación Organizacional En La Gestión De La Identidad Corporativa Del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Del Cantón Mera. Ambato, Tungurahua, Ecuador.

Pardo, C., & Alfonso, W. (2015). Analisis De Los Principales Factores Del Fracaso De Los Emprendimientos En Colombia. Failureinstitute, 77.

Parra, E., & Calero, F. (2006). Gestion Y Direccion De Empresas Turisticas . Madrid: Mcgraw-Hill/ Interamericanas .

Pereyra, E. (2012). Generar Y Desarrollar Microemprendiientos El Caso De Las Mujeres De Palpala. Cuadernos De La Facultad De Humanidad Ciencias Sociales, 22.

Perez, C., Zizumbo, L., & Miranda , S. (2012). Imcorporacion Al Turism Rural Y Transformacion Del Habitus En La Mujer Campesina De San Pedro Atlapulco. Rosa Dos Ventos , 20.

Perez, D., Yabar, B., & Amaro, J. (2010). Juventud Y Emprendimiento En Cultura Turismo Y Moda . Juventud , 16.

Pineda, J. (2014). Emprendimiento Y Género Caso De La Industria De Belleza En Bogota. Sociedad Y Economia , 32.

Poblete, C., & Amoros, J. (2012). Reporte De La Region Metropolitana De Chile . Gem, 53.

Puchol, L. (2011). El Libro Del Emprendedor . España: Diaz De Santos.

Pulido, I., & Antonia, S. (2011). Estructura General Del Mercado Turistico. España: Sintesis .

Quevedo, L., Izar, J., & Romo , L. (2010). Factoren Endogenos Y Exogenos De Hombres Y Mujeres Emprendedores De España. Iyc, 8.

Quintana, C. (2001). Dimensiones Del Èxito De Las Empresas Emprendedoras. Investigaciones Europeas De Direccion Y Economia De La Empresa , 20.

Quintana, C. (2001). Dimensiones Del Exito De Las Empresas Emprendedoras . Investigaciones Europeas De Direccion Y Economia De La Empresa, 158.

Ramirez, C. (2006). Vision Integral Del Turismo. Mexico: Trillas.

Ramirez, C. (2007). Gestion Administrativa Para Empresas Turisticas . Mexico: Trillas.

Revista Lideres. (2012, Noviembre 4). Revista Lideres.

Robayo, G. (2002). El Emprendimiento Y La Educacion No Siempre Van A La Misma Direccion . Estados Unidos .

Rodriguez, J. (2007). Administracion Moderna De Personal. Mexico: Cengage Learning .

Roger, F., Willian, U., & Bruce, P. (2005). Si Deacuerdo. En F. Roger, U. Willian, & P. Bruce, Como Negociar Sin Ceder (Págs. 12-13). Bogota, Colombia : Norma S.A.

Rojas, R. (2002). Metodos Para La Investigacion Social. Mexico: Plaza Y Valdes.

Romero, L. (2007, Agosto 10). Gestiopolis. Recuperado El Diciembre 6, 2015, De Gestiopolis.

Rosell, J., Viladomiu, L., & Frances, G. (2007). Particiapcion De Las Mujeres Como Promotoras De Proyectos Leader . Leader, 12.

Rosenberg, J. (2008). Dictionary Of Bussines And Managenet . New Yok : Wiley Y Sons .

Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2004). Fundamentos De Finanzas Coorporativas . Mexico: Mcgraw-Hill.

Rovayo, G. (2011). El Emprendimiento Y La Educacion No Siempre Van De La Mano. Bussines School, 8.

Ruiz, J., & Coduras, A. (2005). Mujer Y Desafìo Emprendedor En España. Ie Business , 10.

Salina , F., & Osorio, L. (2012). Emprendimiento Y Economia Social, Oportunidades Y Efectos En Una Sociedad En Transformacion . Revista De Economia Pùblica , 25.

Sampiere, R., Collado, C., & Baptista, M. D. (2010). Metodologia De La Investigaciòn. Mexico: Mcgraw-Hill/Interamericana.

Sanchez, S., Royo, I., Lacomba, J., Mari, E., & Benlloch, C. (2014). Mujere Imigrantes Emprendedoras En El Medio Rural. Ager, 43.

Suàres, A. (2006). Decisiones Òptimas De Inversiòn Y Financiaciòn En La Empresa . Madrid : Ediciones Piramide.

Talón, P., Abad, P., & Gonzales, L. (2014). Emprendimiento De La Mujer En El Ambito Rural El Turismo Como Motor De Desarrollo. Esik Market Economics, 26.

Tinoco, O. (2008). Medicion De La Capacidad Emprendedora . Facultad De Ingenieria Industrial , 6.

Toalambo, L. (2009, Mayo 31). Empresa Frito Lay Ecuador.

Udaondo, M. (1992). Gestion De La Calidad. En M. Udaondo, Gestion De La Calidad (Pág. Xi). Madrid, España: Diaz De Santos S.A. Recuperado El Octubre 25, 2015.

Unidad De Estudios Ministerio Economia. (2014). Emprendimiento Y Generacion De Empleo. Microemprendimiento, 19.

Universidad Carlos Iii Madrid. (2011). Formacion Profesional Y Turismo Sostenible . 233: Universidad Carlos Iii Madrid.

Valls, J., Cruz, C., Torruella, A., Juanes, E., Canessa, M., & Hormiga, E. (2012). Causas Del Fracaso De Los Emprendedores. Pocket Redemprendia, 82.

Varo, J. (1993). Gestion Estrategica De La Calidad. En J. Varo, Gestion Estrategica De La Calidad (Pág. 588). Mexico: Diaz De Santos S.A.

Varo, J. (1994). Gestion Estrategica De La Calidad En Los Servicios Sanitarios. En J. Varo, Gestion Estrategica De La Calidad En Los Servicios Sanitarios (Pág. 551). Madrid: Edciones Diaz De Santos S.A.

Veciana, J. (2003). Manual De Creacion De Empresas. Barcelon: Uab.

Villar, J. (1999). La Auditoria De Los Sistemas De Gestion De Calidad. En J. Villar, La Auditoria De Los Sistemas De Gestion De Calidad (Pág. 220). Mexico: Fc Editorial.

Wallingre, N. (2008). Crecimiento Y Factores De Cambio Del Turismo Y La Hoteleria. Fasiola, 25.

Wallingre, N. (2010). Aportes Del Turismo Al Desarrollo Local. Turismo En Analisis, 28.

Weston, F., & Brigham, E. (2006). Manual De Administracion Financiera . Mexico: Interamericana .

Yusmidia, S.(2004). Proceso De Resistencia Y Reconstruccion Colectivo Emprendidos Por Mujeres Desplazada Por La Violencia En Colombia . Polis, 10.