



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Modelo de gestión administrativa basado en el impulso y perspicacia como factores determinantes del sector hotelero”**

**AUTOR: Braulio Sebastián Herrera Moya**

**TUTOR: Dr. Juan Carlos Castro Analuiza**

**AMBATO – ECUADOR**

**Diciembre 2017**




## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Dr. Juan Carlos Castro Analuiza**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “**Modelo de gestión administrativa basado en el impulso y perspicacia como factores determinantes del sector hotelero**” presentado por el señor **Braulio Sebastián Herrera Moya**, para optar por el título de Ingeniero 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, 14 de noviembre del 2017

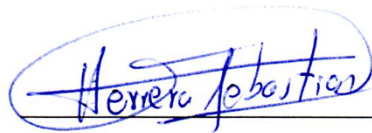


**Dr. Juan Carlos Castro Analuiza**

**C.I.: 020180176-8**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Braulio Sebastián Herrera Moya**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título en Ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.




---

**Braulio Sebastián Herrera Moya**  
**C.I.: 1804540126**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL 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.



**Dr. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría**  
**180264389-8**



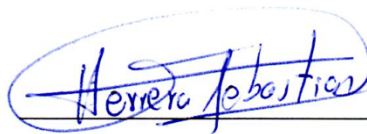
**Psicóloga María Cristina Abril Freire, Magister**  
**C.I.: 180332417-5**

Ambato, 14 de noviembre del 2017

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo 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.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de las Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



---

**Braulio Sebastián Herrera Moya**  
**C.I.: 1804540126**

## **DEDICATORIA**

*En la presente investigación hago una dedicatoria muy especial a mi abuelita la señora: Lilia Graciela Moya Quiroga (+), quien desde un principio fue mi apoyo de lucha por alcanzar mis metas, de quien recibí su apoyo y consejos y siempre estuvo cuidando de mí, también forman parte de esta dedicatoria mi mama: Patricia Herrera, por incentivar-me día a día a seguir adelante y hacer un hombre humilde, responsable y de valores, a su esposo: Aníbal Ojeda, de quien tuve su apoyo, ayuda y comprensión en todo momento, y en general a toda mi familia y amigos que de una u otra manera me ayudaron para alcanzar esta meta en mi vida.*

***Braulio Sebastián Herrera Moya***

## **AGRADECIMIENTOS**

*A la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas por brindarme los conocimientos y los recursos necesarios para el aprendizaje en mi vida profesional, de igual forma agradezco al Doctor, Juan Carlos Castro, que con sus conocimientos, su capacidad, desempeño y paciencia en la enseñanza ha sido un ente de admiración y respeto, también agradezco a mi amiga Estefanía M. Quien fue de ayuda en un principio en el proyecto y a todos los docentes que formaron parte de mi instrucción universitaria que con sus conocimientos y consejos me ayudaron en la elaboración del presente proyecto.*

***Braulio Sebastián Herrera Moya***

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>PORTADA.....</b>	<b>I</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>II</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....</b>	<b>III</b>
<b>APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO .....</b>	<b>IV</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR.....</b>	<b>V</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>VI</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....</b>	<b>VIII</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>XV</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>XVII</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>XVIII</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>XVIII</b>
<b>1.1. Título: .....</b>	<b>1</b>
1.1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.1.2. Dimensiones de la teoría .....	9
<b>1.2. Objetivos de la investigación .....</b>	<b>9</b>
1.2.1. Objetivo General .....	11
1.2.2. Objetivos específicos.....	12
<b>1.3. Pregunta de investigación .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4. Justificación .....</b>	<b>13</b>
<b>1.5. Formulación de la hipótesis .....</b>	<b>14</b>
<b>1.6. Viabilidad del estudio de investigación .....</b>	<b>14</b>
<b>1.7. Evaluación de la deficiencias del conocimiento .....</b>	<b>16</b>
1.7.1. Innovación.....	16
1.7.1.1. Área de oportunidad.....	18
1.7.1.2. Tecnología e innovación.....	18
1.7.1.3. Sistema de innovación.....	18
1.7.1.4. Ciencia y tecnología.....	19



1.7.2.	Naturaleza del Capital .....	20
1.7.2.1.	Mercado capital.....	21
1.7.2.2.	Capital social.....	21
1.7.2.3.	Capital físico .....	22
1.7.3.	Interés .....	22
1.7.3.1.	Tasa de interés.....	23
1.7.3.2.	Interés principal.....	23
1.7.4.	Coordinación de mercados .....	24
1.7.4.1.	Mercado internacional.....	25
1.7.4.2.	Mercado nacional.....	25
1.7.4.3.	Producción y comercialización.....	26
1.7.5.	Emprendimientos turísticos .....	27
1.7.4.4.	Desarrollo turístico.....	28
1.7.4.5.	Servicios turísticos.....	28
1.7.4.6.	Turismo sustentable.....	29
1.7.4.7.	Destino turístico.....	29

<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>31</b>
<b>2.1. Marco teórico.....</b>	<b>31</b>
2.1.1. Características y tipos de las variables .....	31
<b>2.2. Dimensiones de la teoría .....</b>	<b>31</b>
2.2.1. La innovación.....	32
2.2.1.1. Concepto de innovación.....	32
2.2.1.2. Características de la innovación.....	33
2.2.1.3. Sub dimensiones de la innovación.....	35
2.2.1.4. Nivel de competitividad.....	35
2.2.1.5. Área de oportunidad.....	38
2.2.1.6. Ciencia y tecnología.....	39
2.2.1.7. Capacidad de innovación.....	39
2.2.1.8. Clasificación.....	40
2.2.1.9. Tipos de innovaciones.....	42
2.2.1.10. Capacidad de innovación.....	43
2.2.1.11. Esfuerzo de innovación.....	43

2.2.1.12.	Resultados de la innovación.....	44
2.2.2.	El interés.....	44
2.2.2.1.	Concepto.....	44
2.2.2.2.	Interés social.....	45
2.2.2.3.	Capital financiero.....	45
2.2.2.4.	Comparación de capitales.....	46
2.2.2.5.	Tipos de interés.....	46
2.2.2.6.	Interés vencido o pos pagable.....	46
2.2.2.7.	Interés anticipado o prepagable.....	47
2.2.2.8.	El interés en las personas.....	47
2.2.2.9.	Interés como objetivo intermedio de política.....	47
2.2.3.	Naturaleza del capital.....	47
2.2.3.1.	Concepto.....	47
2.2.3.2.	Capital intelectual.....	48
2.2.3.3.	Estructura capital intelectual.....	48
2.2.3.4.	Medición capital intelectual.....	49
2.2.3.5.	Modelo de trabajo del capital intelectual.....	49
2.2.3.6.	Capital relacional.....	50
2.2.3.7.	Capital social.....	50
2.2.4.	Coordinación de mercados.....	51
2.2.4.1.	Diagnóstico.....	51
2.2.4.2.	Objetivos de la coordinación de mercados.....	52
2.2.4.3.	Contexto en el análisis.....	52
2.2.4.4.	Duración y etapas.....	52
2.2.4.5.	Factores críticos.....	53
2.2.5.	Emprendimientos turísticos.....	53
2.2.5.1.	Concepto.....	53
2.2.5.2.	Actividad innovadora de SPIN OFF en España.....	54
2.2.5.3.	Redes de emprendimiento.....	56
2.2.5.4.	Emprendimiento y educación.....	57
2.2.5.5.	Emprendimiento y desempleo.....	57
2.2.5.6.	Emprendimiento y desarrollo local.....	57

<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>58</b>
<b>3.1. Metodología .....</b>	<b>58</b>
3.1.1.    Meta análisis.....	58
3.1.1.1.    Esquema del proceso.....	59
3.1.2.    Metodología de estudio .....	59
3.1.2.1.    Estrategias de búsqueda de la literatura.....	59
3.1.2.2.    Criterios de inclusión y exclusión.....	60
3.1.2.3.    Búsqueda y selección de los estudios.....	60
3.1.2.4.    Recopilación y codificación de los datos.....	60
3.1.2.5.    Obtención del tamaño de efecto.....	61
3.1.2.6.    Síntesis de resultados.....	63
<b>3.2. Operacionalización de las variables .....</b>	<b>65</b>
<b>CAPÍTULO IV RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>67</b>
<b>4.1. Resultados de la Investigación .....</b>	<b>67</b>
4.1.1.    Metodología de estudio .....	67
4.1.2.    Modelo de efectos fijos y efectos aleatorios .....	67
4.1.3.    Cálculo de medidas del efecto Individual y global .....	69
4.1.3.1.    Análisis cuantitativo de los estudios realizados.....	69
4.1.4.    Búsqueda de la heterogeneidad.....	71
4.1.4.1.    Cálculo de datos para la búsqueda de la heterogeneidad en el factor años.....	71
4.1.4.2.    Análisis de la varianza y valores entre grupos y dentro de grupos.....	73
4.1.4.3.    Cálculo de datos para la búsqueda de la heterogeneidad en el factor país.....	73
4.1.4.4.    Cálculo de datos para la búsqueda de la heterogeneidad en el factor grado de importancia en la valoración conceptual.....	74
4.1.4.5.    Cálculo de datos para la búsqueda de la heterogeneidad en el factor relevancia.....	75
4.1.5.    Aplicación del método de búsqueda de la heterogeneidad .....	76
4.1.5.1.    Relación entre el tamaño del efecto y las variables independientes.....	77

4.1.5.2.	Estudio de la homogeneidad de los grupos resultantes de la división.....	78
4.1.5.3.	Resultados de los grupos heterogéneos en cada factor.....	80
<b>CAPÍTULO V</b>	.....	<b>83</b>
<b>5.1. Conclusiones y Recomendaciones</b>	.....	<b>83</b>
5.1.1.	Conclusiones .....	83
5.1.2.	Recomendaciones.....	88
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	.....	<b>89</b>
<b>APÉNDICES</b>	.....	<b>98</b>
5.1.3.	Emprendimiento turístico .....	98
5.1.4.	Coordinación de mercados .....	110
5.1.5.	Naturaleza Del Capital .....	116
5.1.6.	Interés .....	121
5.1.7.	Innovación.....	128

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Teorías desde su origen y desarrollo. ....	3
<b>Tabla 2:</b> Ranking de los 10 países líderes del consumo por turismo. ....	5
<b>Tabla 3:</b> Primordiales naciones de turismo de visitantes del mundo. ....	6
<b>Tabla 4:</b> Llegadas e ingresos turísticos a Ecuador. ....	7
<b>Tabla 5:</b> Secuencia para trazar objetivos. ....	9
<b>Tabla 6:</b> Niveles, atributos y nominaciones semánticas de los diseños. ....	10
<b>Tabla 7:</b> Lista de verbos para Objetivos de aprendizaje. ....	10
<b>Tabla 8:</b> Cronograma valorado. ....	151
<b>Tabla 9:</b> Presupuesto de la investigación. ....	154
<b>Tabla 10:</b> Características de la innovación en países desarrollados. ....	34
<b>Tabla 11:</b> Compañías en la innovación al producto o proceso según el tamaño. ....	38
<b>Tabla 12:</b> Coeficiente de Spearman entre factores de capacidad en la innovación. .	40
<b>Tabla 13:</b> Tipos de innovación y complementos empresariales. ....	41
<b>Tabla 14:</b> Descripción de las variables. ....	54
<b>Tabla 15:</b> Revisión Sistemática de la literatura. ....	60
<b>Tabla 16:</b> Países de estudio en función a sus variables. ....	64
<b>Tabla 17:</b> Análisis de varianza del factor Años. ....	69
<b>Tabla 18:</b> Análisis de varianza del factor país. ....	69
<b>Tabla 19:</b> Análisis del Grado de importancia en la valoración conceptual. ....	70
<b>Tabla 20:</b> Análisis de varianza del factor relevancia. ....	71
<b>Tabla 21:</b> Chi cuadrado de los valores esperados y observados del factor año. ....	72
<b>Tabla 22:</b> Análisis de la Varianza y grados de libertad. ....	73
<b>Tabla 23:</b> Cálculo del Chi cuadrado para el factor País. ....	73
<b>Tabla 24:</b> Análisis de la varianza y grados de libertad. ....	74
<b>Tabla 25:</b> Chi cuadrado para el grado de importancia en la valoración conceptual. .	74
<b>Tabla 26:</b> Análisis de la varianza y grados de libertad. ....	75
<b>Tabla 27:</b> Chi cuadrado para el factor relevancia. ....	75
<b>Tabla 28:</b> Análisis de la varianza con total de grados de libertad. ....	76
<b>Tabla 29:</b> Tabla de resultados para las variables categóricas. ....	77
<b>Tabla 30:</b> Resultado de homogeneidad para emprendimientos turísticos. ....	78
<b>Tabla 31:</b> Resultados de homogeneidad para los grupos de innovación. ....	78
<b>Tabla 32:</b> Resultados de homogeneidad para la coordinación de mercados. ....	79

<b>Tabla 33:</b> Resultados de los contrastes de homogeneidad del Interés. ....	80
<b>Tabla 34:</b> Resumen del p-valor y numero de observaciones de cada factor. ....	80
<b>Tabla 35:</b> Análisis de los artículos en los Emprendimientos Turísticos. ....	98
<b>Tabla 36:</b> Construcción de conclusiones y recomendaciones por parámetros. ....	143
<b>Tabla 37:</b> Operacionalización de la variable. ....	149

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Actividad Emprendedora.....	4
<b>Figura 2:</b> destinos mundiales año 2007 llegadas internacionales (en miles). .....	6
<b>Figura 3:</b> Perfil del emprendimiento para Ecuador y economía de eficiencia.....	8
<b>Figura 4:</b> Interrelación entre objetivos generales, específicos y actividades.....	11
<b>Figura 5:</b> Análisis Cuantitativo de la Innovación .....	17
<b>Figura 6:</b> Análisis Cualitativo Sub Dimensiones de la Innovación .....	17
<b>Figura 7:</b> Análisis cuantitativo de la naturaleza del capital .....	20
<b>Figura 8:</b> Análisis Cualitativo sobre la naturaleza del capital .....	20
<b>Figura 9:</b> Análisis Cuantitativo del interés. ....	22
<b>Figura 10:</b> Análisis Cualitativo del Interés. ....	23
<b>Figura 11:</b> Análisis cuantitativo Coordinación de Mercados.....	24
<b>Figura 12:</b> Análisis cualitativo en la Coordinación de Mercados.....	24
<b>Figura 13:</b> Análisis Cuantitativo del emprendimiento Turístico. ....	27
<b>Figura 14:</b> Análisis Cualitativo de los emprendimientos turísticos. ....	27
<b>Figura 15:</b> Dimensiones de estudio, porcentaje de pertinencia en el tema. ....	32
<b>Figura 16:</b> Repartición de las organizaciones de acuerdo a la postulación. ....	33
<b>Figura 17:</b> Sub Dimensiones de la Innovación. ....	35
<b>Figura 18:</b> Determinantes de la competitividad de mercado .....	36
<b>Figura 19:</b> Modelo de Competitividad del turismo de Crouch y Ritchie.....	37
<b>Figura 20:</b> Forma gráfica del capital financiero.....	46
<b>Figura 21:</b> Modelo de gestión del capital investigador.....	49
<b>Figura 22:</b> Servicio entre las nociones del capital social de Nahapiet y Esser. ....	51
<b>Figura 23:</b> Emprendimiento y descendencia de valor por medio de la innovación..	55
<b>Figura 24:</b> Modelo de Butler y Hansen (1991). ....	56
<b>Figura 25:</b> Esquema del proceso meta analítico .....	59
<b>Figura 26:</b> Contribuciones a la fase desde una perspectiva multivalente. ....	62
<b>Figura 27:</b> Crecimiento de la Información en las bases de datos.....	63
<b>Figura 28:</b> Esquema de la operacionalización de las variables.....	66
<b>Figura 29:</b> Pasos para la realización de la metodología con cualquier efecto. ....	68
<b>Figura 30:</b> Esquema del resumen cuantitativo de la variables.....	81
<b>Figura 31:</b> Análisis estadístico de las principales palabras claves.....	137
<b>Figura 32:</b> Esquema completo del factor, Innovación. ....	138

<b>Figura 33:</b> Esquema completo del factor, Coordinación de Mercados.....	139
<b>Figura 34:</b> Esquema completo de factor Interés. ....	140
<b>Figura 35:</b> Esquema completo de los Emprendimientos turísticos.....	141
<b>Figura 36:</b> Esquema completo de la naturaleza del capital.....	142



## **RESUMEN EJECUTIVO**

La Facultad de Ciencias Administrativas a través de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios liderará un nuevo estilo de gestión y aportación activa en el desarrollo empresarial local y regional, distinguiendo los enfoques científicos, técnicos humanistas y educativos que se conseguirán con la aplicación de un nuevo modelo de aprendizaje basado en problemas que facilite al estudiante el intra aprendizaje, que privilegie el aprendizaje y la información, procesos que son facilitados por la dinámica del enfoque.

En el desarrollo de la presente investigación, en su aspecto cuantitativo se ha recopilado, examinado y analizado metodológicamente 400 fuentes bibliográficas, que después de un análisis cuantitativo meta analítico se obtuvo el siguiente resultado para los cuatro factores: en la innovación se determinó 78 lecturas, para el interés 49, en la naturaleza del capital 44 y la coordinación de mercados 22 estudios.

La identificación de los textos a analizar puede realizarse al azar o según una variable específica para poder analizar los aspectos y la manera que influyen en los emprendimientos turísticos se debe analizar cuidadosamente cada una de las dimensiones ver su campo de estudio donde se lo realizó, a qué tipo de población y las cualidades que presenta cada uno ya sea la innovación, el interés, la coordinación de mercados o la naturaleza del capital, cada una de estas variables tiene una particularidad en la intervención a los emprendimientos turísticos.

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un modelo de gestión administrativo, partiendo de análisis crítico y obteniendo cuatro factores importantes de estudio basados en el impulso y perspicacia que son aplicados y desarrollados en la escuela Austriaca, con el fin de establecer estrategias que permitan el desarrollo y permanencia de las empresas turísticas actuales y potenciales.

**PALABRAS CLAVES:** INVESTIGACIÓN, MODELO DE GESTIÓN, INDUSTRIA HOTELERA.

## **ABSTRACT**

The Faculty of Management Sciences through the Marketing and Business Management Career will lead a new style of management and active contribution in local and regional business development, distinguishing the scientific, humanistic and educational techniques that will be achieved with the application of a New model of learning based on problems that facilitates the student intra learning, which privileges learning and information, processes that are facilitated by the dynamics of the approach.

In the development of the present investigation, in its quantitative aspect, 400 bibliographic sources have been collected, examined and analyzed methodologically, that after a quantitative analytical meta-analysis the following result was obtained for the four factors: Innovation was determined 78 readings, for the Interest 49 in the nature of capital 44 and market coordination 22 studies.

The identification of the texts to be analyzed can be carried out randomly or according to a specific variable in order to analyze the aspects and the way that influence the tourism ventures, each of the dimensions must be carefully analyzed, see their field of study where they were carried out, what type of population and the qualities that each one presents, be it innovation, interest, market coordination or the nature of capital, each of these variables has a particularity in the intervention to tourism ventures.

It is for this reason that the present research work has focused on an administrative management model, starting from critical analysis and obtaining 4 important factors of study based on the momentum and insight that are applied and developed in the Austrian school, with the In order to establish strategies that allow the development and permanence of current and potential tourism companies.

**KEY WORDS:** INVESTIGATION, MODEL OF MANAGEMENT, HOTEL INDUSTRY.

## CAPÍTULO I

### 1.1. Título:

“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA BASADOS EN EL IMPULSO Y PERSPICACIA, COMO FACTORES DETERMINANTES DEL SECTOR HOTELERO”

#### 1.1.1. Planteamiento del problema

##### Contextualización

En el año 1925 el negociante era aquel que apetecía examinar en una situación de inseguridad, respondiendo a las indicaciones del mercado con relación a precios, lucros y pérdidas (Castillo, Piña, Gómez, & Volpe, 2013). Se destacan ciertas características comunes entre los autores, el turismo en el sector público es más desarrollado que en el privado como lo describen (Elche, Martinez, & Garcia, 2015) que afirman: “analizar el papel de la táctica de conocimientos que aplica la dependencia entre el capital social en su dimensión y la innovación incremental en el ámbito del clúster” (p.120).

El modelo que ocupan va más allá de las 200 empresas que se caracteriza por ser de un clúster, para aprovechar sus redes y vínculos fuertes para la implantación de estrategias de conocimiento para desarrollar mayores innovaciones (Elche et al.,2015).

Por otro lado (Yusta, 2009) define: “el proceso de adopción de una innovación concreta es por parte del consumidor final y su adopción al internet como canal de información y de compra en la adquisición del servicio” (p.173). Por lo que se basa en el modelo TAM (modelo de aceptación tecnológica ), donde su principal factor es la señal de calidad. De este trabajo se desprenden interesantes conclusiones que contribuyan a una mejor introducción y gestión de internet como canal de información y venta por parte de las empresas. Ibid.

Se debe asumir que existen varias dimensiones sobre la innovación donde (Pizzi & Ignasi, 2013) señala “la dimensión social que implica la innovación económica en la empresa donde existe un consenso cada vez mayor en cuanto a que la innovación no es un proceso individual que las firmas pueden desarrollar” (p.53).

Que para ello efectúa un análisis de la literatura. Por otro lado, (Albarracín, 2011) “indica que el sector público, la academia y las entidades de fomento la importancia de impulsar programas de investigación formación y asesoría en el campo” (p.103). “Que muestra los resultados que las practicas asociadas al infra emprendimiento ejercen influencia positiva sobre la innovación y en especial sobre la de sus procesos productivos y su gestión”. Ibid.

Sin embargo, si el sector se ve afectado por recursos este puede cambiar como lo afirma que debe ser destacada también en la investigación y el desarrollo experimental que tiene cada sector, pero también (Robledo, 2010) “señala que busca contribuir a este propósito mediante el desarrollo de una metodología de evaluación de capacidades” (p.133).

Para que los factores tengan aspectos positivos se debe tener determinantes que incidan en la innovación como (Fuchslocher, 2011) indica “los precisos que caen en las innovaciones de producto, proceso y mercadeo en las empresas turísticas son aplicados en base a un cuestionario estructurado que después se procesa a través de un análisis factorial” (p.24). Que vendrían hacer mayormente variables explicativas y relacionadas que son ocupadas en las tecnologías de la información. Pero también señala “que los resultados destacan la influencia negativa de sitios web en la innovación en producto, considerando que los empresarios prefieren el uso de la tecnología de la información por que influye positivamente en la innovación de procesos”. Ibid.

Llegando a este punto se puede destacar que una similitud como es la tecnología puede ser un punto fuerte para la innovación en los emprendimientos turísticos que es una característica de hallazgo para nuestra implementación (Fernández, 2010).La diferencia que se puede concluir es que la tecnología es la fuente principal para el desarrollo de un emprendimiento ya que es la innovación característica que lo pueden destacar, también señala: “que el modelo para el diseño de estrategias de ciencia e innovación tecnológica son descritas como sus principales características y que ellas se muestran a su aplicación en el destino con resultados importantes”. Ibid.

Dado esto se puede encontrar una similitud entre la tecnología y el desarrollo económico que son un conjunto de recursos que pueden depender una de otra como lo argumenta. Donde algunos factores externos son directamente influyentes en la gestión del desarrollo.

**Tabla 1**  
*Teorías desde su origen y desarrollo.*

TEORÍAS	Aspectos Importantes
<p><b>1920</b></p> <p>Mises en 1925 señala que el negociante era aquel que apetecía examinar en una situación de inseguridad, respondiendo a las indicaciones del mercado con relación a precios, lucros y pérdidas (Cantillo Guerrero et al., 2013).</p>	<p>Especulación Incertidumbre.</p>
<p><b>1980</b></p> <p>Para Kirzner, el emprendedor captaba por estar presto a oportunidades que viven en situaciones inseguras, de inestabilidad. Esta alerta admite al emprendedor descubrir las oportunidades antes que los resto (Malinowski, 2011).</p>	<p>Ganar por las oportunidades.</p>
<p><b>1990</b></p> <p>Ismael Kirzner lo define como el elemento de impulso y perspicacia, que consecuencia ineludible para definir los conclusiones a alcanzar y los rentas que harán posible la consecución de dichos fines (Pulgarín Molina &amp; Cardona Acevedo, 2011).</p>	<p>Elementos de impulso y perspicacia.</p>
<p><b>2010</b></p> <p>Morris y Kuratko, afirman que el emprendedor además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximicen sus resultados factibles, “agrega valor” a todo suceso o actividad en la que intervienen.</p>	<p>Uso óptimo de los recursos disponibles. Agrega valor.</p>

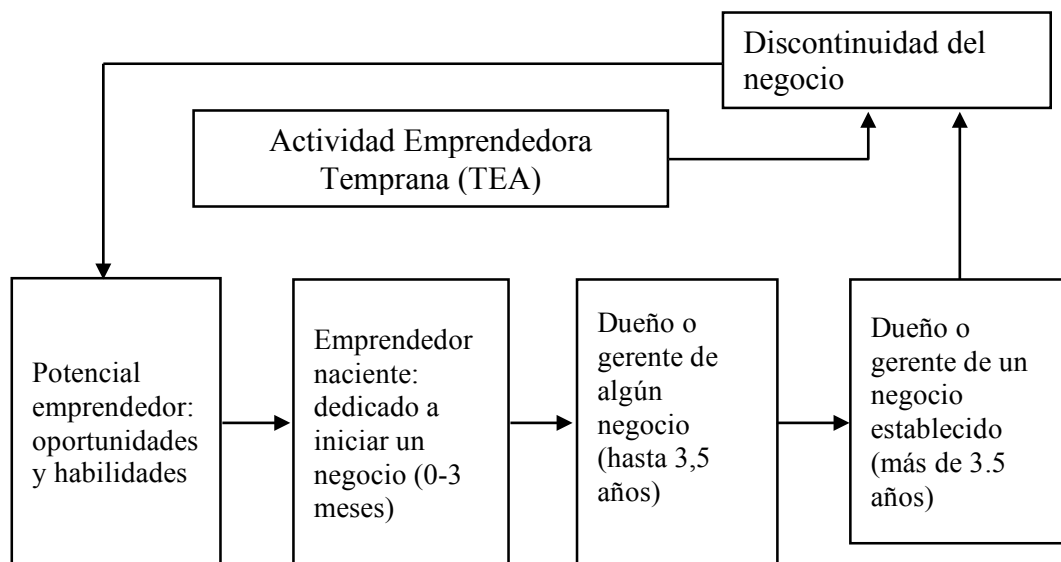
*Nota:* Se destacan cuatro teorías principales desde el año 1920 hasta la actualidad. Elaboración Propia.

En la tabla 1 se destacan los aspectos más sobresalientes del emprendimiento desde cada perspectiva del autor como el desarrollo de tecnologías que se implementa con el transcurso del tiempo en los nuevos emprendimientos, la innovación empresarial que destaca en el aspecto interno y externo de las entidades, recordando que no es lo mismo innovar que aplicar un emprendimiento el uso óptimo de los recursos la designación adecuada de cada recurso para un fin específico, se debe detectar oportunidades de negocio en el sector específico.

El problema en el fracaso de negocios o emprendimientos en Ecuador tiene como cifra que del 100% de empresas que se constituyen, el 90% de ellas fracasan en los 2

primeros años, este dato indico Galo Cárdenas que es un especialista en derecho empresarial, publicado en diario independiente el Mercurio en la semana global del emprendimiento organizada por la Cámara de Comercio Ecuatoriano Americano de Cuenca. Esta investigación es de un tiempo de estudio extenso para lo cual se determinarán ciertos factores considerables que determinarán una parte del problema de investigación, se considera viable ya que solo el 10% de las compañías tienen éxito y el 90% fracasan. En el 2014 se nota una disminución del emprendimiento respecto al año anterior de 36% a 32.6%, este año la TEA es de 24,5% de negocios nacientes y 9,9% de negocios nuevos de los cuales un 22,8% están motivados por las oportunidades, lo que se ha reducido a 9,6% con respecto al año 2012 (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2014).

Con los datos obtenidos se puede establecer que existen 3 índices que proporcionan una visión sobre el nivel de emprendimiento. Índice de actividad emprendedora temprana que proporciona la edad de las personas emprendedoras que se relacionan entre emprendedor naciente o propietario de un negocio, que puede generar información adicionalmente información relacionada a la inclusión (sexo, edad) el crecimiento del negocio, la innovación y la industria (Lasio et al., 2014).



**Figura 1.** Actividad Emprendedora. Adaptado de “Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2014” por Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñan, X., & Izquierdo, E. (2014).. *Espae - Espol*, (13903047),p. 86.

La figura 1 establece un proceso desde el inicio de la actividad emprendedora, mostrando a cada tipo de emprendedor con sus características y el tiempo que conlleva

cada uno, pero se debe tener en cuenta que esta figura no es una medida de las tasas de fracaso empresarial.

### **Demanda turística global**

Acuerdo a la estructura mundial de turismo en el 2008 las obtenidas de viajeros internacionales lograron los 920 millones, lo cual representa un 3% más que el anterior año (Tourism & Leisure Advisory Services, 2009). Pero a finales del mismo año no todos los países tuvieron la mismo creciente, en varios continentes hubo una reducción de turistas. Tanto Europa con (-3%) y Asia (-3%), y por demás América (+1,5%) África (+4,3%) y Oriente Medio (+5,1%), seguían mostrando resultados efectivos durante la segunda parte del año, aunque con una deceleración significativa en comparación con el primer periodo (Tourism & Leisure Advisory Services, 2009).

**Tabla 2**

*Ranking de los 10 países líderes del consumo por turismo.*

<b>Ranking</b>	<b>País</b>	<b>Gasto en billones USD</b>
1	Alemania	\$82,40
2	EEUU	\$75,40
3	Reino Unido	\$70,45
4	Francia	\$37,30
5	China	\$27,80
6	Italia	\$27,00
7	Japón	\$26,50
8	Canadá	\$23,80
9	Rusia	\$21,30
10	Corea	\$20,50

*Nota:* Todas las cifras están representadas en billones de dólares en un tiempo de un año. Adaptado de "Tourism & Leisure Advisory Services", a partir del barómetro de turismo mundial. Volumen 7. No.1-enero 2009.

En la tabla 2 el turismo debe ser considerado como una inversión que tiene costos sumamente altos según su alcance, los datos que establece Alemania en comparación de Corea, son 4 veces más altos, pero son cifras que en la mayoría de los países es un costo significativo ya que uno de sus principales ingresos es por el turismo.

A continuación, se muestra datos de los principales países que emiten turistas alrededor del mundo, desde 1995 con una proyección de 25 años.

**Tabla 3***Primordiales naciones de turismo de visitantes del mundo.*

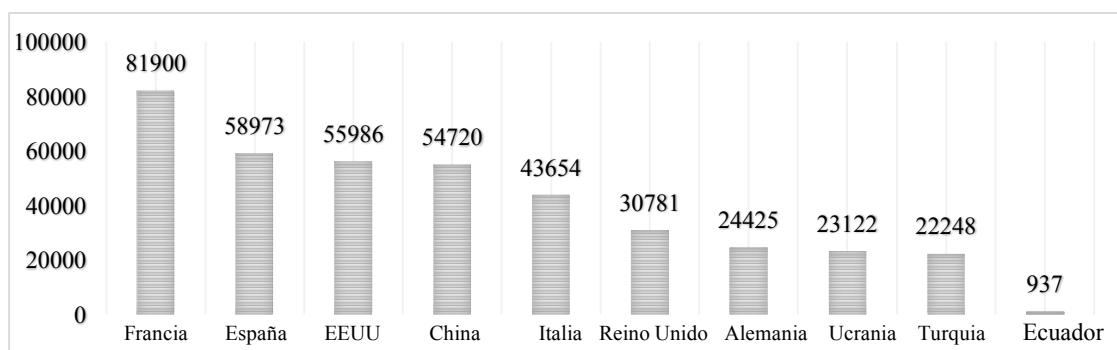
País	Año (millones 1996)	Influencias (millones 2020)	Tasa de desarrollo medio anual (%)	Asignación de Mercado	
				1995	2020
2. Alemania	74	152	2,3	13,7	9,5
3. Japón	22	141	7,7	4,3	9,4
4. EEUU	62	122	2,3	11,33	7,3
5. China	6	101	12,7	0,7	6,3
6. Reino Unido	41	99	3,7	7,7	6,3
7. Francia	20	54	3,3	3,3	3,4
8. Países Bajos	21	46	3,0	3,8	2,9
9. Italia	15	35	3,1	2,9	2,3
10. Canadá	17	31	2,0	3,4	2,0
11. Rusia	12	31	4,0	2,1	2,0
Total	298	809	4,1	52,7	51,8

*Nota:* Organización Mundial del turismo (OMT). Adaptado de “Tourism & Leisure Advisory Services”, a partir del barómetro de turismo mundial. Volumen 7. No.1-enero 2009.

Como se puede observar en la tabla 3, los países con una mayor tasa de crecimiento se encuentran en una posición alta para emitir los visitantes a los diversos continentes, Alemania sin embargo es un país sin una tasa grande de crecimiento, pero la cuota de mercado que ellos tienen es alta lo que permite que las personas de esa población puedan salir del país al igual que lo hace el Reino Unido.

### Destinos mundiales

Francia es el líder de captador de turistas proverbialmente y encabeza nuevamente las listas en el 2007, en segundo lugar, lo sigue España que ha tenido un comportamiento sobresaliente y EEUU.



**Figura 2.** Rango de destinos mundiales año 2007, llegadas internacionales (en miles). Adaptado de “Tourism & Leisure Advisory Services”, a partir del barómetro de turismo mundial. Volumen 7. No.1-enero 2009.



Los datos de Ecuador en la figura 2, representan que en el año 2007 sus llegadas Internacionales en comparación a países de potencia en turismo son bajas, en relación a Francia que le supera con 80000 llegadas internacionales, que es el primer país seguido de España que supera a Ecuador con más de 58000 llegadas turísticas, esto debido a la cantidad de dinero que invierten en publicidad y no solo eso los gobiernos destinan cierta cantidad de dinero en obras turísticas atractivas para la sociedad.

La justificación del tema se basa en la investigación de la literatura sobre los emprendimientos turísticos de diferentes base de datos, donde se puede determinar la extracción de un autor “Kirzner” que determina ciertas dimensiones para el estudio de los emprendimientos como la coordinación de mercados, innovación, naturaleza del capital, interés.

#### **Datos generales de Ecuador en el turismo.**

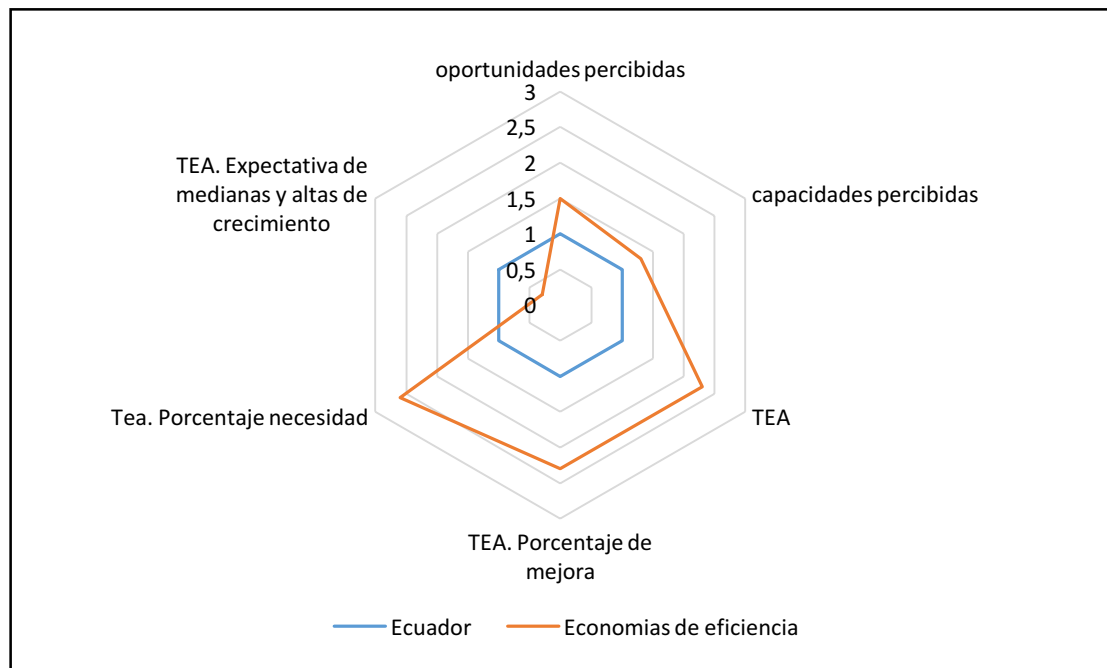
**Tabla 4**

*Llegadas e ingresos turísticos a Ecuador*

<b>Datos</b>	<b>Posición No</b>	<b>Cantidad</b>
Destino de las Américas 2007 llegada turistas	19	937 (miles)
<u>Ingreso de divisas 2007</u>	<u>20</u>	<u>\$ 626 (millones)</u>

Nota: Datos turísticos de Ecuador en el año 2007 referente América Latina. Adaptado de “Tourism & Leisure Advisory Services”, a partir del barómetro de turismo mundial. Volumen 7. No.1-enero 2009.

En el tabla 4, se proporciona los datos solo de Ecuador lo que a esta posición le sigue Honduras y Nicaragua, donde Ecuador pretende alcanzar a Perú y Costa Rica que se encuentran a 8 y 9 puestos de diferencia como principal destino turístico de América, pero en el caso de ingreso de divisas.



**Figura 3.** Perfil del emprendimiento para Ecuador y economía de eficiencia. Adaptado de “Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2014,” por Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñan, X., & Izquierdo, E. (2014).. *Espae - Espol*, (13903047), p.86.

En la figura 3, se aprecia cuáles son los atributos y percepciones de la población ecuatoriana y algunas características sobre la actividad emprendedora, en el contexto de las economías basadas en la eficiencia, al comparar a Ecuador se ve que el TEA es 2,5 veces mayor al promedio al igual que el TEA por oportunidad y el TEA por necesidad

Esta investigación se centra en explicar las variables dependientes como influyen en el problema, determinar las causas y efectos que puede producir la innovación, el interés, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados desde la teoría de Kirzner “Elementos de impulso y perspicacia” en los emprendimientos, analizarlo y alcanzar de manera equitativa el bienestar a todos los grupos focales o futuros emprendedores.

### **Teoría de Israel Kirzner**

“En toda acción humana está presente un elemento que, aunque es crucial para la actividad económica en general, no se puede analizar en términos de economía, con razones de eficiencia” (Kirzner, 1986).

Enriqueció el rol del negociante en la ganancia de la coordinación de mercado y la innovación, la naturaleza del capital y el interés.

### 1.1.2. Dimensiones de la teoría

Se exponen algunas dimensiones que van a orientar al estudio sobre los emprendimientos, estas modalidades se encargan de caracterizar a realizar la investigación ya sea por duración, obtención de datos, variables, o la profundidad del tema.

- Interés
- Innovación
- Naturaleza del capital
- Coordinación de mercados

### 1.2. Objetivos de la investigación

En los objetivos se proyectará a futuro los resultados que van a ser implícitos, sabiendo que es lo que se quiere lograr y hasta dónde quiere llegar con la investigación para plantearse un objetivo general y varios específicos. Los objetivos son inseparables a la definición y demarcación de la dificultad.

**Tabla 5**

*Secuencia para trazar objetivos.*

Verbo	Fenómeno	Sub fenómeno	Propósito del objetivo
Describir	Estructuras	Entre...	Mejorar
Diagnosticar	Roles	De...	Renovar
Explicar	Historial	Del...	Confecionar
Analizar	Probabilidades	En...	Sugerir
Establecer	Relaciones	Cuando...	Proponer
Averiguar	Avances	Como...(infrecuente)	Resolver
Identificar	Retrocesos		Satisfacer
Recopilar	Resistencia		Controlar
Investigar	Facilidades		
Revelar			

*Nota:* Lista de verbos en orden jerárquico. Elaboración propia.

En la tabla 5 se proporciona ciertos verbos con una determinada jerarquía descendente, que se constituye del fenómeno y sub fenómeno de la investigación para dar a una finalidad del objetivo que igualmente se componen por verbos de un rango descendente para determinar la jerarquía.

**Tabla 6***Niveles, atributos y nominaciones semánticas de los designios.*

<b>Niveles</b>	<b>Atributos</b>	<b>Designaciones semánticas</b>
1.-Finalidad Fin Supremo Razón de ser	Valorativa Cualitativa permanente	A la finalidad: se le persigue
2.-Objetivo general	Cualitativo Integral Terminal	Al objetivo general se alcanza
3.-Objetivos específicos	Cualitativos Conductuales Específicos	Los objetivos específicos se logran
4.-Metas	Cuantitativas Actividades Tiempos	Las metas se cumplen
5.-Actividades	Cuantitativas Unido de tareas o acciones respectivas	Las actividades se desarrollan

*Nota:* Se puede reflejar los 5 niveles de un sistema del objetivo con la valoración que se da a cada uno de ellos y las determinadas semánticas que cada una tiene en los diferentes niveles con un fin o un diagnóstico designado que debe cumplir.

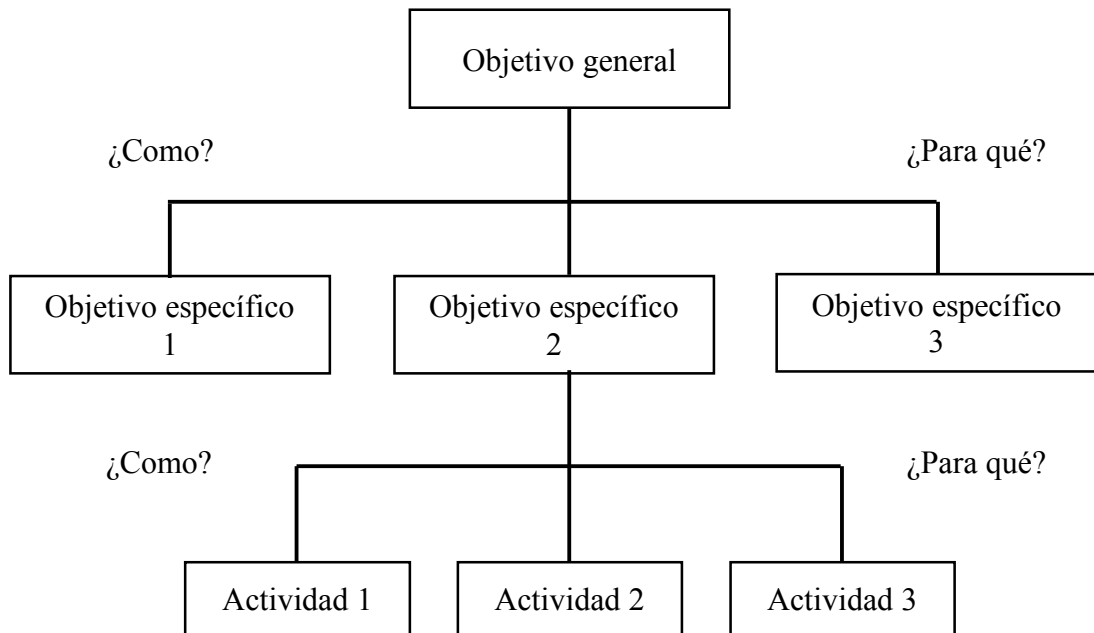
Lo que se intenta no es confundir de ninguna manera el proceso de planeación, si no que las declaraciones de la intenciones de todos los esquemas sea la más clara y objetivamente asequible (Fernández, 2011).

**Tabla 7***Lista de verbos para Objetivos de aprendizaje.*

<b>Objetivos de Aprendizaje</b>	<b>Modelos</b>
Conocimientos	Analizar, conocer, representar, enumerar, explicar, comprobar, relacionar, resumir.
Habilidades	Aplicar, construir, explicar, elaborar, experimentar, hacer, manejar, usar, utilizar, planificar
Actitudes	Admitir, apreciar, seleccionar, respetar, sentir, tolerar, valorar

*Nota:* Se muestra tres tipos de aprendizaje, cada una con un grupo de verbos. Adaptado de "Fernández, 2011".

En la tabla 7 se aprecian una lista de verbos según el tipo de aprendizaje, estos verbos tienen relación con la taxonomía de Bloom, a diferencia que ahí se aplica por el nivel de investigación, donde cada verbo corresponde un orden jerárquico el que debe ser respetado para su aplicación, no se debe confundir o aplicar los verbos en cualquier nivel, debemos aplicarlos en el nivel correspondiente.



**Figura 4.** Interrelación entre objetivos generales, específicos y actividades. Adaptado de “Tutoría de la Investigación Científica (Cuarta),” por Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2010). Ambato.

En la figura 4 se marcan dos interrogantes las que son usadas desde un objetivo general a un específico y desde un objetivo específico hacia una actividad, que a su vez son interpretadas como un ciclo que llega al punto de partida, como se va a realizar y para qué sirve este resultado, son las interrogantes que se plantean y son utilizadas para que exista una relación.

### 1.2.1. Objetivo General

Desarrollar un modelo de gestión administrativa mediante los elementos del conocimiento empresarial desde la perspectiva de los emprendimientos turísticos, en la provincia de Tungurahua.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Fundamentar teóricamente los modelos que influyen en la innovación, el interés, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados, en los emprendimientos.
- Caracterizar los principales factores que originan el deficiente desarrollo de los emprendimientos en el interés, la naturaleza del capital, la innovación y la coordinación de mercados a través de la revisión de información secundaria.
- Proponer un diseño metodológico como herramienta estratégica para la generación de nuevos emprendimientos en la provincia de Tungurahua.
- Validar que elemento es el de mayor perspicacia en los emprendimientos turísticos y cuáles son sus aspectos fundamentales.

### **1.3. Pregunta de investigación**

Desde el enfoque crítico – propositivo de investigación es necesario conocer el problema en su contexto y su red de relaciones.

El planteamiento del problema consiste en un proceso de comprensión – interpretación de un objeto de estudio mediante una investigación (Herrera et al., 2010).

Las fuentes para determinar este punto pueden encontrarse en archivos, libros, revistas, artículos científicos, documentales, entre otros para obtener información de campo con la aplicación de diversas técnicas como observación, encuestas, test, socio gramas (Herrera et al., 2010).

*¿Qué elementos del conocimientos empresarial son determinantes en los emprendimientos turísticos hoteleros para la reducción de su fracaso en la provincia de Tungurahua?*

#### **1.4. Justificación**

Una de las características de la investigación cualitativa se basa en la cantidad de información que es muy extensa, existe una gran variedad de formas y fuentes bibliográficas y datos, donde hay información que provienen de información estructurada y no estructurada, donde la mayor parte de información genera una buena cantidad de hojas escritas que una particularidad de la investigación cualitativa, se elabora con palabras y no con números (Fernández, Núñez, 2006).

Analizar los aspectos en la manera que influyen la innovación, el interés, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados en los emprendimientos.

La identificación de los textos a analizar puede realizar al azar o según una variable específica para poder analizar los aspectos y la manera que influyen en los emprendimientos turísticos se debe analizar cuidadosamente cada una de las dimensiones ver su campo de estudio donde se lo realizó, a qué tipo de población y las cualidades que presenta cada uno ya sea la innovación, el interés, la coordinación de mercados o la naturaleza del capital, cada una de estas variables tiene una particularidad en la intervención a los emprendimientos turísticos. Se debe recoger los datos más sobresalientes las sub dimensiones de cada uno y ver sus características, de esta manera se puede analizar los aspectos más importantes de las dimensiones en los emprendimientos turísticos.

Para los principales factores que originan el deficiente desarrollo de los emprendimientos en el interés, la naturaleza del capital, la innovación y la coordinación de mercados a través de la revisión de información secundaria.

Para poder identificar los factores que originan el desarrollo de los emprendimientos se elabora un diagrama de causas efectos de cada una de las variables o dimensiones de estudio, del interés, la innovación, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados, sin destacar posibles resultados que se lo hace de las sub dimensiones de cada uno para un mejor análisis y comprensión.

Examinar que elemento es el de mayor perspicacia en los emprendimientos turísticos y cuáles son sus aspectos fundamentales.

La elaboración de una tabla estadística con los resultados nos indicara que elementos son los de mayor conocimiento o perspicacia en el tema, pero se debe tener en cuenta a que población se está tratando en la mayoría de los artículos revisados y en base a ello determinar conclusiones que se puedan aplicar y desarrollar en el tema.

Proponer un diseño como herramienta estratégica para la generación de nuevos emprendimientos en la provincia de Tungurahua.

Construir modelos conceptuales al tener identificado todos estos elementos para proponer un diseño en el que se puedan crear nuevos emprendimientos en la provincia de Tungurahua que sea aplicada como instrumento de análisis de una nueva empresa.

### **1.5. Formulación de la hipótesis**

La hipótesis de investigación hace referencia al caso de estudio que se va a comprobar, es decir, es una afirmación del comportamiento investigativo, que da respuesta a la interrogante de investigación de forma provisional (Hernández et al., 2010). Bajo este mismo criterio se considera que la hipótesis se formula como una proposición relacionada a hechos no comprobados que apoya en un proceso teórico sistematizado que genera relaciones entre variables de estudio.

Hi: Los aspectos fundamentales de los elementos de impulso y perspicacia, permiten un mayor conocimiento en los emprendimientos turísticos para la zona hotelera.

### **1.6. Viabilidad del estudio de investigación**

En la viabilidad de la investigación se determinan todos los puntos que se van realizar mediante los objetivos, los recursos serán los que se emplean y en qué tiempo se lo va hacer.

Para que el estudio de viabilidad de un proyecto sea efectivo, debe contar, al menos, con las seis siguientes partes:

**1. Alcance del proyecto:** Contribuye a definir los límites y evitar desviaciones que alejen de los resultados esperados.

- Hace alusión al propósito y se utiliza para definir el problema de la empresa que necesita ser resuelto o la oportunidad de negocio que se quiere aprovechar.



- Debe definir el ámbito de aplicación de forma clara, concisa y precisa, para evitar confundir a los participantes del proyecto.
- Tiene que informar sobre la estructura y partes de la empresa, incluyendo la designación de los participantes en el proyecto, la identificación del promotor y las áreas de los usuarios finales afectados por el mismo.

**2. Análisis de situación:** sirve para identificar las fortalezas y debilidades del enfoque actual.

- Ayuda a comprender mejor el sistema y entender los mecanismos de desarrollo de cada entregable.
- Facilita la introducción de cambios en las áreas donde son requeridos.
- Permite definir directrices que pueden aplicarse a futuros proyectos, suponiendo un ahorro considerable en tiempo y dinero.
- Debe emplearse como hoja de ruta y no como llamada a la acción, por lo que sus conclusiones se tienen que encuadrar en la planificación y no tomarse como prioridades a resolver de inmediato.

**3. Definición de requisitos:** esta etapa depende del objeto de la atención del proyecto y se nutre de la participación conjunta de integrantes del proyecto a diferentes niveles.

**4. Determinación del enfoque:** que representa la solución recomendada o curso de acción óptimo que concluirá en la satisfacción de necesidades.

- Es imprescindible la valoración de las distintas alternativas de solución a cada problema.
- Se plantea la idoneidad de uso de las estructuras existentes y de las alternativas.
- Se establecen prioridades en base a su pragmatismo y viabilidad.

**5. Evaluación de la viabilidad del proyecto:** examina la rentabilidad del enfoque seleccionado.

- Inicia con un análisis del costo total estimado del proyecto.
- Se calcula también el coste de otras alternativas, aparte de la solución recomendada, con el fin de ofrecer una comparación económica.

- Conviene completarla con un programa de proyecto que muestre la ruta del proyecto y las fechas de inicio y de final de las actividades en conjunto.
- Culmina con el cálculo del coste total, aspecto esencial para poder determinar la viabilidad de un proyecto.
- A este cálculo hay que añadirle un resumen de los costos y una evaluación en base a un análisis de costo - beneficio y de la rentabilidad de la inversión.

**6. Revisión del estudio de viabilidad de un proyecto:** todos los elementos anteriores se ensamblan en un estudio de viabilidad que debe someterse a una revisión formal en la que participen todas las partes involucradas. Este examen tiene dos propósitos:

- Justificar el rigor y la precisión del estudio de viabilidad.
- Tomar una decisión acerca del proyectos, aprobándolo, rechazándolo o solicitando una revisión del mismo o de alguno de sus aspectos.

Hay que recordar que el estudio de viabilidad de un proyecto es más una forma de pensar que un proceso burocrático. Para aumentar su usabilidad es importante que contenga suficientes detalles como para permitir continuar con la siguiente fase sucesiva en el proyecto, facilitando la aplicación de un análisis comparativo en la preparación de la auditoría del proyecto final que evalúe lo que se consigue entregar, en comparación con lo que se propuso en el estudio de viabilidad.

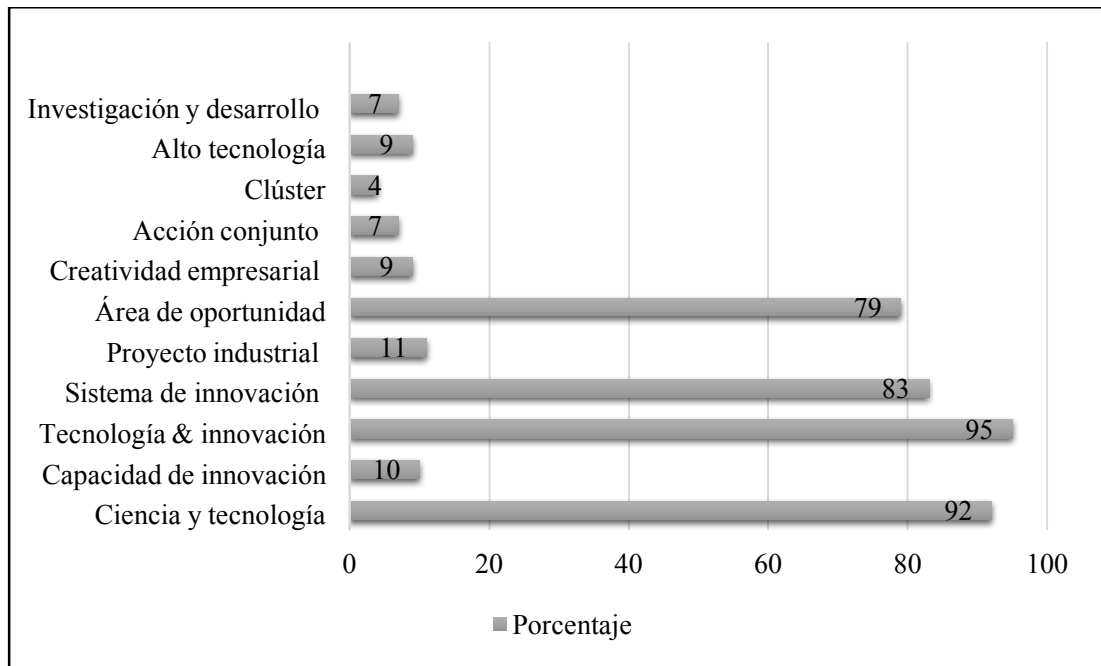
### **1.7.Evaluación de la deficiencias del conocimiento**

Se establece la utilización de herramientas informáticas para el desarrollo de las dimensiones y sub dimensiones que se presentan en la investigación, ya que para en análisis cualitativo se utilizara el software Atlas. Ti.

#### **1.7.1. Innovación**

La innovación en los emprendimientos turísticos se compone de varios factores, determinantes o sub dimensiones que se da a conocer a continuación.

## Análisis Cuantitativo.

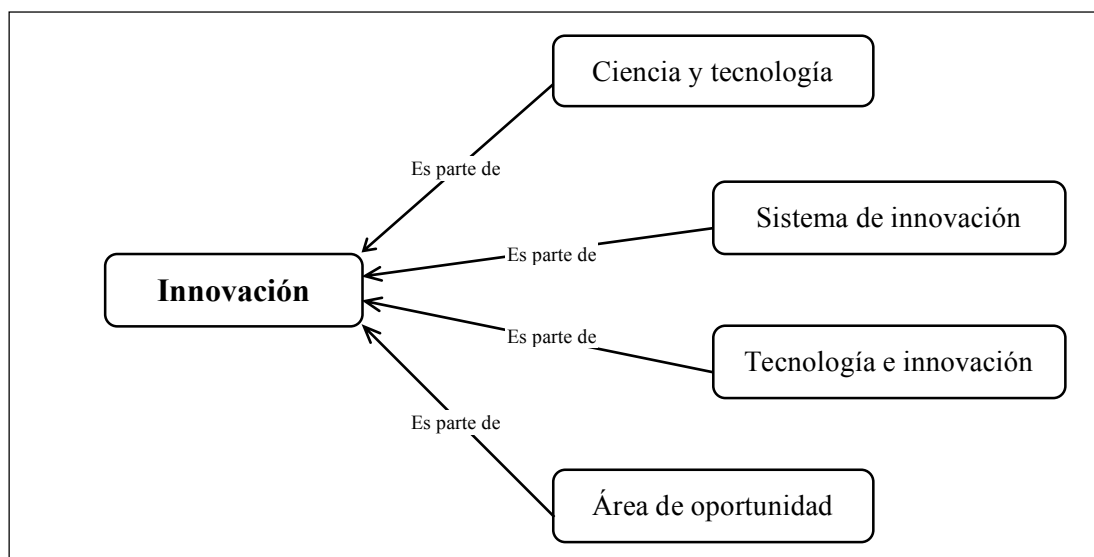


**Figura 5.** Análisis Cuantitativo de la Innovación

Se determinan las sub dimensiones de la innovación en los emprendimientos turísticos donde se destaca la participación de cuatro sub dimensiones principales que son el área de oportunidad, el sistema de innovación, tecnología innovación y la ciencia. Elaboración propia.

## Análisis cualitativo.

En el análisis cualitativo de la innovación se determinan las cuatro sub dimensiones principales o de mayor realce en la investigación que son.



**Figura 6.** Análisis Cualitativo Sub Dimensiones de la Innovación

Se interpreta las cuatro sub dimensiones que son, el área de oportunidad, tecnología e innovación, sistemas de innovación, ciencia y tecnología, que serán de estudio a continuación. Elaboración propia.

### **1.7.1.1.Área de oportunidad**

Las variaciones entre los eslabones constituyen áreas de oportunidad donde implican el TCT con el fin de incrementar el conocimiento, las capacidades de la organización, en consecuencia, los beneficios tangibles e intangibles de la tecnología. Por lo tanto, la analogía con las deducciones empresariales exponen que sigue viviendo áreas de oportunidad para la ejecución de indagaciones empíricas que analicen la correlación contigua, lo que implica, la concordancia con las áreas de congruencia identificadas y sus posibles elecciones de solución se encargan una adecuada exploración con mayor hondura. Por lo tanto, lleva a una investigación empírica (González Bañales & Rodenes Adam, 2008a; Méndez García, Domínguez Sosa, & Ortiz Hernández, 2011; Olivier & Thompson, 2009).

### **1.7.1.2.Tecnología e innovación**

Desde fines de la década de los setenta empieza a desarrollarse un movimiento crítico importante en los países desarrollados, cuyos proyectos tienen la necesidad de desenvolver indicadores de resultados de las acciones científicas y tecnológicas, y las necesidades de suponer una mayor amplitud en el tema de la innovación tecnológica. Por lo tanto, la tecnología e innovación se encuentran en un campo operativo de las políticas públicas de la empresa, la industria y la educación para lograr un espíritu conceptual, donde brinde un papel protagónico y desenvuelto en el marco de la sociedad de la investigación y el conocimiento, pues esta sería una forma de atenuar los cuellos de botella de la ciencia la tecnología y la innovación, existiendo solamente en el mejor de los casos como una meta anunciada a los planes político que uno de ellos fue el crecimiento y la complejidad (Burbano & Cardona, 2011; Rincón Castillo, 2009; Testa, 2002).

### **1.7.1.3.Sistema de innovación**

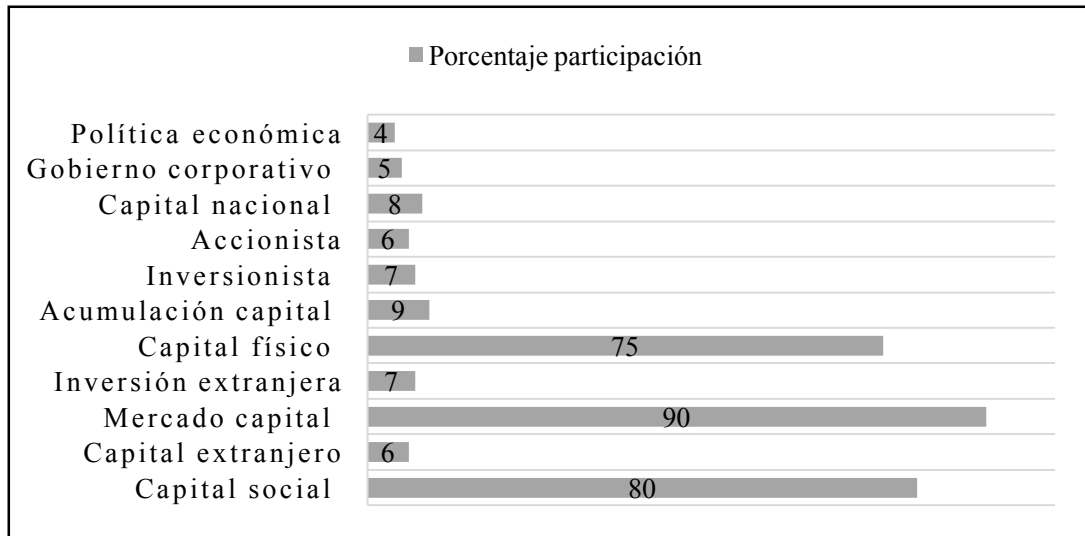
Nace la necesidad de entender el entorno en el que se desarrollan y aplican las innovaciones buscando concebir el fenómeno a partir de una óptica económica y de extensión social que busca complementar el conocimiento a través del intelecto de las actividades y dinámicas del medio que la favorecen y admiten su funcionamiento estratégico, donde, los sistemas de información están conformados por las estrategias de intervención del gobierno que influyen en las condiciones para determinarla.

El enfoque sistémico señala que las innovaciones se llevan a cabo a través de una red de agentes que están relacionados entre sí por un marco institucional, para lo cual, el foco de atención en la estrategia como elemento clave de la relación entre organizaciones que participan del sistema de innovación afectan sensiblemente el papel de las organizaciones, por lo explicado, un sistema de innovación es el conjunto de instituciones, que en conjunto e individualmente contribuyen al desarrollo y difusión de las nuevas tecnologías (Caicedo, 2012; Morales, Ortiz, & Arias, 2012; Quintero, 2010a; Robledo, 2007).

#### **1.7.1.4.Ciencia y tecnología**

Recobran un valor estratégico de una convicción social además de la necesidad de actualizar y emitir los actores y las acciones que lo integran, para construir corresponsablemente un desarrollo equitativo y sostenible que contribuyen a dinamizar procesos dinámicos de alto impacto regional, ajustables a las necesidades que permiten la expansión, continuidad, tiempo y flexibilidad. Por otro lado, estos objetivos serán imposibles de medición en ciertas regiones, de conformidad con las tendencias no solo presupuestales si no, científicas tecnológicas que arrojan los indicadores de ciencia y tecnología, se frecuenta entonces de comenzar la colaboración en la disputa directa sobre los temas que llevan a la enunciación de habilidades públicas en el superficie de la ciencia y tecnología, en tal emotivo, acercar a las acciones o disciplinas científicas, no habrá como intención conseguir conocimientos determinados o nada de lo que sea concebir ciencia (Aguilar, Terán, & Blanco, 2006; Álamo & Dávila, 2011; Fuentes, 2009; Ordóñez, 2002).

### 1.7.2. Naturaleza del Capital

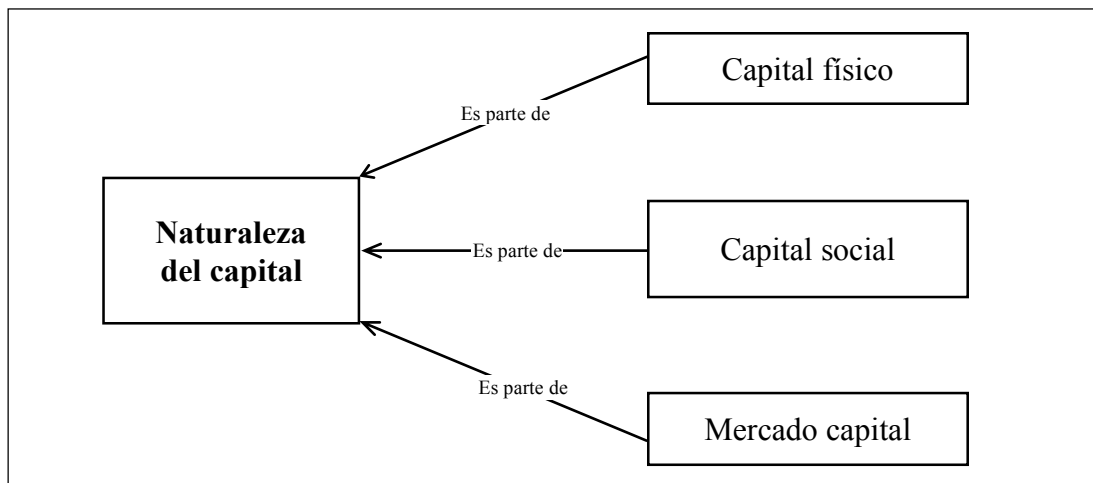


**Figura 7.** Análisis cuantitativo de la naturaleza del capital

Se encuentran las variables de estudio o sub dimensiones de la naturaleza del capital, que resaltan tres fundamentales y que serán de estudio como el capital social con un 80% en la intervención de la naturaleza del capital, el capital físico con 75% y el mercado capital con un 90%, las otras sub dimensiones no son muy pertenecientes a la naturaleza del capital ya que su porcentaje de intervención es menor al 10% y estudio es un poco más amplio en otra variable no son específicos en la naturaleza del capital, por consiguiente se dará el estudio de las tres principales variables. Elaboración propia.

#### **Análisis cualitativo.**

Para el análisis cualitativo se determinan las tres principales sub dimensiones que se encontró en la Figura 7. El estudio cuantitativo de la naturaleza del capital que se determinan a continuación.



**Figura 8.** Análisis Cualitativo sobre la naturaleza del capital

Se determina los tres principales variables o sub dimensiones de la naturaleza del capital, como se observa las tres son parte del tema de estudio que serán interpretadas y analizadas. Elaboración propia.

### **1.7.2.1.Mercado capital**

En la última década se han hallado estudios teóricos y empíricos que afrontan el estudio de la relación entre ordenación al mercado y el capital relacional y a su vez la correspondencia de estos con los resultados institucionales, por lo que, es viable que elijan los créditos a corto plazo que crean nuevos almacenes y les accede constituir nuevos créditos a mediano plazo y largo plazo, es factible que las corporaciones obtengan este tipo de inversión a mediano plazo y largo plazo, que consiente en el crecimiento de la economía con recursos propios o mediante emisión de acciones en la medida que el mercado capital lo permita, en este sentido, la formalización logra ser un resultado de la formalización de un mercado de trabajo especializado por un empleo asalariado poco atractivo, pretendida para proteger y fortalecer el emprendimiento bajos los beneficios dados en el mercado profesional (Aguilar Barceló, Taxis Flores, & Ramírez Angulo, 2011; González Bañales & Rodenes Adam, 2008b; Junca, 2006).

### **1.7.2.2.Capital social**

El capital social interviene positivamente en la creación de estrategias del conocimiento en explotación de las empresas de turismo cultural, por otro ámbito, el crecimiento de nuevos conocimientos a partir de la unión de conocimiento externo con el efectivo en la empresa es cifra para crear innovaciones y mejorar la competitividad de las empresas, por lo cual, la relación entre capital social y emprendimiento en el ámbito local y regional implica considerar dentro del enfoque del desarrollo endógeno.

El surgimiento de las redes como nuevas formas de organización estratégica para la creación de nuevos conocimientos, de esta manera, se define al capital social a las redes de la relación de un individuo, redes sociales basados en valores como la confianza, la solidaridad, el afecto que permite obtener de modo no económico recursos materiales con una importancia en los emprendimientos, por lo que, crear el capital social para aumentar las ganancias de la innovación, disminuir el riesgo de la producción de bienes con un alto componente tecnológico, facilitar la transferencia y adaptación de la tecnología de las empresas fundamentalmente de las más pequeñas y disminuir los costos de transacción en la negociación de bienes y factores tecnológicos

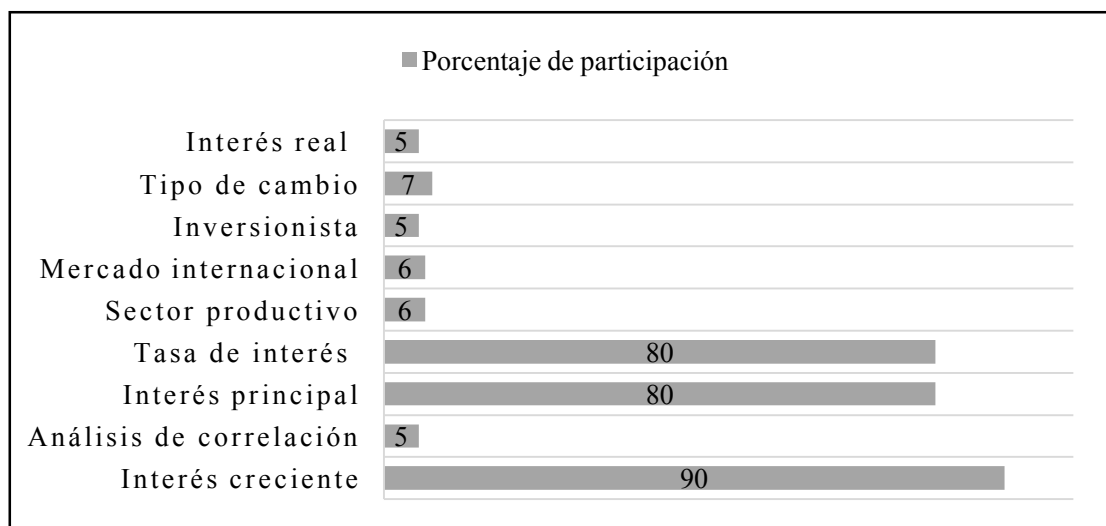
(Caicedo, 2012; Elche, Martínez, & García, 2015; Fernández, Castillejos, & Ramírez, 2012; Petit, 2007).

### 1.7.2.3. Capital físico

Alrededor de la noción del capital se ha perfeccionado una teoría que intenta dar cuenta de las limitaciones de las nociones del capital físico y económico para explicar el trabajo de las comunidades humanas, donde se presenta las siguientes nociones que lo soportan y su aplicación más reciente para la comprensión de ciertos fenómenos en el dominio de las organizaciones en general y de las empresas en particular, por ello, tanto estos valores como el capital se tendrá en cuenta al analizar el desarrollo con los otros tipos de capital físico como el natural o humano, manifestando en la forma de una rápida difusión del conocimiento, la existencia de redes principios y valores que facilitan la creación de equipos de trabajo para aumentar la eficiencia y calidad para mejorar el flujo de información y conocimiento entre los agentes económicos (Bakaikoa, Begiristain, Errasti, & Goikoetxea, 2004; R. Román, Gómez, & Smida, 2013).

### 1.7.3. Interés

#### Análisis cuantitativo.



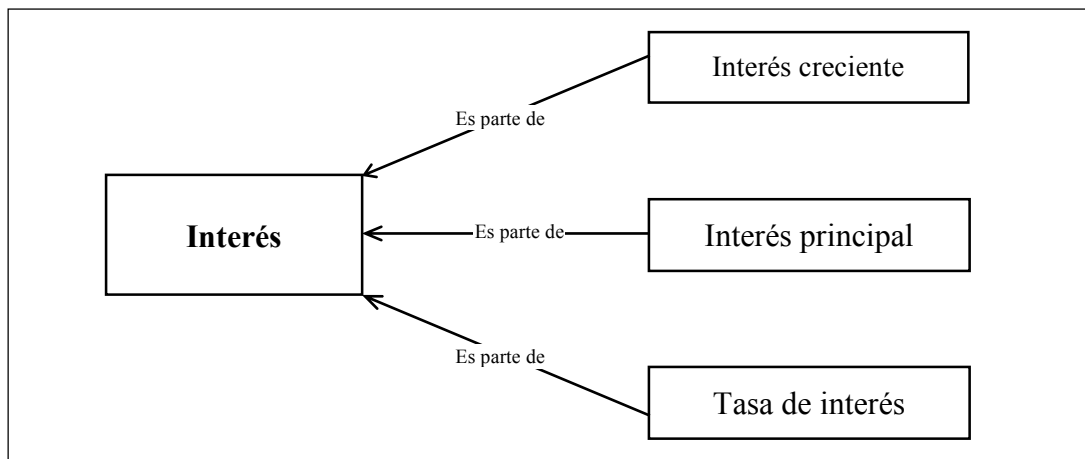
**Figura 9.** Análisis Cuantitativo del interés.

Se encuentra las principales sub dimensiones del interés, destacando la participación de tres elementos principales, el interés creciente que da un aporte del 90% en su participación en el interés, el interés principal con 80% al igual que la tasa de interés, pero sub dimensiones como el tipo de cambio el interés real, análisis de correlación variables que participan en el interés, pero no son de mucho apoyo literario en el tema ya que su intervención es menor al 10%. Elaboración propia.



## **Análisis cualitativo**

Para el análisis cualitativo se determinarán los tres elementos o sub dimensiones principales del interés que se dan a conocer a continuación.



**Figura 10.** Análisis Cualitativo del Interés.

Se observa las 3 principales sub dimensiones como son la tasa de interés, el interés creciente y el interés principal que son parte del estudio sobre el interés que aportan con un conocimiento mayoritario en el tema. Elaboración propia.

### **1.7.3.1.Tasa de interés**

La tasa de interés mayor es a corto plazo si ésta desenvuelve las perspectivas de inflación aplazado, la tasa de interés externa y la perspectiva de la tasa de interés futura de corto plazo, donde que , el modelo muestra que una estrategia de edificación de intervención de la suma de dinero puede garantizar la tasa de interés de corto plazo así como las otras tasas de interés, de esta manera las PYME mantienen su nivel de competitividad y deben desarrollar las actividades de I+D, las cuales, en la mayoría de los casos, requieren de cuantiosos recursos que frecuentemente no disponen. Por lo tanto, si se obstruyó la cualidad de manifestar la positividad de la tasa de interés como lo formaron otros consecutivamente, tal vez sea porque no pensaban a la tasa de interés un precio, por lo cual sugiere se deje a criterio lo que mejor se estime, que en cualquier tema es indudable que por cualquier sitio no se efectúa con las axiomas, términos y leyes (Arzola, Hurtado, Piñero, & Suarez, 2008; Bondone, 2011; Junca, 2006).

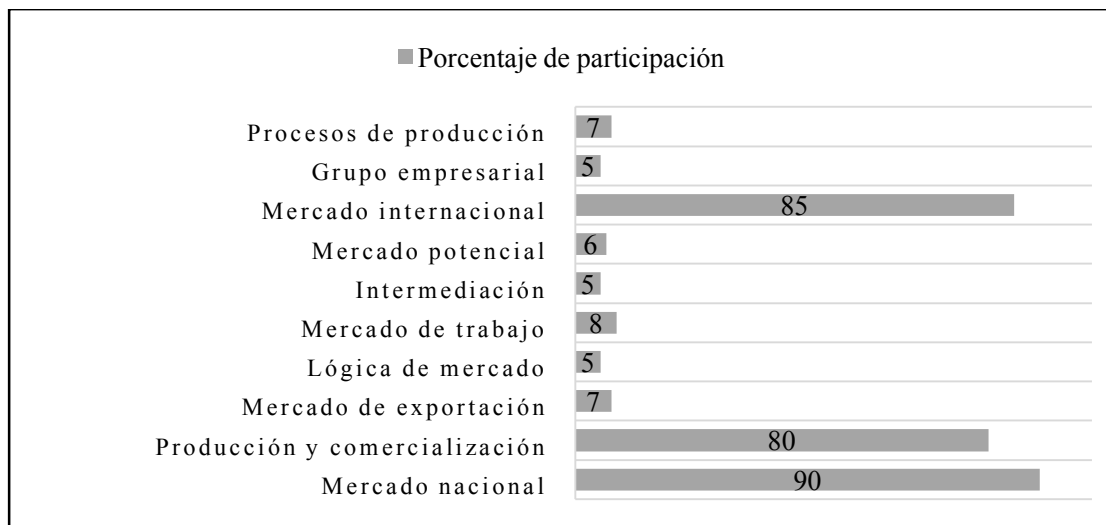
### **1.7.3.2.Interés principal**

Es muy conveniente frecuentar la teoría del interés principal por el camino histórico del procedimiento dado del argumento, provenir que permite no solo una orientación comprensible si no que advertir que los tratados de discrepancia que rodea el tema del

primordial interés incluso en comienzos del siglo XXI con la suposición del turno financiero que permite frecuentar al tema en argumento dentro de las axiomas o leyes, todo el movimiento económico referente al interés aparto el progreso, manifestando un aspecto circunstancial de las cuestiones centrales entre las primordiales corrientes del movimiento, referidas a que reivindicaban al interés como el precio del dinero (Bondone, 2011).

#### 1.7.4. Coordinación de mercados

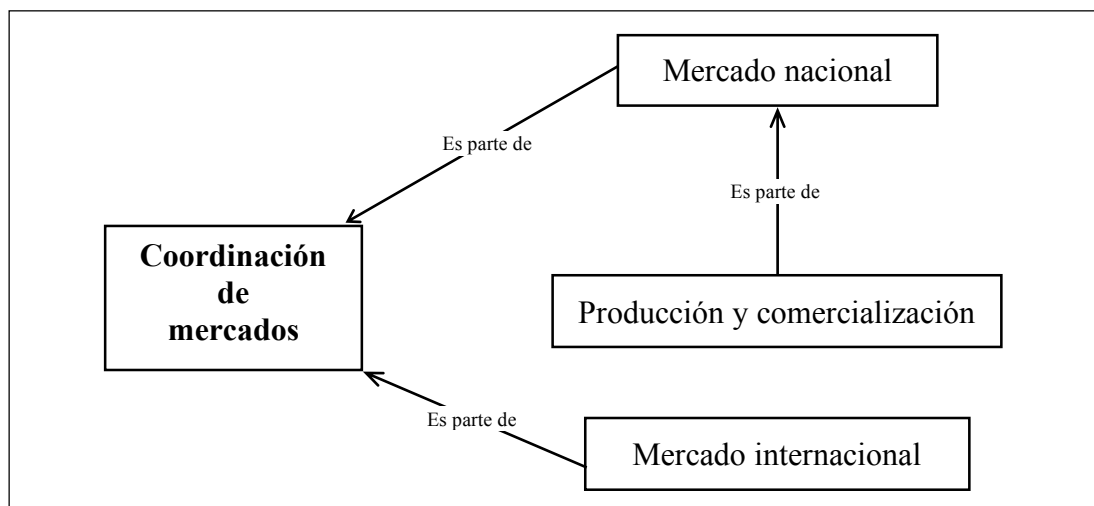
##### Análisis cuantitativo



**Figura 11.** Análisis cuantitativo Coordinación de Mercados.

Se encuentran las principales sub dimensiones de la coordinación de mercados destacando la participación de elementos fundamentales con un porcentaje mayor al 50% como el mercado nacional que su porcentaje de estimación de estudio es el 90% ya que concentra temas específicos sobre la coordinación de mercados al igual que la producción y comercialización con un 80% y el mercado internacional, pero destacando otros factores que se involucran en el tema pero no contienen un porcentaje adecuado de estudio ya que este es menor al 10 %. Elaboración propia.

##### Análisis cualitativo



**Figura 12.** Análisis cualitativo en la Coordinación de Mercados.

Se analiza las principales sub dimensiones de la coordinación de mercados, como el mercado internacional y el mercado nacional resaltando que ambos son parte directa del estudio y la producción y comercialización que se encuentra involucrada en el mercado nacional. Elaboración propia.

#### **1.7.4.1.Mercado internacional**

Bajo el enfoque estratégico la internacionalización de las compañías es efecto de la admisión de una serie de estrategias en los que se cree tanto los recursos y capacidades de las empresas como las proporciones y amenazas del entorno, que consiste en el proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización es decir la forma en que la empresa proyecta sus actividades total o parcialmente a un entorno internacional y genera flujo y procesos de diversos tipos. Por lo tanto los efectos de inestabilidad del mercado internacional tomando como ejemplo el turismo analiza su evolución, la estrategia de negocios que posibilitó su liderazgo ha marcado la inestabilidad de las políticas que continúan y le permiten mantenerse y ampliar sus actividades, por lo que, el modelo se edifica sobre el reconocimiento de la naturaleza complicada del turismo dado su carácter colateral y heterogéneo.

La manera cómo actúan los distintos agentes intrínsecamente de un ministerio que se muestran de manera colectiva las características y efectos frecuentes en la correspondencia a fin de conocer los aspectos dudosos de cada uno de ellos con miras a volver más eficiente sus decisiones, por consiguiente, mostró que si bien existen innovaciones consideradas radicales y para el mercado internacional estas no se patentan, de otra manera, en el contexto internacional la competitividad no se refiere a la aptitud de competir en los mercados esto es la capacidad de un sector con éxito para sus productos en el mercado internacional, considerando, que el licenciamiento ambiental es uno de los factores como elemento fundamental para viabilizar la comercialización en el mercado internacional (Arnold, 2009; Demajorovic, Aledo, Landi, & Mantovani, 2011; Duque, 2006; Godoi & Arendit, 2007; Jiménez & Aquino, 2012;Rodríguez & Vargas, 2004).

#### **1.7.4.2.Mercado nacional**

La oferta de un modelo de competitividad de cargos turísticos para los mercados nacionales, se basa en la construcción de un modelo sobre el reconocimiento del entorno complejo del turismo dado su carácter trasversal y heterogéneo, la manera

cómo interactúan los distintos actores dentro de un destino su relación con el entorno el disfrute de los atractivos y servicios y las diferentes percepciones de los turistas que siguen características y efectos comunes en la relación turista destino. Por otro lado, se considera que el proceso obliga a prepararse antes las nuevas dinámicas del mercado moderno que debe contender para desplegar ventajas comparativas y competitivas.

Para no ser excluidos del mercado nacional, por lo que, la empresa se desarrolla en su mercado es decir en su propio país donde emplea agentes dependientes se implanten filiales comerciales y se pone en marcha las filiales productivas. Por otro lado, se establece en la relación permanente con los propietarios de las licencias y de este modo aquellas empresas facilitan la tecnología adecuada a las empresas cooperativas nacies o las que deseaban innovarse (Añez H, 2005; Arnoldo, 2009; Bakaikoa et al., 2004; Jiménez & Aquino, 2012).

#### **1.7.4.3. Producción y comercialización**

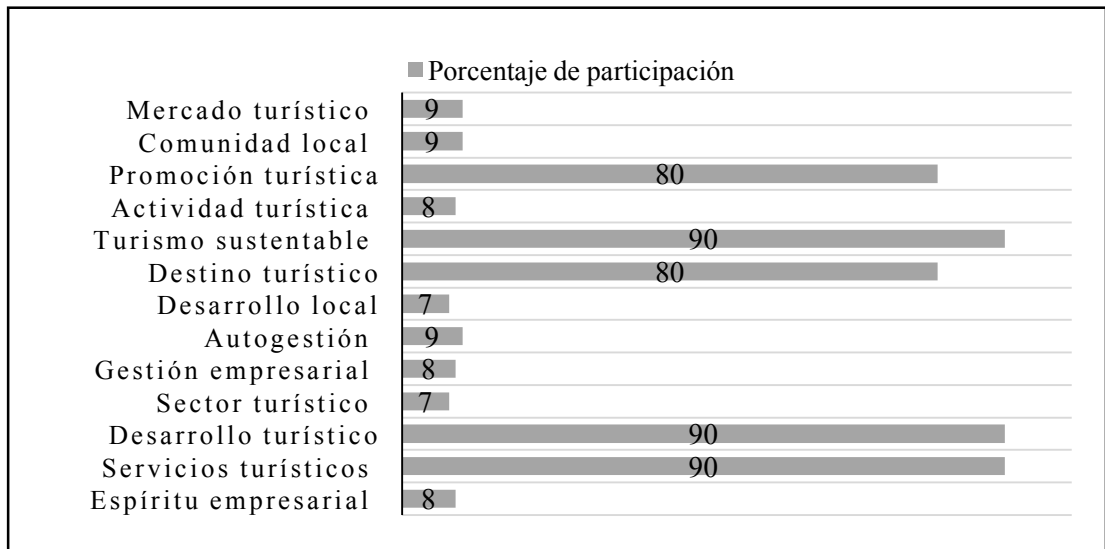
El emprendimiento adquirió una forma económica asociada a la producción y comercialización de bienes y servicios agrícolas pecuarios y forestales y a las estrategias de expansión de los pueblos en función al acceso de nuevos mercados, materia prima abundante y mano de obra barata, por lo que, la implementación de un nuevo método de producción o comercialización de un producto se fundamenta en un descubrimiento científico.

Se considera como escenario central a la unidad funcional, estructural y administrativa y ser vista como una gran empresa integral con su producción y comercialización en el mercado interno y externo con sus proveedores y su gran sentido de responsabilidad social, generando intra emprendimiento productivo en la población.

Los participantes crean a pequeña escala una actividad económica real con el fin de experimentar todos los aspectos que conlleva a la creación de una empresa que puede ser el diseño de un producto, comercialización y producción, de este modo, esta forma de dar cuenta corre el riesgo de caer en lo que se llama producción de la cultura en la producción y comercialización (Fairstein, 2013; García & Piña, 2013; Pedraza & Bravo I., 2010; Quintero, 2010b; Salinas & Osorio, 2012).

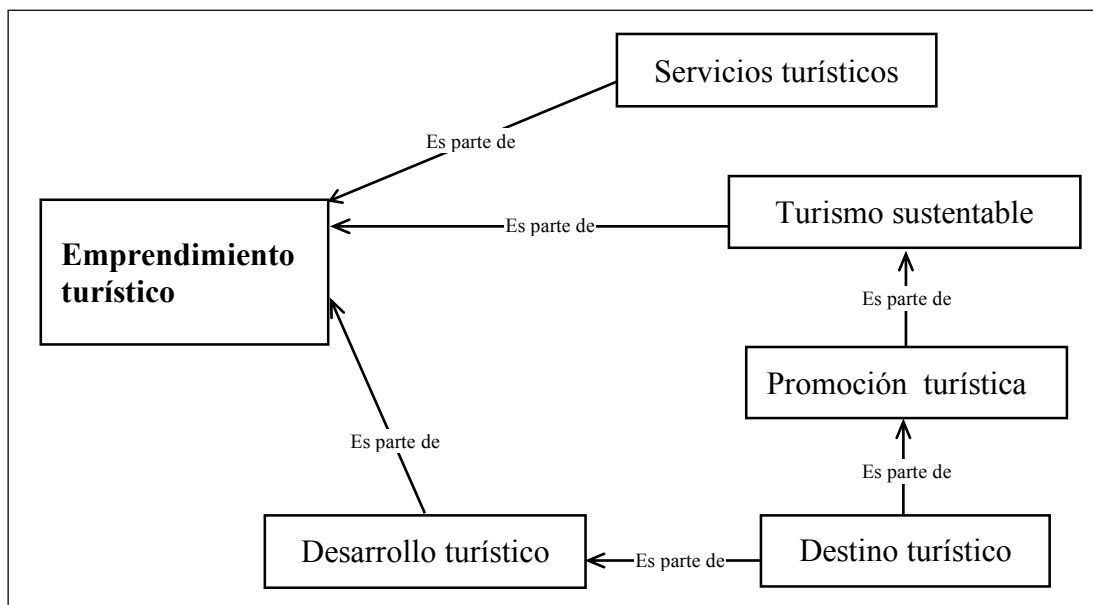
### 1.7.5. Emprendimientos turísticos

#### Análisis cuantitativo



**Figura 13** Análisis Cuantitativo del emprendimiento Turístico.

Se encuentran las sub dimensiones o variables de los emprendimientos turísticos con su porcentaje teórico de participación en el tema que se destacan tres elementos principales como el servicio turístico con , el desarrollo turístico y el turismo sustentable que marcan con un 90% de participación y dentro del desarrollo turístico se puede destacar que se encuentra la promoción turística y el destino turístico con un 80%, destacando la participación de más variables que conforman el tema pero su intervención no es con un aporte muy adecuado ya que marcan menos del 10% de participación. Elaboración propia.



**Figura 14.** Análisis Cualitativo de los emprendimientos turísticos.

Se determina el esquema de las principales variables del emprendimiento turístico es decir las de mayor relevancia de estudio que tienen como principal al desarrollo turístico, el turismo sustentable y los servicios turísticos que son parte de la investigación de los emprendimientos turísticos y también se encuentran la promoción turística que es causa del turismo sustentable y parte del destino turístico. Elaboración propia.

### **1.7.5.1. Desarrollo turístico**

El objetivo de esta tarea es examinar los procesos que ponen las inversiones turísticas y las compatibilidades planteadas por los procesos de migración de amenidad en el desarrollo turístico del destino desde un papel que cumplen los inversores privados y del estado con el fin de plantear lineamientos para las estrategias de desarrollo y políticas de inversión en la gestión turística.

Estas condiciones la actividad turística no ha tenido gran relevancia como instrumento de progreso socio económico que es considerada en diferentes planes como prioridad, no obstante, la declaración de precedencia no ha estado acompañada por la definición de una visión, de estrategias, programas y planes de acción para el desarrollo de una actividad turística sostenible. Por lo tanto, el impacto de en los emprendimientos turísticos que se venía llevando acabo encajan bien con las políticas de desarrollo ya que el papel del desarrollo turístico recayó en el programa de desarrollo (Alcántara, Farías, & Alfonso, s/f; Campodónico & Cunha, 2010; Sánchez & González, 2011).

### **1.7.5.2. Servicios turísticos**

El objetivo de esta tarea es examinar los factores precisos de la lealtad hacia los proveedores de servicios turísticos a través de un patrón integrador de la influencia de la libertad en un marco conceptual de del comportamiento planificado.

Por lo que, el suceso empresarial y el aumento de las ventajas competitivas están asociadas a la innovación que tienden afirmarse como uno de los conceptos que más atención ha tenido; en este sentido, se presenta una breve caracterización como forma de contextualización siendo aclarada la disminución de los conceptos en proceso.

Se tiene por objeto presentar la relevancia de la gestión como factor de diferenciación el desarrollo estratégico de las empresas de servicio turístico, lo que se determina, la relación de las actividades incluidas en la oferta turística que se pueden desprender los actuales recursos que están siendo utilizados por los presentadores de servicios turísticos (Barbosa & Dominique, 2012; Anjos, Flores, Gadotti, & Domareski, 2011; Riquelme, Oyarzún M., & Karina, 2010; Sanz, Ruiz, & Pérez, 2013).

### **1.7.5.3. Turismo sustentable**

La preocupación por el medio ambiente determinó el surgimiento del concepto de turismo responsable, es decir, la utilización adecuada de los recursos naturales, culturales y sociales con el fin de garantizar su uso en las generaciones futuras siendo el destino turístico el sector donde se hallan los elementos más característicos del sistema turístico.

Por otro lado, los enfoques de planificación aplicados al turismo y se estructura en diferentes capítulos con el objetivo de compensar las necesidades de las descendencias presentes sin implicar las generaciones futuras en un carácter de actuar para que progrese el desarrollo económico, equidad social y equilibrio biológico,

La diversidad biológica, la variedad del ecosistema y la vasta riqueza arqueológica entre los inversionistas y las comunidades, opciones que pueden generar empleos y significar dotación de servicios básicos, para lo cual, el objeto de desarrollar y fomentar como un país con una oferta turística sustentable, en este sentido, el turismo se constituye una alternativa sustentable para la conservación de las ciudades, pero el desarrollo implica el ordenamiento y funcionamiento del espacio turístico, elemento indispensable para su viabilidad económica (Borges & Zaine, 2006; Chaos, 2006; Cornejo, 2013; B. Román & Font, 2014; Salleras, 2011; Vázquez, 2004).

### **1.7.5.4. Destino turístico**

El cambio de acontecimiento provocado por una dificultad que impacta en un destino turístico personifica una congruencia para alcanzar los desafíos de la capacidad y sostenibilidad que se pide todavía a los destinos turísticos, para un mejor aprovechamiento de estas proporciones es necesario una preparación delantera y cierta anticipación debe instituir una sucesión de signos de rápidas o indicadores que permitan actuar eficientemente.

La construcción del destino turístico se basa en la confiscación del patrimonio histórico cultural de los pobladores surgidas en el siglo XX por actividad foresto – industrial, sin embargo, se presenta una propuesta estratégica orientada no solo

alcanzar el posicionamiento competitivo del sector, si no del desarrollo de la localidad que se le considera como un destino turístico, sin embargo, ningún destino turístico es inmune de sufrir una crisis que también afecta a los negocios situados en el destino, por otra parte, el destino turístico mochilero en el Pacífico es más importante que se posicionó en 1970 (Brac, 2011; Narváez, Fernández, & Henríquez, 2013; Rodríguez & Fraiz , 2010; Rodríguez, Fraiz, & Álvarez, 2014; Vargas, 2015).



## **CAPÍTULO II**

### **2.1. Marco teórico**

#### **2.1.1. Características y tipos de las variables**

##### **Dimensiones de la teoría**

Se exponen algunas dimensiones que van a orientar al estudio sobre los emprendimientos, estas modalidades se encargan de caracterizar a realizar la investigación ya sea por duración, obtención de datos, variables, o la profundidad del tema.

##### **Por fuente de obtención de datos**

Son todos los documento que contenga información original y que no haya sido previamente alterada para ciertos fines. También existe la de campo, que se efectúa en el lugar y tiempo que se va estudiar, la experimental que implica la creación de escenarios ficticios para la observación de muestras que se manejan durante la indagación (Villa, 2009).

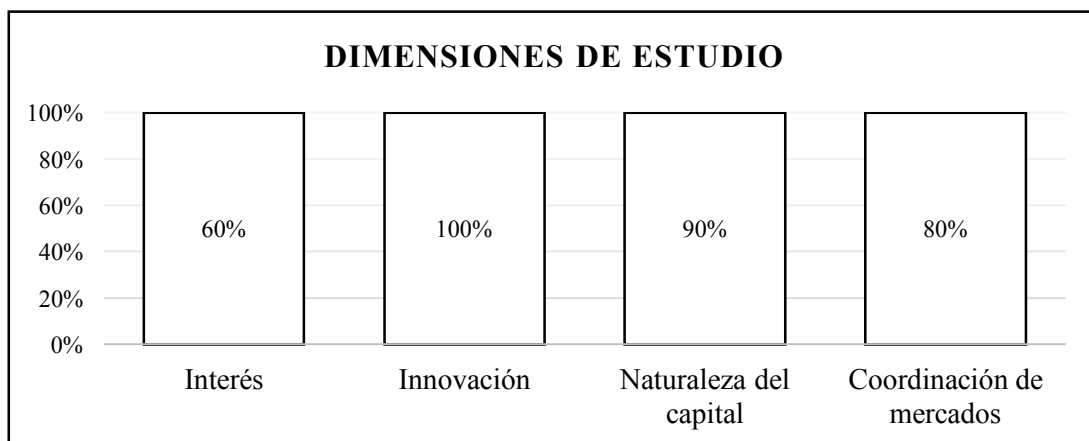
##### **Por hondura**

Existe la exploratoria que se ejecuta cuando el objetivo radica en inspeccionar un tema escaso con la característica que busca detallar propiedades, particularidades y atributos importantes de cualquier fenómeno que se examine.

### **2.2. Dimensiones de la teoría**

Se establecen 4 dimensiones que son:

- Innovación
- Interés
- Naturaleza del capital
- Coordinación de Mercados



**Figura 15.** Dimensiones de estudio, porcentaje de pertinencia en el tema.

Se identifican las cuatro dimensiones más relevantes de las que son el motivo de estudio, sin embargo, cada una tiene más influencia que otra, dependiendo de la percepción y concepto de cada autor. A continuación, se determinan el estudio y profundización de cada dimensión de estudio. Elaboración propia.

## **2.2.1. La innovación**

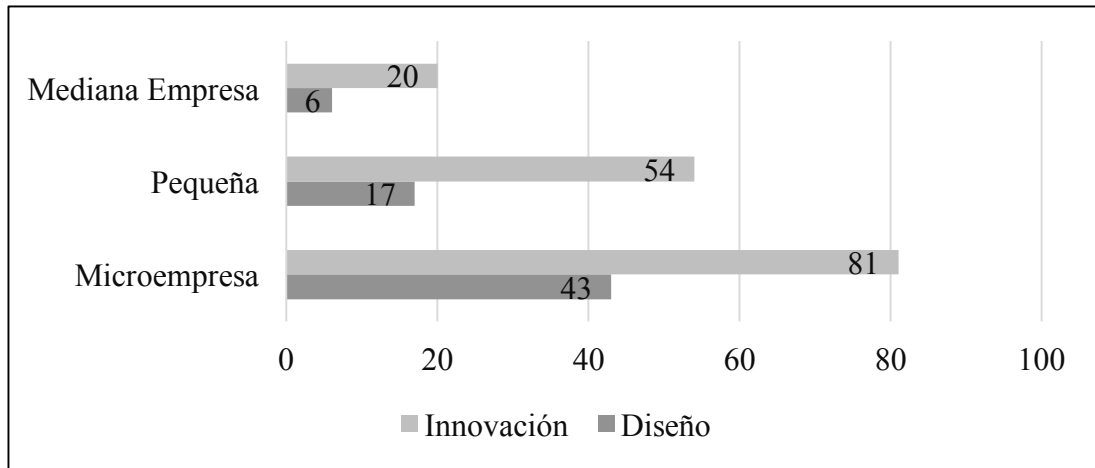
### **2.2.1.1. Concepto de innovación**

Son cambios que brindan el servicio en la forma de presentar acuerdos y dar la logística de los mismos. Por otra parte, implica el aprovechamiento de recursos y capacidades con respecto a la capacidad de respuesta, en este sentido facilita la innovación en el segmento que compite y participa los determinantes del desempeño innovador empresarial los planes estratégicos de las áreas especializadas.

Señalando los factores de innovación que fomenten las empresas turísticas y que todo instrumento que se aplican no es estandarizado, queda como principal resultado las decisiones estratégicas que tome el empresario turístico, que se enfoca el aprovechamiento de recursos y capacidades que aprovechado muy bien el recurso humano como un aspecto vital que contribuye al desarrollo de redes de conocimiento (Alegre, 2013; Becerra & Álvarez, 2011; Caicedo, 2012; Escolar & Fernández, 2011; Gómez & García, 2007; López, 2013; Puchet & Ruiz, 2008; Vasconcelos, 2011; Zuluaga, Sánchez, & Barrios, 2012).

Un sistema de innovación será débil o frágil cuando la proximidad sea baja o mínima (Lorentzen, 2009), citado por (Caicedo Asprilla, 2012), mientras que al analizar el origen el 80% de las empresas señalan que sus productos o proceso innovadores se desarrollaron en virtud de procesos endógenos. (Torres, Castellanos, & Salgado,

2007), que también puede ser determinado cuando se da la circunstancia que alguna empresa cuenta con el apoyo de una nueva matriz y muestra una actitud proactiva a través de la exploración de nuevos productos (Díaz, Guerrero, & Peña, 2015).



**Figura 16.** Repartición de las organizaciones de acuerdo a la postulación.

Adaptado de “Evaluación de la innovación tecnológica de las Mi pymes colombianas . Parte 1 : Bases conceptuales , metodología de evaluación y caracterización de las empresas innovadoras,” por Torres, L. M., Castellanos, O. F., & Fúquene, A. M. (2007)., 27(1), p. 158–167.

En la figura 16, se determina la distribución de las empresas participantes teniendo en cuenta la modalidad de postulación, donde las microempresas tiene una participación mayoritaria, a diferencia de las medianas empresas que no tienen un diseño ni una innovación que les permitan competir (Torres, Castellanos, & Fúquene, 2007).

El modelo de innovación asumía que la tecnología es información fácil de copiar para que las innovaciones se puedan codificar como información, se transforman en bienes y servicios que rápida y económica (Brunet & Pizzi, 2012). En este trabajo se analiza cómo la destreza de conocimiento en utilización incide en la innovación que despliegan las sociedades en el espacio del turismo cultural. Los efectos del modelo preliminar muestran que las compañías que se localizan en una red con lazos dinámicos desenvuelven más innovaciones (Elch, Martínez, & García, 2015).

#### **2.2.1.2. Características de la innovación.**

Existen estudios sobre política en ciencia, tecnología e innovación que pueden pertenecer en 2 modelos diferentes, lineal (soportado en la teoría neoclásica) y el interactivo (soportado en la teoría evolucionista) que traen complicaciones en el desarrollo científico (Morales, Riaga, Cante, & Alejandra, 2012).

**Tabla 8***Características de la innovación en países desarrollados*

Países desarrollados	Características del sistema de innovación
Países asiáticos	
Japón	-Concentración en la gestión de producción industrial I+D. -Flexibilidad en el manejo de la mano de obra. -Sistema financiero con un bajo costo de capital.
Países escandinavos	
Suecia	-Altos gastos en educación.
Noruega	-Sistema financiero poco sofisticado.
Finlandia	-Internacionalización de la investigación.
Países europeos	
Francia	-Alto nivel tecnológico en bienes.
Italia	-Lazos fuertes entre academia y sector privado.
Holanda	-Cierta retraso en la capacidad de Innovación por condiciones del sistema de inversión y financiación en innovación.
Alemania	
Países anglosajones	
EEUU	-Alta especialización industrial.
Gran Bretaña	-Capital de riesgo sofisticado y poco costoso.
Canadá	-Orientación tecnológica y de innovación hacia la industria aeroespacial y farmacéutica.
Australia	

*Nota:* I+D= investigación más desarrollo. Adaptado de “ Investigación en la innovación de los recursos y servicios turísticos,” por Amable, Marre y Boyer (2008); Ekboir y Parellada (1999) Y Furman, Porter & Stern (2001).

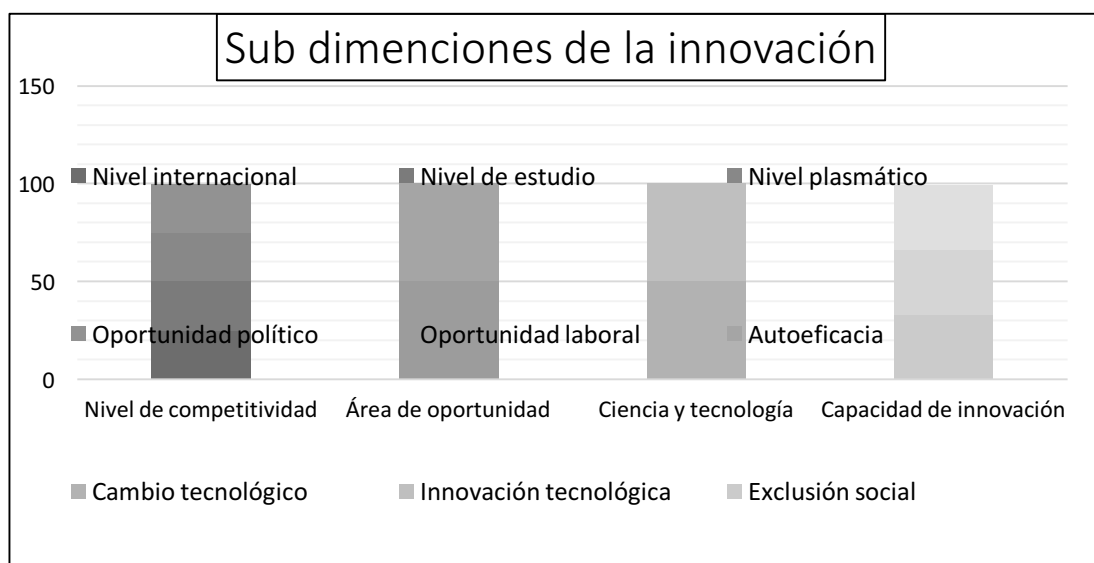
En la tabla 10 las acciones de I+D como realizadoras de creación se han agrupado en Europa, Japón y EE.UU. que sus caminos en lo social, político y económico sellan la pauta en cuanto a sus métodos de innovación (Morales et al., 2012).

Las innovaciones de tipo organizacional se expresan en la creación de nuevas organizaciones de productores para prestar servicios, específicamente para realizar funciones que han tenido y tienen que ver con la solución de necesidades y problemas (Frías, 2011). Pero para que se desarrolle todo esto debe existir otro modelo, que es el tercer modelo, que destaca la conexión a internet en una empresa produce un efecto positivo para las innovaciones como la realización de planes de mejoramiento, la formalización de procedimientos y la incorporación de colaboradores en la generación

de nuevas ideas (Torres & Fuente, 2011). En este sentido la presente investigación también se destaca por la misma, por lo que se pretende analizar la presencia de ventaja competitiva por medio de la Innovación y no su valor de efecto sobre la competitividad (Castro, Alama, López, & Navas, 2008).

### 2.2.1.3. Sub dimensiones de la innovación

Explicado la dimensión anterior sobre la innovación se puede determinar varios aspectos fundamentales o sub dimensiones que se dan a continuación.



**Figura 17.** Sub Dimensiones de la Innovación.

Fuente: Elaboración propia.

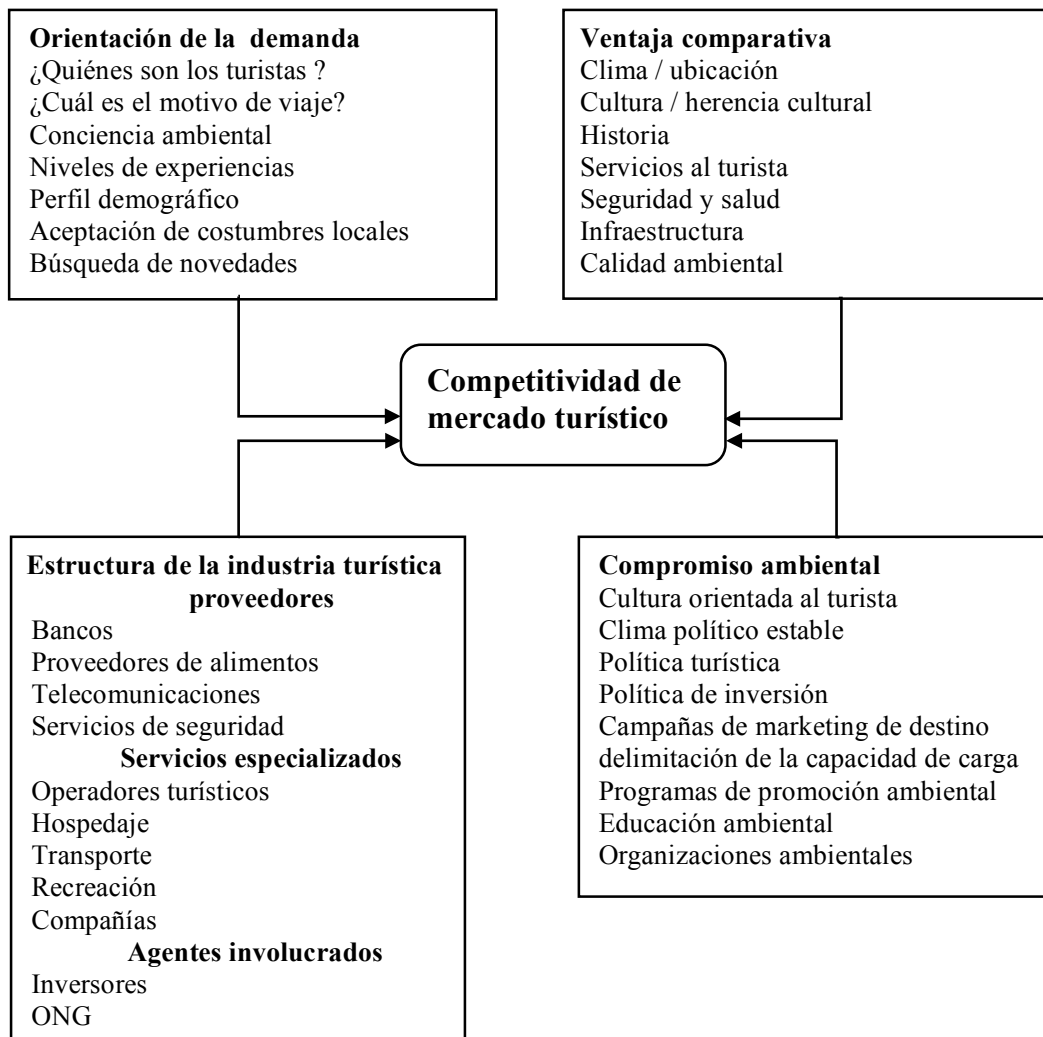
En la figura 17, existen cuatro sub dimensiones que son características para el estudio sobre la innovación que entre ellas se encuentran: Nivel de competitividad, área de oportunidad, ciencia y tecnología, capacidad de innovación.

Donde cada uno concentra varios aspectos fundamentales que deben ser tratados y estudiados para la fundamentación de la principal dimensión.

### 2.2.1.4. Nivel de competitividad

El sector privado en el fenómeno de la innovación, como estrategia para mejorar la competitividad y formar impactos optimistas en el desarrollo financiero y la entrada per cápita para aumentar el I+D para el desarrollo de métodos más eficientes de elaboración (Mesa & Salazar, 2012).

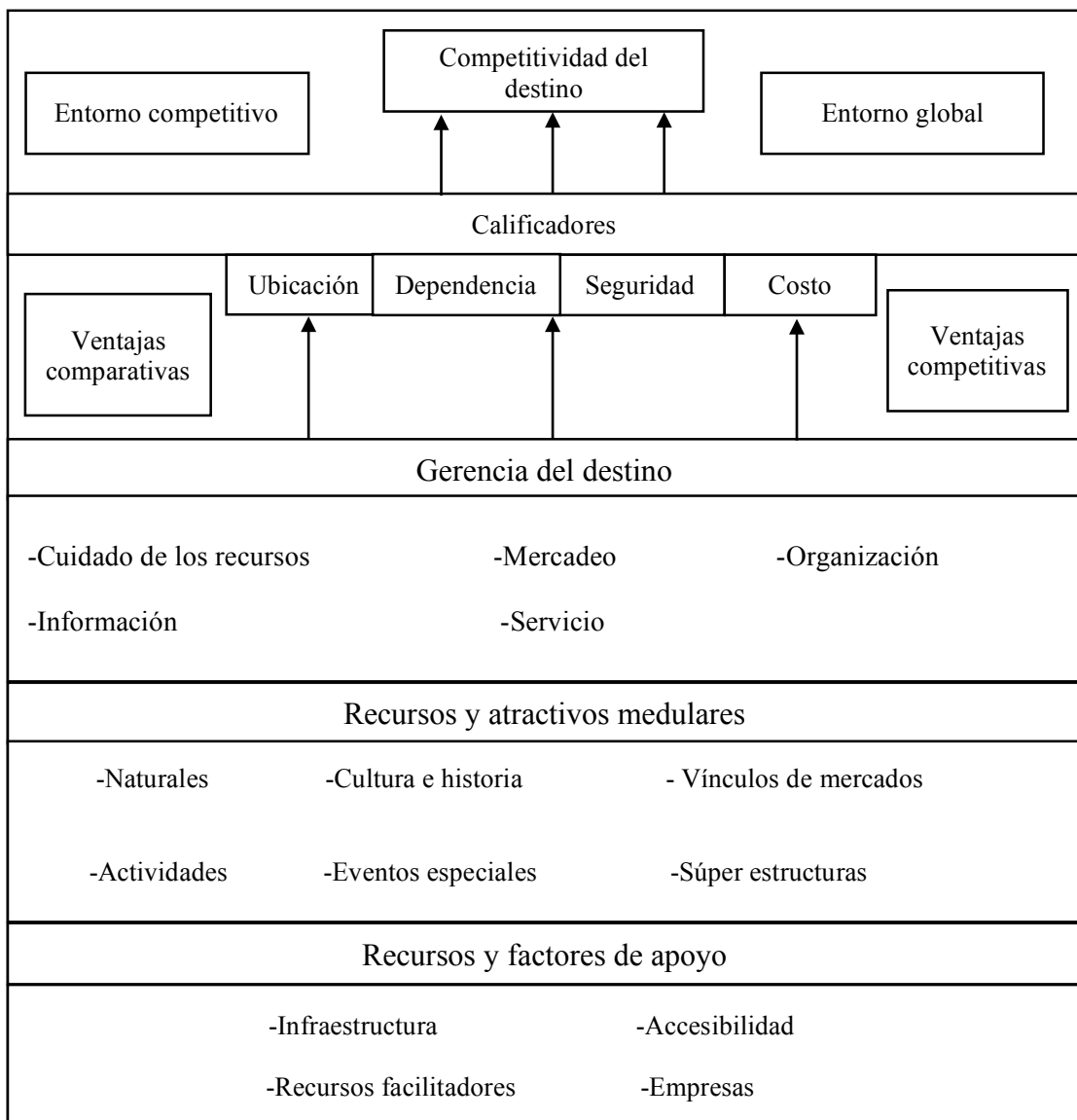
Este estudio es significativo debido en que las pequeñas y medianas empresas, para conservar su nivel de competitividad conviene desarrollar las actividades de investigación y desarrollo que en la mayoría de los casos requieren de cuantiosos recursos financieros que no pueden disponer con frecuencia (Arzola, Hurtado, Piñero, & Suarez, 2008).



**Figura 18.** Determinantes de la competitividad de mercado

Adaptado de “Competitividad Y Turismo Sustentable - El Caso de Aguas de San Pedro (San Pablo, Brasil),” por Borges, M. P., & Zaine, M. F. (2006).. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15, p. 220–235.

En la figura 18 se determinan cuatro atributos que determinan la competitividad y la orientación a la demanda que se basa en la habilidad del destino para responder a los cambios de la demanda que influyen sobre la competitividad (Borges & Zaine, 2006). La superioridad semejante interviene en factores agrupados al macro y micro ambiente, la organización de la empresa está relacionada con la destreza de destino para competir y el compromiso ambiental que afecta el potencial sustentable (Borges & Zaine, 2006).



**Figura 19.** Modelo de Competitividad del turismo de Crouch y Ritchie  
Adaptado de "Competitividad y turismo sustentable," por Crouch y Ritchie (2000) citado por Francés, 2003.

En la figura 19 se preserva fundamentalmente dos elementos que pueden componer su base, los recursos y atractivos medulares y los recursos y factores de apoyo que ambos

pueden ser complementados con la gerencia del destino, el entorno competitivo global y la manejo de organización (Duque Brito, 2006).

Los resultados se valoran fundamentalmente en tres elementos que son el visitante los recursos y la tasa de beneficio para los involucrados en la actividad turística (Jiménez Baños & Aquino Jiménez, 2012), el enfoque teórico de la competitividad sistémica tiene como premisa la integración social, a diferentes niveles exigiendo no solo reformas económicas sino igualmente un programa de transformación para la sociedad (Narváez, Fernández, & Henríquez, 2013).

### 2.2.1.5. Área de oportunidad

Existe una relación entre el desempeño económico y la dinámica innovadora relacionado con las compañías donde los interesados son la principal principio de innovación, que se puede hallar diversos espacios de oportunidad, como los instigaciones fiscales existentes, la corta cultura del riesgo de participación y la falta de coyuntura con las Pyme con las instituciones educativas (Olivier & Thompson, 2009).

**Tabla 9**

*Compañías con elaboración en la innovación al producto o proceso según el tamaño.*

Tamaño de empresas	Innovación al producto (n / %)	Innovación al proceso (n / %)	Innovación a ambos (n / %)	Suma (n / %)
Pequeñas	18 / 35	15 / 30	18 / 35	51 / 100
Medianas	7 / 33	8 / 38	6 / 29	21 / 100
Suma	25 / 35	23 / 32	24 / 33	77 / 100

*Nota:* n= número de compañías, %= porcentaje que representa las compañías según el tamaño de la empresa. Fuente: (Olivier & Thompson, 2009).

La tabla 11, determina que las sociedades pequeñas prevalecen las innovaciones a los productos sobre los métodos con una diferencia del 6%, mientras que en las medianas se tiene una mayor colocación a las innovaciones en los métodos igualmente con una diferencia del 6%, además una mayor fuerza innovadora en los bienes de las empresas pequeñas, lo que puede ser que las sociedades medianas tienen los conocimientos más



complicados por lo que da un margen mayor a las innovación para que las logren ejecutar lo que a desacuerdo de las empresas pequeñas lo consiguen realizar sin ningún dificultad (Olivier & Thompson, 2009).

#### **2.2.1.6. Ciencia y tecnología**

En los últimos años los emprendimientos han venido generando una dispuesta orientada a mejorar su capacidad de tecnología, pero también las organizaciones que incorporan las organizaciones a sus procesos adoptan ciertas particulares abiertas a los cambios dispuestos, a diferencia que la innovación no tiene un punto final por que no se formula para obtener una meta concreta porque son incorporadas a las mismas tácticas (González & Rodenes, 2008).

La ciencia y tecnología en la innovación puede ser clasificada por los siguientes puntos, en productos que consiste en producir y comercializar nuevos productos o servicios que puede ser considerada como innovación radical que son productos ya existentes pero mejorados, a diferencia de la innovación por procesos que es la incorporación de nuevos sistemas de procesos que por lo general se lo hace al sistema de productividad. Ibid.

Un negocio emprendedor es innovador cuando ha implantado procesos o productos tecnológicamente que deben ser nuevos y mejorados durante todo su periodo.

#### **2.2.1.7. Capacidad de innovación**

Las capacidades de innovación pueden variar según la rama o la actividad de que cuenta cada organización, como las ramas de reparación, mantenimiento y las instalaciones de equipos de mantenimiento, a diferencia de las de fabricación de productos minerales no metálicos, por consiguiente las de madera o productos de la rama (Pietroboni et al., 2011).

**Tabla 10**

*Coefficiente de correspondencia de Spearman entre factores de capacidad en la innovación.*

Factores capacidad de innovación	Indicador capacidades de innovación
Grado aseguramiento de calidad	700
Esfuerzo de capacitación	434
Participación de ingenieros y científicos en actividades de I+D	721
Grado de importancia de las actividades	638
Grado de cooperación tecnológica	440
Inversión en actividades	641

Nota: I+D = investigación más desarrollo. Adaptado de “Innovación y gestión de la ciencias aplicadas de firmas industriales de entre ríos, Argentina. Ciencia, docencia y tecnología,” por Pietroboni, R, Lepratte (2011)., (42), 41-70.

En la tabla 12 se desarrollan habilidades de innovación a través de perfecciones con otras establecimientos o compañías, como también esfuerzos de capacitación que en muchos casos son programas del gobierno, recalando que los factores críticos que impulsan procesos de innovación son la calidad, I+D y la cooperación tecnológica (Pietroboni et al., 2011).

#### **2.2.1.8. Clasificación**

Son varias las clases o facetas que se pueden distinguir de la innovación ya que su patrón beneficia ampliar los campos donde se va renovar. Por otro lado, no se puede circunscribir a innovar solo en tecnología, servicios o productos, en materia se lo crea, se está limitando las conformidades de éxito, ya que es un complejo de creación de novedades con significado económico, cuyo efecto expansivo sobre la economía ha motivado la investigación permanente de motivadores con el objeto de mejorar la comprensión.

Por lo tanto innovar implica muchas y variadas cosas como por ejemplo en una institución educativa no solo se puede formar a los alumnos sino también a las familias de los alumnos en temas de Tic y educación para que puedan hacer un uso en sus tiempos libres ejercer la ciudadanía y seguir aprendiendo. Por lo tanto, se analizan innovaciones orientadas a las demandas tales como innovaciones de producto,

mercadotecnia y mercado, así como también innovaciones orientadas a la eficiencia operacional de las cuales incluyen operaciones de procesos administrativos y de producción (Barba, 2012; Guzmán & Martínez, 2002; Libedinsky, 2014; Yrigoyen, 2013).

### **Innovación por producto**

Es la entrada de un nuevo bien o servicio o de mejoras específicas que involucren a los mismos, en relación a las mejoras funcionales. Por lo tanto, no solo se engloba cambios funcionales sino además aquellos diferentes diseños que se reúnan de manera intrínseca al producto (Yrigoyen, 2013).

En el ámbito más casual es como se modifica en el bosquejo de un diferente producto o servicio clave y ahí apostar a los costes y la diferencia, ya que satisfacer las carencias de los usuarios suele ser un extenso juicio para innovar (Barba, 2012).

### **Innovaciones en procesos**

Como se añade valor a los procesos claves para un emprendimiento se basa en la gestión de la cadena de suministros de las empresas, que se basa en dar a los comprometidos la contingencia de igualar y comunicar los cambios que se forman en la tendencia de los clientes, para responder de una manera ágil a dichos cambios. Ibid.

### **Dinámica entre tipo de innovaciones orientadas a la demanda**

El alto grado de asociación de los empresarios es un factor determinante que permite la mayor difusión de los resultados de sus innovaciones, por lo que dicho intercambio de ideas permite que los empresarios generen mayor innovación, lo que se evidencia en la mayor cantidad de innovaciones que se introducen, así mismo el intercambio de ideas genera que las innovaciones sigan tendencias iguales que sean homogéneas (Yrigoyen, 2013).

### **Tabla 11**

*Tipos de innovación y complementos empresariales.*

<b>Innovaciones radicales</b>	<b>Innovaciones incrementales</b>
-------------------------------	-----------------------------------

Innovaciones en productos	Bienes o servicios completamente diferentes en el mercado	Bienes o servicios con creaciones primordiales en el mercado. Bienes o servicios con ligeras alteraciones en el mercado. Bienes o servicios semejantes a las del mercado.
Innovaciones en proceso	Proceso totalmente nuevo en el comercio creado por la compañía	Introducción de maquinaria o equipo con nueva tecnología. Introducción de nuevos sistemas de información y comunicaciones (TIC). Pequeñas modificaciones en procesos fruto de la experiencia.

*Nota:* TIC = tecnología de la información y comunicaciones. Adaptado de “Procesos de innovación en el turismo,” por Guzmán Cuevas & Martínez Román, 2002, pag.23 editorial Málaga.

En la tabla 13 se determinan ocho categorías de la innovación cuatro en productos y cuatro en procesos incluyendo la referencia al mercado de la empresa. Se destacan los procesos que abarcan cualquier actividad empresarial como producción, gestión, organización que se encuentren relacionados con un nuevo producto o una mejor gama de los productos que ya existen en una organización (Guzmán & Martínez, 2002).

### **2.2.1.9. Tipos de innovaciones**

La experiencia ha hecho que siempre se haya una innovación didáctica que se puedan identificar rupturas, que en tanto exista oposición con prácticas anteriores y prácticas frecuentes y también continuidades que en toda innovación recupera de un modo antecedentes o raíces (Libedinsky, 2014).

Se pueden dar a conocer tres ejemplos familiares:

En la pedagogía de Juan Amos Comenio se encuentran claves para la producción de recursos como el armado de escenarios la presentación de información con dos columnas y la exhibición de campos semánticos. En el método de trabajo por proyectos delineados se encuentran las bases teóricas y prácticas de proyectos interinstitucionales colaborativos en la pedagogía de Célestin Freinet, donde hace

referencia a las actividades de correspondencia que se igualan a las actividades de cambio y que se realizan en plataformas virtuales. Ibid.

Los diversos tipos de innovaciones deben ser estudiados como variables diferentes pero como parte de un mismo sistema que es muy complejo, que pueden ser fenómenos que suceden de manera muy aislada, sino que pueden ocurrir simultáneamente debido a las conexiones que pueden haber entre ellos, además, despiertan la curiosidad estimulan la puesta en acto de la creatividad individual y de los equipos, ya que, proponen actividades meta cognitivas, entusiasman, despiertan intereses, seducen, divierten (Libedinsky, 2014; Yrigoyen, 2013).

#### **2.2.1.10. Capacidad de innovación**

Las capacidades de innovación son muy importantes para la clasificación de las empresas y sectores industriales en países de vías de desarrollo, en lo que, las magnitudes de una organización admiten a una empresa lograr ventaja de las oportunidades del mercado, la capacidad de innovación más reveladora es la recolección del conocimiento de una sociedad en la cual se encuentra principalmente el talento humano, en sus transcurso y otros recursos de la empresa (González & Rodenes, 2008).

Es primordial hacer distinguir que las magnitudes de innovación no son realizables de evaluar ya que implica la medición del conocimiento que no está regulado, pero se encuentra acumulado en la mente de los sujetos y las tradiciones de la organización tampoco es posible que las compañías suministren datos objetivos y confiables además del intercambio de conocimientos que puedan poseer con otras empresas o agentes lo que no es un resultado positivo entre la capacidad de innovación y los efectos empresariales, que aun representa un plaza de investigación conceptual (González & Rodenes, 2008).

#### **2.2.1.11. Esfuerzo de innovación**

Para calcular de modo apropiado el esfuerzo de innovación de una organización es significativo conocer la intensidad de las actividades de innovación llevadas a cabo,

es respetable obtener datos sobre cuales actividades de innovación se han ejecutado en la empresa en formal periodo para obtener fichas sobre los costos en actividades de innovación (González Bañales & Rodenes Adam, 2008).

La información logra ser perfeccionada con información general acerca del sector en el que opera la organización, esta indagación puede obtenerse en encuestas sobre innovación servibles a través de varios medios como un instituto nacional de estadística.

#### **2.2.1.12. Resultados de la innovación**

Indagan medir el nivel de conquista en el mercado y el impacto de las deducciones del proyecto en el caso del triunfo de mercado se puede considerar aspectos tales como, resultados en ventas, utilidades la eficiencia de los costes y aumento en las ventas de los beneficios de otro producto o servicio de la organización. Ibid.

#### **Relación entre el capital relacional e innovación tecnológica**

El aumento del número de estudios ha ayudado a una situación de desconcierto que contribuya a la diversa unidad de nociones, teoría y efectos de investigación que llega a causar una fórmula de nociones en donde cada colaborador puede plantar árbol de conocimientos. Ibid.

Para el estudio de las relaciones que se ejecutan entre el concepción de capital de la relación de orientación al mercado de innovación tecnológica y de efectos empresariales se aprendieron recordando la diversidad conceptual trazada por Amaya y Ebers aquellos labores de exploración que mejor se acomodaron a los objetivos. Ibid.

#### **2.2.2. El interés**

##### **2.2.2.1. Concepto**

El papel de capitalista, es ineludible para que implique posible el beneficio empresarial, en este caso una producción que requiera tiempo, recaer en los

propietarios de recursos que encuentran los intereses suficientemente atractivos como para venderlos basándose en un convenio que les garantice ingresos solo después de cierto tiempo (Kirzner, 1998). A partir de la presentación de este enfoque teórico se hace un recorrido por las investigaciones encontradas sobre el emprendimiento y su factor de interés, para identificar cuáles han sido los factores de énfasis de las investigaciones y saber que conclusión son las que se ha llegado (Ortiz, Camargo, & Duque, 2008).

Una primera observación es que el interés es, proponer una transformación del entorno emprendedor y resolver los problemas que dificultan la creación y desarrollo de nuevas empresas (Ruiz, Cabello, & Medina, 2014). Un modelo del progresivo interés por el emprendimiento a nivel mundial es la formación del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) su objetivo es ejecutar estudios sobre la diligencia industrial en todas las amplitudes del planeta (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014). Las sociedades se orientan en modificar sus recursos en organizaciones no gubernamentales, cooperativas, pequeñas actividades comerciales, instalaciones comunitarias y residencias de interés social (Guzmán & Trujillo, 2008).

#### **2.2.2.2. Interés social**

El interés social está constituido por tres partes fundamentales, las iniciativas empresariales sociales, la economía social y el tercer sector, que este tiene como finalidad social y nunca tiene un reparto de beneficios, en la economía social se destaca que hay diversas finalidades y el reparto de beneficios al trabajo en lugar del capital y por ultimo las iniciativas empresariales que son las actividades en áreas sociales y el reparto del beneficio al capital.

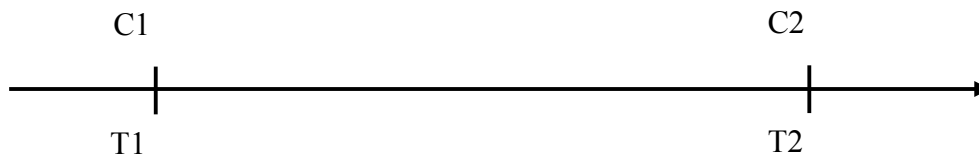
#### **2.2.2.3. Capital financiero**

El capital no es más de lo que frecuentemente es admitido en el mercado de bienes y servicios, que es el mecanismo de cálculo de los bienes o ser medio de pago o como herramienta de cambio (Blanco Richart, s/f).

Puede ser:

Simultáneo: Cuando el bien o servicio que se obtiene y su desembolso concuerdan en el tiempo es lo que frecuente mente se domina como operación al contado. Ibid.

No simultáneo: Cuando el bien o servicio que se adquiere no concuerda en el período lo que se nomina ejercicio aplazada. Se lo puede representar así.



**Figura 20.** Forma gráfica del capital financiero. Adaptado de “Manual práctico de operaciones financieras,” por Blanco Richart, (2005) E. R. p.43.

En la Figura 20 se encuentra la medida de cualquier activo real o financiero expresado por la letra “C” y su vencimiento expresado por la letra “T”, lo que todo capital financiero se determina por ser una suma pero persistentemente debe estar relacionada al instante en que se posee favorable si el instante es mas tarde es T y si es actualmente será cero.

#### **2.2.2.4. Comparación de capitales**

Se debe resaltar que el tiempo afecta al valor de los capitales que proporcionados dos capitales cuyas tasas estén equipares no poseerá el parecido importe económico si sus términos son diferentes, lo que conviene el capital más próximo al momento del intercambio, ya que el tiempo procede como un elemento financiero negativo por lo que debe ser proporcionado con un acrecentamiento de su importancia para que actúe disperejo (Blanco Richart, s/f).

#### **2.2.2.5. Tipos de interés**

Se puede destacar dos tipos de interés que dan parte a dos estatutos desiguales.

#### **2.2.2.6. Interés vencido o pos pagable**

Frecuenta de aquel que se deduce en la última etapa del ejercicio o al final de cada fase, la ley que utiliza este interés es la nombrada de capitalización. Ibid.



### **Interés anticipado o prepagable**

Presenta de aquel que se deduce al estreno de cada etapa o al inicio de la ejercicio, la ley que se emplea este tipo de interés se la nombra de descuento (Blanco Richart, s/f).

#### **2.2.2.7. El interés en las personas**

La compatibilidad entre el interés y las personas con las exigencias de la vida favorecen la culminación exitosa ya que las variables socio económicas no parecen influir, por otra parte se debitan intereses por el turno negociado con el miembro de la póliza por que la solvencia siempre lo acaba dando el mercado al contribuir los bienes económicos solventes, lo que se discurre que este interés suele sustentar en opiniones muy efectivas sobre dicha orientación difundidas primero por los partidarios del sistema monetario, su sistema empírico no siempre es sólido lo que tampoco debe aprehender como una desautorización del enfoque, teniendo en cuenta, que el sistema económico, socio cultural y político influyen de manera decisiva en las problemáticas, expectativas, intereses, valoraciones y ambiciones de las personas (Bondone, 2011; Castaño, Gallón, Gómez, & Vásquez, 2006; Martíne, 2012; Mieles & Acosta, 2012).

#### **2.2.2.8. Interés como objetivo intermedio de política**

Un modelo de zonas objetivo con intervenciones en el borde de la banda, tienen dos inconvenientes. El primero surge cuando los medios de pago son muy volátiles, pues la tasa de interés difícilmente permanece dentro de la banda y tienen que situarse a sus límites. El problema se agrava si, además de que los choques de oferta siguen un paseo aleatorio, existen burbujas especulativas que afectan a la tasa de interés. En el caso de una demanda de dinero inestable, se esperaría que los choques de demanda fueran de carácter permanente. Por simplicidad podemos suponer que sigue un típico paseo expuesto con o sin fin (Junca, 2006).

### **2.2.3. Naturaleza del capital**

#### **2.2.3.1. Concepto**

En este enfoque se representa una focalización de la creencia de recursos y magnitudes para los factores de la naturaleza intangible, que pueden llegar a ser los responsables del éxito empresarial (Castro et al., 2008). Sería útil en términos de estudios de

concentración y el aporte del capital humano que los procesos innovadores se analicen por sectores productivos, por lo que es favorable que en sectores más tecnológicos, el capital humano juegue un papel más relevante que en otros sectores (Páez , 2012).

#### **2.2.3.2. Capital intelectual**

La etapa inicial de los cambios dirigidos hacia una nueva visión por parte del capital, establecen la dirección de tareas repetitivas y prefijos por la empresa. Las nuevas exigencias organizacionales poseen como objetivo la innovación, que espera que el talento humano empleado tenga mayores competencias y una formación polivalente para movilizarse en un extenso campo de labores, por lo que resulta indispensable ante los cambios presurosos de los bienes y servicios, exigencias de aumento de calidad sofisticación de las tecnologías, entre otras; Es una focalización de la especulación de recursos y contenidos que supone un enfoque más pragmático en cuanto a la identificación y medición de los activos intangibles que comprende una empresa ya que es el conjunto de diferentes categorías de conocimiento ya sea individual, organizacional, inter organizacional poseídos por una empresa y que son susceptibles de proporcionar una ventaja competitiva (Añez H, 2005; Delgado et al., 2013).

#### **2.2.3.3. Estructura capital intelectual**

El capital intelectual fue definido en el Euroforum en el año de 1988 como una agrupación de activos intangibles de una entidad que aunque no estén mostrados en los estados financieros habituales en la circunstancia forman valor o pueden generarlo en el futuro y que se compone del capital humano, capital externo o relacional (Funes, & Hernández, 2001).

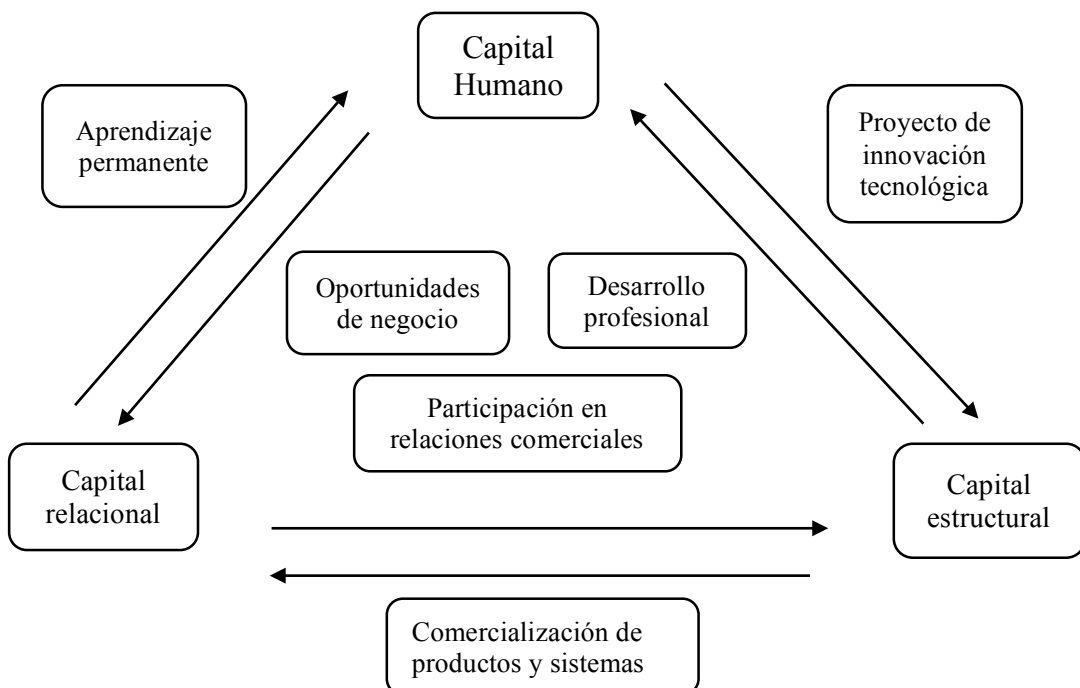
El capital intelectual de una empresa puede dividirse en cuatro dimensiones como los activos de mercados, que son el potencial derivado de los bienes intangibles que almacenan una correspondencia con el mercado; los activos de posesión intelectual, que son más que derechos de autor ocultos de fabricación; patentes derechos de diseños entre otros. También existen los activos centrados en el individuo o calificaciones de sus conocimientos habilidades y actitudes, y por último los activos de infraestructura que incluyen tecnologías metodológicas y procesos que hacen factible el funcionamiento de una organización. Ibid.

#### 2.2.3.4. Medición capital intelectual

El objetivo de quienes hasta ahora se han dedicado a medir el capital individual es crear una métrica específica que permita establecer un valor más objetivo para registrarlo como un activo intangible, ya que las empresas al intentar medir el capital intelectual buscan identificar su esencia para definir un valor de todas las actividades humanas en el trabajo, pero también buscan identificar donde está la capacidad de crear valor que no solo les preocupe ventajas competitivas y les permita evolucionar, además dicho enfoque del capital intelectual está saliendo del estado embrionario y emergente en el que se encontraba hace algunos años para presentar un posible modelo de medición dividiéndole en diferentes dimensiones para su posterior estudio (Delgado Verde et al., 2013; Funes & Hernández, 2001).

#### 2.2.3.5. Modelo de trabajo del capital intelectual

Este modelo consiente asemejar, ordenar y medir los tangibles estratégicos en términos del capital humano como las capacidades individuales, conocimientos, destrezas y experiencia de los colaboradores y directivos (Saavedra & Saavedra, 2012).



**Figura 21.** Modelo de gestión del capital investigador. Adaptado de “ Informe anual 2008, Unión Febre,” por Saavedra & Saavedra, 2012.

En la figura 21 se destaca la interrelación que existe entre los tres capitales: el relacional, humano y el capital estructural que está conformado por el valor de la estructura organizacional, cultura empresarial sistemas internos y procesos, a diferencia del capital relacional que es el valor de las interrelaciones con clientes y agentes sociales, donde los tres capitales mantienen una conexión por medio de flujos de relaciones dinámicos que los combinan y constituyen el factor clave del desarrollo (Saavedra & Saavedra, 2012).

#### **2.2.3.6. Capital relacional**

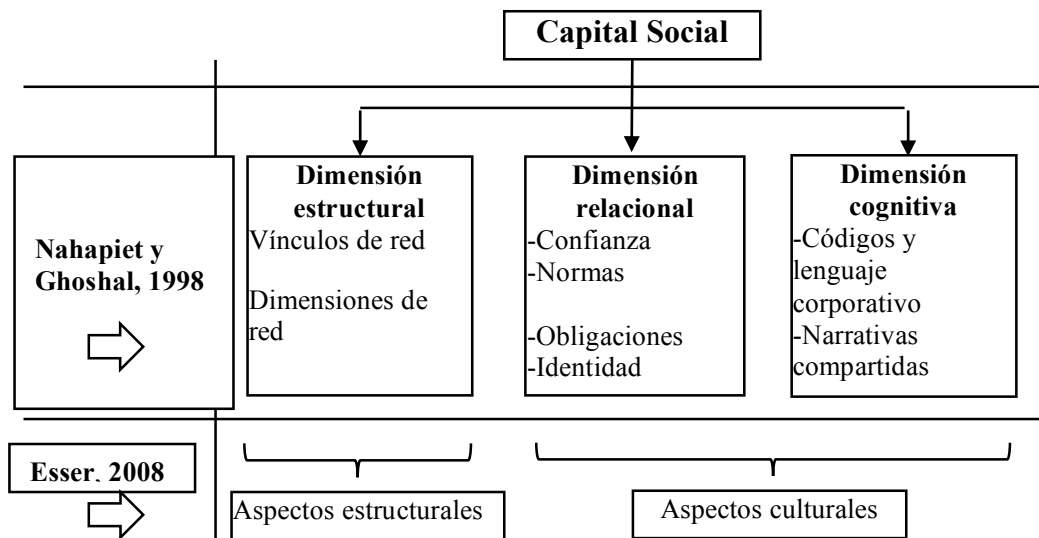
La suposición de recursos y contenidos así como la visión de la sociedad basada en el conocimiento meditan que los recursos imperceptibles de la compañía y en concreto, el conocimiento, constituyen la base para la obtención de ventajas competitivas, por lo que se encuentra integrado con los clientes, accionistas, proveedores y acreedores como el valor de las interrelaciones con clientes y agentes sociales, que se considera, de modo vinculado el estudio de la disposición al mercado, innovación tecnológica, capital relacional y su relación con los efectos industriales que tendrán como forma de estudio empresas de un tramo de alta tecnología (Castro et al., 2008; González & Rodenez, 2008; Saavedra & Saavedra, 2012).

#### **2.2.3.7. Capital social**

Propuesta por tres superficies más practicantes en la literatura para examinar el capital social en el contorno colectivo: la dimensión estructural que viene a ser la configuración de la relaciones sociales entre los actores del estudio, la dimensión relacional que es el análisis de los recursos sociales producidos en el seno de las relaciones confianza, respeto por las normas, tácticas o explícitas y las obligaciones de identidad entre las partes y la dimensión cognitiva que es el análisis de los códigos, el capital humano, el capital relacional y el capital estructural, según la diferente terminología utilizada por los diferentes autores (Delgado Verde et al., 2013; Román et al., 2013).

En términos generales, por capital humano comprende el conocimiento dentro de los individuos que constituyen parte de la organización, como es su motivación, su formación, su experiencia o habilidades. Dentro del capital estructural se incorpora

que el conocimiento referido a los métodos procedimientos estructuras que desarrolla una organización y que son obligatorios para que los favorables puedan llevar a cabo su trabajo. Y por último el capital relacional que hace referencia los conocimientos obtenidos mediante las relaciones seguidas con o entre los diferentes agentes que existen la organización (Delgado Verde et al., 2013).



**Figura 22.** Servicio entre las superficies del noción de capital social de Nahapiet y Esser. Adaptado de “El capital social organizacional de la pequeña empresa innovadora. Un ensayo de medición en las ciudades de Cali y Medellín,” por Román, R. E., Gómez, A., & Smida, A. (2013)., 29, 356–367.

En la figura 22 se encuentran identificadas dos teorías de Esser y Nahapiet, que aportan con la dimensión estructural, relacional y cognitiva que consiguen compararse con los dos elementos del concepto de capital social y los aspectos estructurales que son las conexiones entre personas y redes y los naturales que son las obligaciones, normas o valores (Román et al., 2013).

## 2.2.4. Coordinación de mercados

### 2.2.4.1. Diagnóstico

El diagnóstico presentado de la situación estuvo basada en que los emprendedores poseen un gran inconveniente al momento de establecer el comercio objetivo para un producto o servicio que ha desarrollado la estrategia de comercialización del producto y que dificulta percibir el verdadero potencial de negocios de un producto o servicio con el volumen real y potencial de mercado. En gran medida necesitan, debido a su formación tecnológica, de un mecanismo de conocimientos en el área comercial que

les permita identificar a los clientes que más valoren su producto o servicio (Dapena & Scaliter, 2014).

#### **2.2.4.2. Objetivos de la coordinación de mercados**

Como antecedente del proyecto se identifica la publicación de un artículo, dicho proceso o protocolo, desarrollado en el marco de las investigaciones y transferencias de la tecnología, presente la base de un modelo simple de focalización de mercado objetivo a través de la implementación de dos variables (Dapena & Scaliter, 2014).

- Valor agregado
- Permeabilidad

Se pretende identificar de manera objetiva y con base en un modelo cuantitativo y cualitativo, aquellos segmentos de negocios , empresas, industrias, que son más atractivos para un producto o servicio en cuestión, los resultados posteriores a la aplicación de la metodología y la apertura y claridad mental en cuando al esfuerzo de venta que logran los emprendedores. Ibid.

#### **2.2.4.3. Contexto en el análisis**

##### **Plan de negocios en la coordinación de mercados**

La evaluación de planes de negocios, emprendimientos y proyectos de inversión requiere del análisis de los mismos en sus diferentes dimensiones que vienen dadas por el análisis de los siguientes conceptos (Dapena & Scaliter, 2014).

- Propuesta de valor
- Viabilidad comercial
- Operativa
- Financiera
- Legal y regulatoria

#### **2.2.4.4. Duración y etapas**

El proyecto tiene prevista una duración en las diferentes etapas, las mismas que se encuentran etiquetadas de la siguiente manera:

Levantamiento de información en empresas para la determinación de métodos de estrategias comerciales y esfuerzos.

Implementación de la tecnología en programas de emprendimiento provinciales y nacionales hacia quiénes son los destinatarios naturales, las dependencias gubernamentales que analizan emprendimientos y los propios emprendimiento. Ibid.

#### **2.2.4.5. Factores críticos**

Siendo una investigación beneficiosa, y por la experiencia de su implementación en el análisis de mercados objetivos para nuevos productos en grandes empresas, no posee demasiados factores críticos, sin embargo, la poca disponibilidad de tiempo que poseen los emprendedores atenta contra la posibilidad de anticipar en los talleres, es crucial en el proceso que una vez determinado exista un plan definido por pasos de operación (Dapena & Scaliter, 2014; Aceituno, Bousoño, Escudero, & Herrera, 2014; Aguilar, Palafox, & Anaya, 2015; Aguilar, Taxis, & Ramírez, 2011; Alcántara, Faría, & Alfonso, s/f; Argel, 2009).

#### **2.2.5. Emprendimientos turísticos**

##### **2.2.5.1. Concepto**

El emprendimiento logra definirse, entre variadas acepciones como, el progreso de un plan que persigue una determinada conclusión, para lo cual, a través del seguimiento del proceso de su instalación se da cuenta del carácter activo de específicos actores sociales, lo cual junto con el análisis de diversidad de percepciones respecto de las consecuencias, en lo que se determina, que sus actividades empresariales constituyen un ejemplo de acción colaborativa entre agentes privados y gestores públicos en el marco de las acciones, de esta manera, la credibilidad de la indagación y la prontitud profesional se han visto desgastadas en el último lustro, que se suman una dificultad empresarial y exploratoria de negocio.

Es así que se expone más a detalle las representaciones que sustentan la teoría y se exponen otras diferentes relacionadas a las prácticas almacenadas de las investigaciones, donde, las percepciones del emprendedor frente al crecimiento de su empresa van de acuerdo con la etapa en que se encuentra, por lo que se determina, que el resultado del emprendimiento colectivo en la productividad de la innovación obtenida revelan que aquellas empresas dan apoyo a una nueva matriz, por lo que se determina al concepto de emprendimiento como universal y sin género (Díaz et al., 2015; Formichella, 2004; Gessa & Toledano, 2011; Molina, López, & Contreras,

2014; Paniagua, Gómez, & González, 2014; Pineda, 2014; Piñeiro, 2011; Sepúlveda, Vaca, & Fracica, 2009).

### 2.2.5.2. Actividad innovadora de SPIN OFF en España

La muestra consiste de un total de 387 empresas que fueron creadas, 85 empresas creadas desde una matriz (emprendimiento corporativo) y 302 empresas nacidas de forma independiente sin el soporte de una empresa principal, para estudiar sus variables según la etapa del ciclo de vida corporativa que se notaban en cada una de las sociedades (Díaz et al., 2015).

La variable dependiente, productividad de la innovación representa los ingresos que provienen de la venta de nuevos productos. La variable explicativa de los factores que inciden en la variable que reflejan tres conceptos, emprendimiento corporativo, capacidad de absorción y orientación económica. Ibid.

**Tabla 12**  
*Descripción de las variables.*

<b>Variables</b>	<b>Descripción</b>	<b>Medidas</b>	<b>Autores que utilizaron la variable</b>
Productividad en la innovación total	Productividad en la innovación nueva tanto para el mercado como para la empresa.	Miles de dólares por colaborador	
Tipo de emprendimiento	Tipo de emprendimiento.	Emprendimiento corporativo; emprendimiento independiente.	Gonzales-Pernía et al.,2010
	Gastos externos I+D	Compra servicios del I+D externos.	Nieto & Quevedo (2005); Fosfuri & Tribó (2008)
	Gasto en adquisición de conocimientos externos. Cooperación para la actividad de innovación.	Compra conocimiento externo. Coopera en I+D con socios.	Nieto & Quevedo (2005) Fosfuri & Tribó (2008)

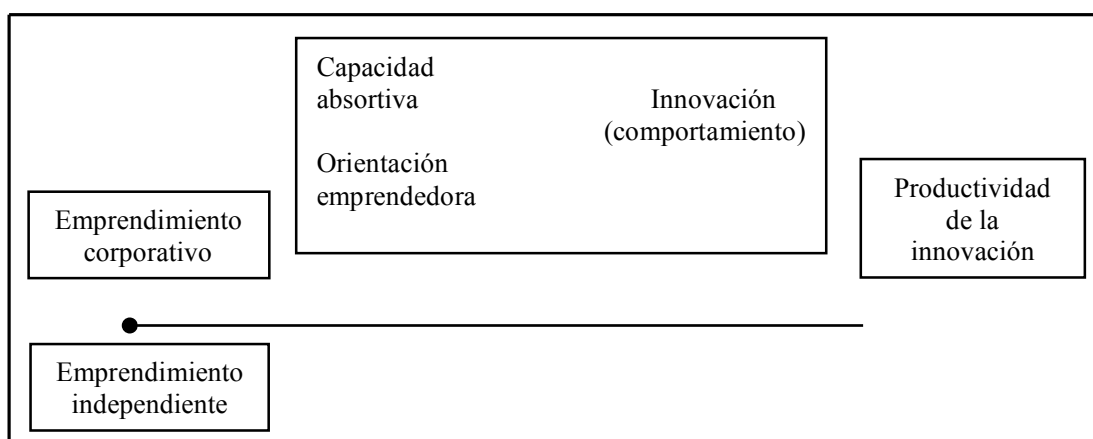


	Gastos en formación para la innovación.	Gasta en formación. para la innovación.	Cohen & Levinthal (1990); Nieto & Quevedo (2005)
Orientación emprendedora	Gastos internos I+D toma de riesgos	Realiza gastos de I+D internos.	Lumpkin & Dess (1996) Baker y Sinkula (2009), Sciascia et al, (2014)
	Introducción de nuevos productos para el mercado proactivo.	Introduce innovación para el mercado .	
	Realiza innovación de procesos (competitividad).	Realiza innovación de procesos.	

*Nota:* I+D= investigación y desarrollo, las variables adoptan una descripción y las medidas que se realizan, elaboración propia.

Se identifica en la tabla 14, las variables que pueden influir el que logra una productividad superior, se encuentra las referidas a la capacidad de absorción de conocimiento de las nuevas empresas, así se cuenta con las variables gastos I+D externos, la adquisición de conocimiento externo, la cooperación en la innovación y los gastos de formación (Díaz et al., 2015).

En la investigación se aporta 2 primicias para lograr una mayor comprensión el efecto general. En primer lugar se desea saber si el emprendimiento corporativo es decir , el hecho de haber nacido una empresa con el apoyo de otra, ya que incide en el desempeño empresarial de la firma recién creada (Díaz et al., 2015).



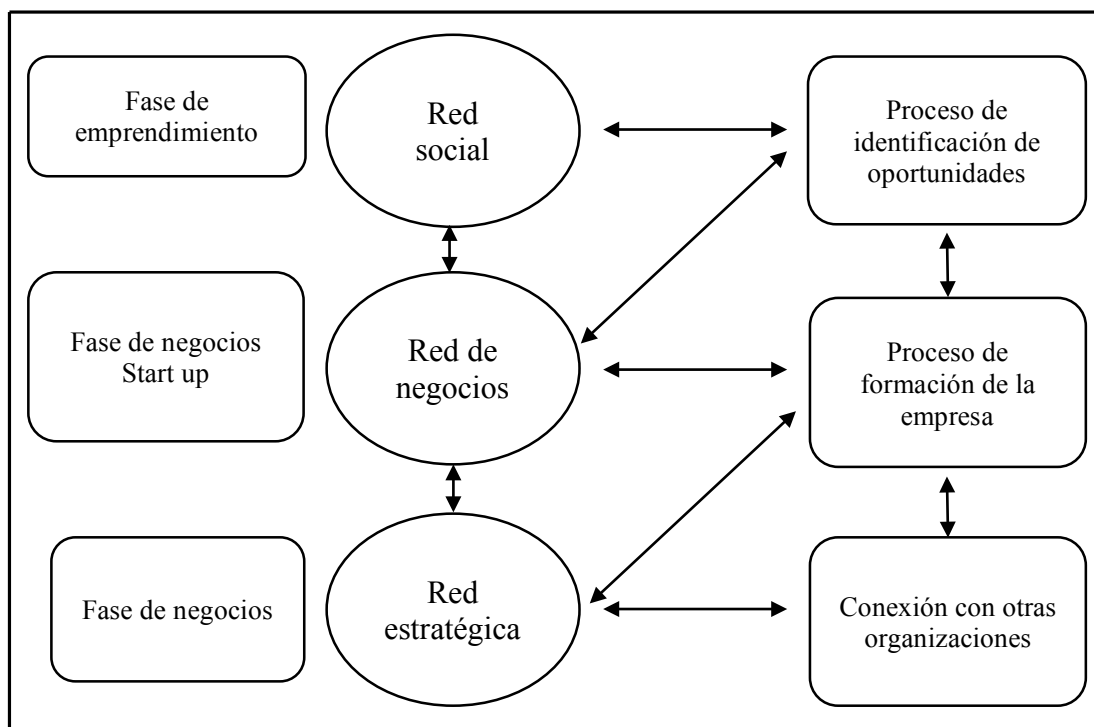
**Figura 23.** Emprendimiento colectivo y descendencia de valor por medio de la innovación. Adaptado de “Productividad de la innovación a través del emprendimiento corporativo,” por Díaz, Y., Guerrero, M., & Peña, I. (2015)., p. 32–47.

La figura 23 interpreta el análisis del rendimiento de la empresa recién creada que es medido por la productividad obtenida de la innovación, que sus factores de éxito dependen de la capacidad absorptiva de la innovación y la orientación emprendedora que va tener cada emprendimiento en el transcurso de todo su proceso (Díaz et al., 2015).

### 2.2.5.3. Redes de emprendimiento

Se proponen cinco modelos que explican la dinámica de las redes y su relación con los emprendimientos.

El emprendedor quedará presto acerca de los aspectos importantes de las redes y de su marca sobre el triunfo de la nueva compañía en trabajo. Los vínculos con los competidores y otros aspectos importantes del mercado pueden resaltar en inversiones compartidas, alianzas estratégicas y otros elementos relevantes para el desarrollo pendiente y persistencia (Herrera Echeverri, 2009).



**Figura 24.** Modelo de Butler y Hansen (1991). Adaptado de “Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura,” por Herrera Echeverri, H. (2009).. *Revista Innovar*, p. 19–33.

#### **2.2.5.4. Emprendimiento y educación**

Para direccionar o inspeccionar la comunicación existente entre los conocimientos de emprendimiento y educación es necesario exponer, como el emprendimiento ha sido determinado en base a la educación. Resulta interesante la ilustración ejecutada por las naciones unidas, donde el conocimiento de formación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmite el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se cambian los modelos de procedimiento (Formichella, 2004).

Lo mencionado puede interpretarse aún más, con las ya expuestas ideas de Drucker y Marshall, debido a que ambos, en diferentes momentos históricos, han reconocidos que los individuos son capaces de adquirir nuevas actitudes y aprender a ser emprendedores. Ibid.

#### **2.2.5.5. Emprendimiento y desempleo**

La relación entre el desempleo y el emprendimiento es ambigua. Por una parte, al existir desempleo disminuye el coste de oportunidad de enfrentar un emprendimiento, en este caso el aumento de desempleo guía el inicio de actividades independientes porque ha disminuido el costo de oportunidad de estar empleado en una empresa, por otra parte, Por otro lado, también hay que considerar que si aumenta el número de emprendimientos, tiende a disminuir el número de desempleados. Porque el emprendedor ya no está desempleado y porque de su emprendimiento pueden surgir nuevos puestos de trabajo. Sin apropiación a un bajo porcentaje de persistencia mezclado con el delimita progresivo de pequeñas empresas la negociación al empleado es insuficiente (Formichella, 2004).

#### **2.2.5.6. Emprendimiento y desarrollo local**

Contenidas las posibilidades que tienen los sujetos de poseer coyunturas por desarrollar métodos productivos que permitan crear su oportuno empleo y que también les permita mejorar su característica de vida, debe tomar en cuenta que esto permite que pueden tener la casualidad de optar y de vivir de acuerdo a su propia cultura, se

recalca que a oposición de la forma habitual de buscar el progreso de la colectividad, la condición y la sistemática surgen desde afuera de la comunidad, para fomentar las magnitudes de los sujetos y del lugar, busca aumentar esas liberaciones primordiales que ellos tienen. El desarrollo local traza la necesidad de que sea manejado el contenido de la línea y se anime por lo tanto la innovación y creación de las firmas locales (Formichella, 2004).

Cuanto más colaboradores de progreso participen, mas realizable será el progreso local, entre más representantes de la comunidad se impliquen y trabajen rápidamente por el desarrollo local, más fácil será la edificación de puntos, la penetración de la visión de las fortalezas y debilidades. Ibid.

## **CAPÍTULO III**

### **3.1. Metodología**

#### **3.1.1. Meta análisis.**

El meta análisis es una metodología para la revisión sistemática y cuantitativa de la investigación, ampliamente consolidada y aplicada en las ciencias. Ofrece las técnicas necesarias para acumular rigurosa y eficientemente los resultados cuantitativos de los estudios empíricos sobre un mismo problema que, generalmente las investigaciones sociales utilizan muestras muy pequeñas, por lo que las estadísticas utilizadas normalmente arrojan resultados con grandes márgenes de error.

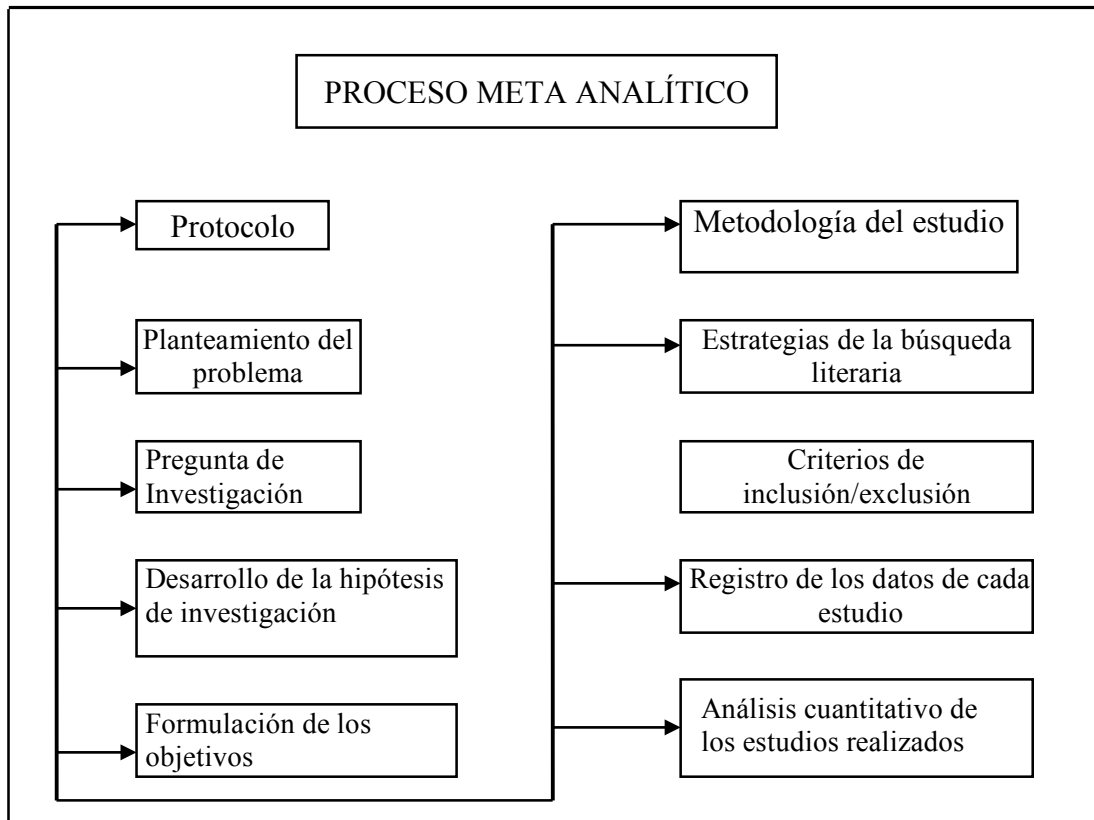
Esto puede ser un problema importante a la hora de interpretar y sacar conclusiones, ya que puede enmascarar tendencias o correlaciones subyacentes. Tales conclusiones son, en el mejor de los casos, poco convincentes y dejan la investigación susceptible a la crítica.

El meta análisis es el proceso de elaboración de un conjunto más amplio de investigación y el uso de análisis estadísticos potentes sobre los datos reunidos.

Esto brinda una muestra de la población mucho más grande y es más probable que genere datos significativos y utilizables.

Luego de desarrollar la revisión sistemática a través de diferentes etapas establecidas se destaca los siguientes parámetros.

### 3.1.1.1. Esquema del proceso



**Figura 25.** Esquema del proceso meta analítico  
Fuente: Elaboración Propia

### 3.1.2. Metodología de estudio

#### 3.1.2.1. Estrategias de búsqueda de la literatura

Para el desarrollo de la búsqueda literaria, se tuvo un enfoque en los principales base de datos bibliográfica que se encuentran en la página virtual de la Universidad Técnica de Ambato, entre ellos tenemos: Scielo, Cobuec, Ebrary, E-libro, Scopus, añadiendo también como apoyo para la guía y desarrollo los repositorios digitales bibliográficos de la Universidad Técnica de Ambato.

En los repositorios mencionados se destaca la búsqueda de la línea de investigación que es el fracaso de los emprendimientos turísticos, analizando así la teoría de Kirzner, que da como resultado 4 factores importantes que abarcan el problema de

investigación, que a su vez realiza el análisis de las variables dependientes e independientes que fueron obtenidas en base a la teoría.

### 3.1.2.2. Criterios de inclusión y exclusión

**Tabla 13**

*Revisión Sistemática de la literatura.*

<b>Pregunta de investigación</b>	¿ Qué elementos del conocimientos empresarial son determinantes en los emprendimientos turísticos hoteleros para la reducción de su fracaso en la provincia de Tungurahua?
<b>Fuentes de información y revisión de la literatura</b>	Estrategia de búsqueda sistemática y explícita de todas las fuentes potencialmente relevantes.
<b>Selección de estudios</b>	Descripción explícita de criterios de selección.
<b>Eficacia de los estudios</b>	Valoración crítica de la eficacia metodológica de los estudios examinados y empleo de herramientas validadas.
<b>Síntesis de datos</b>	Basada en la calidad metodológica de los estudios. A menudo cuantificada por un estimador estadístico.
<b>Interpretación</b>	Basada en la evidencia científica, con identificación de las lagunas de conocimiento que persisten.

*Nota:* El orden de la revisión sistemática empieza desde la pregunta de investigación formulada en el capítulo uno. Elaboración propia.

### 3.1.2.3. Búsqueda y selección de los estudios

Existe un protocolo para establecer las fuentes bibliográficas que son caracterizadas por ser minuciosas y exhaustivas de una base de datos informática establecidos por la Universidad Técnica de Ambato como (Scielo, Cobuec, Ebrary, E-libro, Scopus, entre otras), a continuación se muestra un diagrama de flujo con el protocolo diseñado para la búsqueda y selección de los estudios.

### 3.1.2.4. Recopilación y codificación de los datos

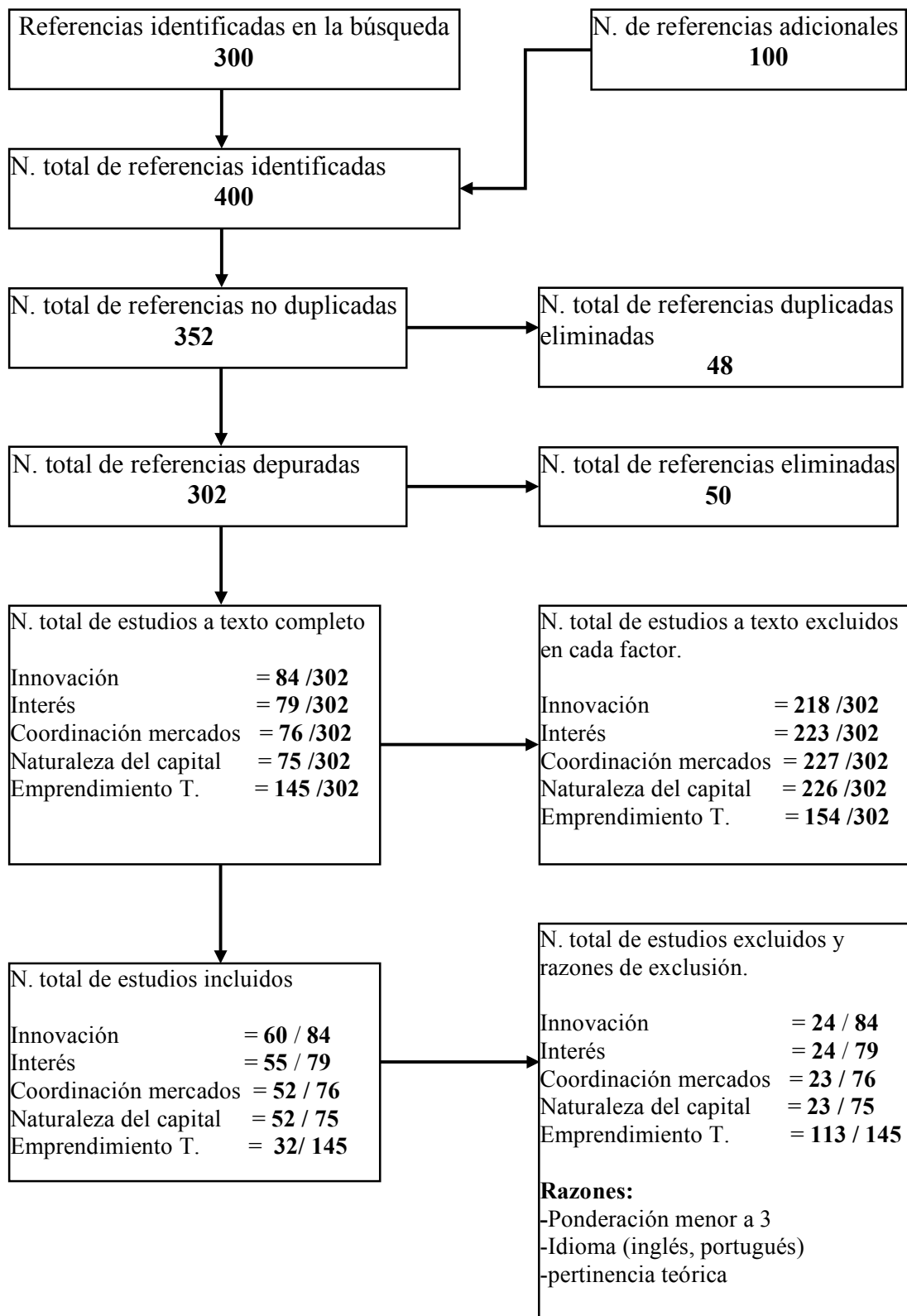
Se elaboró un esquema de codificación donde se especifica los factores y las lecturas a codificar de cada una de las variables tomando en cuenta aspectos como el nombre de la lectura, autor(es), año y la grado de importancia en la valoración conceptual que

tiene cada lectura con respecto a cada uno de los factores de estudio, que da como resultado un solo código ponderado para cada lectura.

#### **3.1.2.5. Obtención del tamaño de efecto**

Se aplicó el parámetro  $I^2$  como método para cuantificar datos homogéneos y heterogéneos, que en ambos se estableció la fórmula  $I^2 = \frac{r^2}{r^2 + \sigma^2}$  que muestra la intervención del método de Spearman Brown interpretado con la letra (r), la varianza poblacional, la desviación estándar, la varianza y el coeficiente de correlación.

Los resultados para datos homogéneos se establecen en un intervalo de confianza de 75% y para los datos heterogéneos se establecen en un intervalo de confianza del 25%. Lo que significa que el 75% del total de las lecturas no son repetidas y tienen un contenido único y diferente con relación al 25% que se estima es un nivel adecuado para datos heterogéneos del total de lecturas.



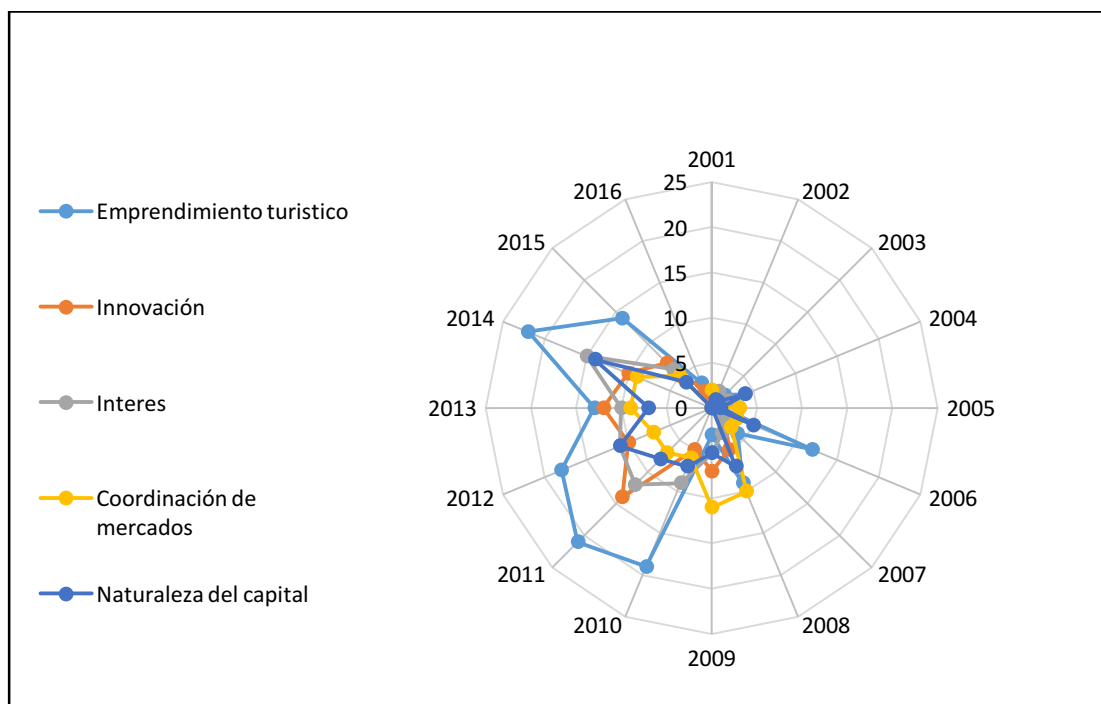
**Figura 26.** Contribuciones a la fase de codificación desde una perspectiva multivalente.  
N= número de artículos científicos explorados. Se empieza desde la cantidad de artículos encontrados (400) hasta los criterios de exclusión e inclusión de cada factor. Fuente: Elaboración Propia.



La figura 26 nace como el resultado de un análisis cuantitativo y cualitativo de los esquemas que contiene el meta análisis, que es un proceso de selección que va de lo general a lo específico involucrando ciertos aspectos que son determinantes para obtener un resultado deductivo que empieza con un total de 400 referencias involucradas, que según los términos de inclusión y exclusión que se basa en el idioma, la relevancia de la repetición de información, y aspectos como la cantidad de información que este aporta a cada variable como son la innovación, el interés, la naturaleza del capital, la coordinación de mercados y los emprendimientos turísticos da un número total de estudios incluidos que serán los futuros análisis o lecturas bibliográficas del proyecto de investigación.

Del total de lecturas depuradas que son 302 que es la suma de las lecturas de cada variable se le resta los factores de inclusión y exclusión como se demuestra en la figura 26 para obtener un número específico de lecturas hábiles para el estudio de investigación.

### 3.1.2.6. Síntesis de resultados



**Figura 27.** Crecimiento de la Información en las bases de datos, Inclusión / exclusión en base a los años  
Fuente: Elaboración propia

En la figura 27 los criterios de inclusión y exclusión en base a los años de publicación de los estudios realizados son designados desde la el año 2006 hasta el año 2016, en este periodo se estima una gran cantidad de estudios y que en su mayoría son actualizados en base al conocimiento de cada factor de estudio.

### Países de estudio

Para cada factor de estudio existen diversos países que han desarrollado una investigación científica sobre el problema de investigación, en las siguientes figuras se demuestra el porcentaje de participación de cada país en cada una de las variables.

**Tabla 14**

*Países de estudio en función a sus variables.*

País	Innovación		Interés		Naturaleza del capital		Coordinación de mercados		Emprendimiento turístico		Total participación
	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	%
<b>España</b>	14	17%	17	22%	10	13%	16	21%	25	17%	18%
<b>Colombia</b>	23	27%	28	35%	26	35%	17	22%	46	31%	31%
<b>Argentina</b>	10	13%	9	11%	11	15%	8	11%	20	14%	13%
<b>Ecuador</b>	2	2%	6	8%	3	4%	3	4%	3	2%	4%
<b>Chile</b>	4	5%	2	3%	1	1%	3	3%	8	6%	4%
<b>Brasil</b>	6	7%	4	5%	3	4%	5	7%	12	8%	7%
<b>México</b>	17	20%	7	9%	11	15%	13	17%	15	10%	14%
<b>Venezuela</b>	6	7%	3	4%	5	7%	8	11%	11	8%	7%
<b>Costa Rica</b>	1	1%	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%	1%
<b>Cuba</b>	1	1%	3	3%	5	6%	2	3%	4	3%	3%
<b>TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>76</b>	<b>1</b>	<b>145</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Nota:* F.A = frecuencia absoluta, F.R = frecuencia relativa, %= porcentaje que participa cada dimensión en los diferentes países. Fuente: Elaboración propia

La tabla 16 determina la variable innovación, a los países con mayor porcentaje de aportación son Colombia México y España, al igual que en la variable de coordinación de mercados, que superan el 50% de los estudios entre los 3, mientras que en la variable de interés y emprendimiento turístico hace una aportación Argentina, Colombia y España que al igual representan más del 50% de aportación, y en la naturaleza del capital se encuentran México y Argentina con una igualdad de 15% y se añade Colombia y España.

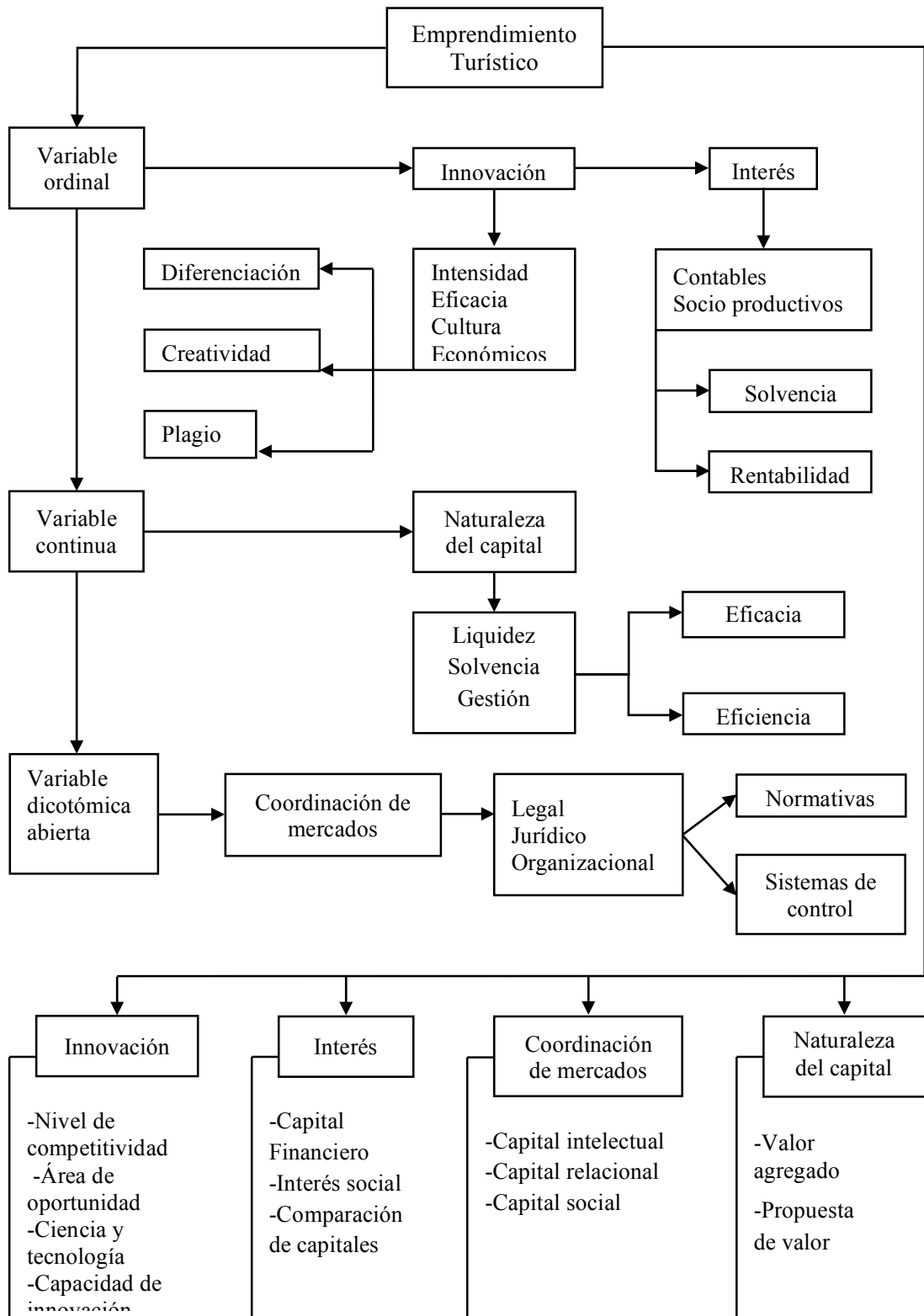
La conclusión obtenida de la aportación de lecturas por países, se da en 2 países sur americanos como son Argentina y Colombia con un 43% entre ambos un país europeo que es España con el 18% y por ultimo México con el 14% de aportación en los 4 factores de estudio y en la variable dependiente.

Mientras tanto Ecuador aporta en un 4% al total de participación, por lo que se concluye que falta más investigación en el campo de los emprendimientos turísticos, y sus factores de estudio como son la innovación, el interés, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados.

### **3.2. Operacionalización de las variables**

Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico y que pueden ser divididas en complejas o concretas.

Una variable es operacionalizada con la finalidad de convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible de ser medido a través de la aplicación de un instrumento. Dicho proceso tiene su importancia en la posibilidad que un investigador poco experimentado pueda tener la seguridad de no cometer errores que son frecuentes en un proceso de investigación. Cuando no existe relación entre la variable y la forma en que se decidió medirla, perdiendo así la validez, dicho de otro modo (grado en que la medición empírica representa la medición conceptual).



**Figura 28.** Esquema de la Operacionalización de las variables. Determinado por las variables de estudio, Innovación, Interés, Coordinación de mercados y Naturaleza del capital. Elaboración propia.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

### 4.1. Resultados de la Investigación

La investigación recoge información de estudios sobre los emprendimientos turísticos, en todos ellos se contrasta la hipótesis: los factores de impulso y perspicacia son determinantes para reducir el fracaso de los emprendimientos, los resultados arrojados en el estudio del meta-análisis señalan aspectos a favor de las variables de estudio que se consideran importantes para la explicación de la variabilidad entre los tamaños del efecto.

#### 4.1.1. Metodología de estudio

Existen diversos modelos estadísticos específicamente para la aplicación en tipo de datos meta analíticos de los que cabe mencionar el modelo de Hedges y Olkin.

#### 4.1.2. Modelo de efectos fijos y efectos aleatorios

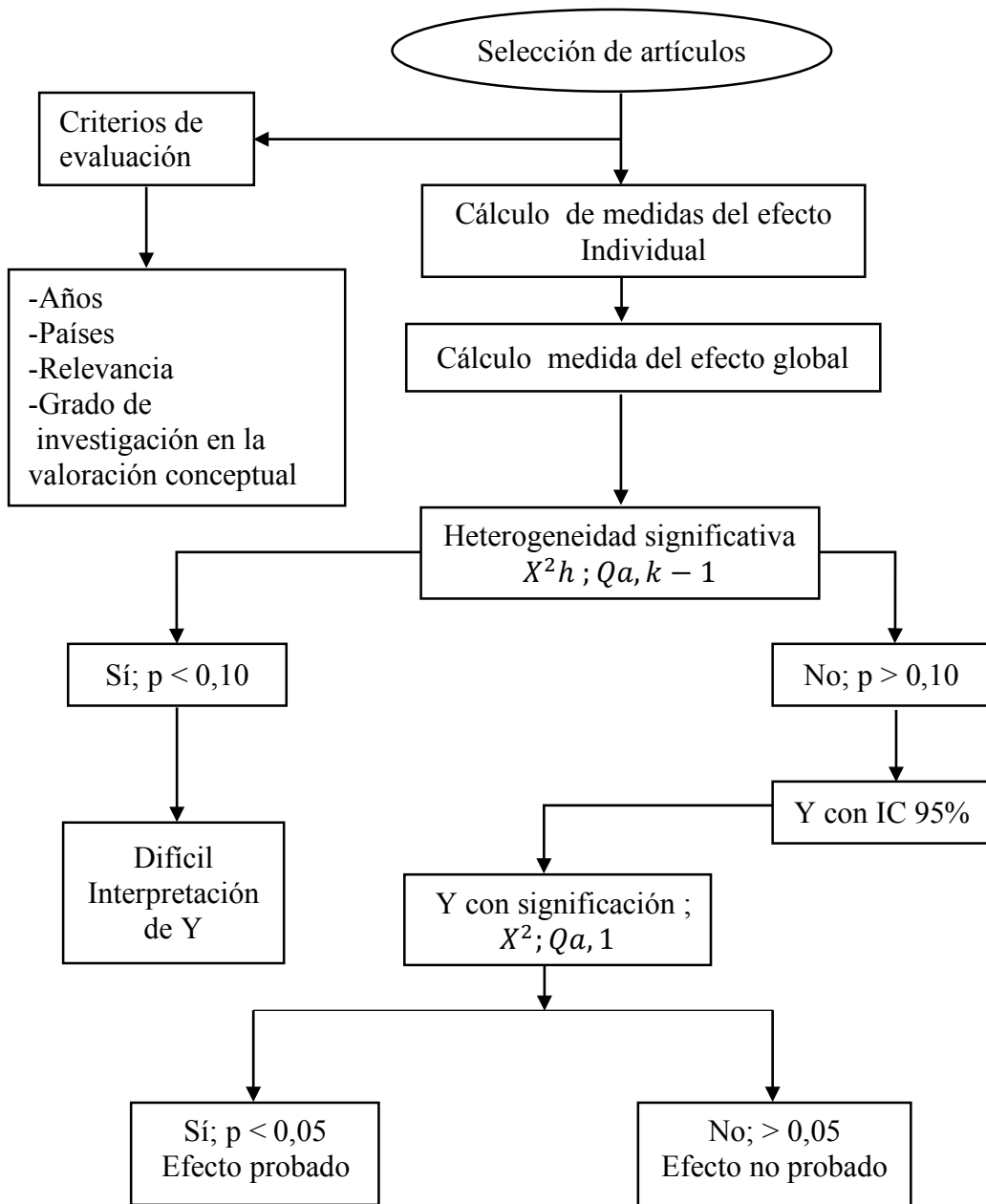
Los modelos de efectos fijos y aleatorios difieren en la concepción de la población de estudios de partida. En el modelo de efectos fijos se asume que los estudios incluidos en el meta análisis están estimando a un mismo, y único tamaño del efecto paramétrico, por lo que la única variabilidad asumida es la debida al error del muestreo aleatorio,  $\text{Var}(T)$ , es decir al hecho de que los estudios utilizan muestras de sujetos diferentes (Zornoza, 2003).

En el modelo de efectos aleatorios, se asume que los estudios estiman a una distribución de tamaños del efectos paramétricos en la población, que sigue una ley normal, por lo que además de la variabilidad debida al error de muestreo  $\text{Var}(T)$ , hay que contemplar también la variabilidad inter- estudios,  $\sigma^2$ . Ibid.

En consecuencia, mientras que el modelo de efectos fijos el factor de grado de importancia en la valoración conceptual de cada índice  $T$ , viene determinado exclusivamente por la varianza intra estudios  $w=1/\text{Var}(T)$ , en el de efectos aleatorios el factor de grado de importancia en la valoración conceptual se define como  $w=1/[\text{Var}(T)+ \sigma^2]$ . Ibid.

Las consecuencias de asumir uno u otro modelo afectan al grado de generalización de los resultados del meta-análisis. En el modelo de efectos fijos, la generalización se limita a la población de estudios de características similares a los incluidos en el meta-

análisis. En el modelo aleatorio, por el contrario, los resultados pueden generalizarse a una población mayor de posibles estudios (Zornoza, 2003).



**Figura 29.** Pasos para la realización de la metodología con cualquier efecto. Adaptado de “Enfoques, problemas y métodos de investigación en Economía y Dirección de empresas,” por Zornoza, C. C. (2003).: Actas del VIII Taller de Metodología de ACEDE. (ACEDE, Ed.)

### 4.1.3. Cálculo de medidas del efecto Individual y global

#### 4.1.3.1. Análisis cuantitativo de los estudios realizados

**Tabla 15**

*Análisis de varianza del factor Años.*

Resumen				
Grupos	Cuenta	Suma	Promedio	Varianza
Emprendimiento turístico	14	145	10,35	57,9
Innovación	15	84	5,63	17,8
Interés	13	79	6,07	22,9
Coordinación de mercados	13	76	5,84	10,8
Naturaleza del capital	13	75	5,76	15,1

*Nota:* Cuenta = número de años que contiene cada dimensión, la suma es igual el número de artículos científicos con los que trabaja la dimensión, el promedio da como resultado cada año cuantos artículos puede tener y la varianza es la cantidad máxima en un estimado de años de artículos comprendidos. Elaboración propia.

Realizado el proceso meta-analítico con el factor años, desde 2001 hasta el 2016 se obtiene en la tabla 17 en cada dimensión un total de estudios diferente, como en emprendimientos turísticos su total es de 145 lecturas desde dichos años, con un promedio de 10,35 lo que significa que la mayor parte de estas lecturas se encuentran desde el año 2010 en adelante, para la innovación su promedio es de 5,6 lo que significa que la mayor parte de estudios están desde el año 2005 en adelante al igual que la coordinación de mercados y la naturaleza del capital, y en el interés sobre el año 2006.

**Tabla 16**

*Análisis de varianza del factor país.*

Resumen				
Grupos	Cuenta	Suma	Promedio	Varianza
Emprendimiento turístico	10	145	14,5	179,83
Innovación	10	84	8,4	55,82
Interés	9	79	8,7	72,94
Coordinación de mercados	10	76	7,6	34,71
Naturaleza del capital	9	75	8,3	57,75

*Nota:* Cuenta = número de países que contiene cada dimensión, la suma es igual el número de artículos científicos con los que trabaja la dimensión, el promedio da como resultado cada país, cuantos artículos puede tener y la varianza es la cantidad máxima en un estimado de países de los artículos comprendidos. Elaboración propia.

Los países tomados en cuenta y desarrollados en el meta-análisis se encuentran Chile, Argentina, Colombia, Ecuador, España, Brasil, México, Venezuela, Costa Rica y Cuba influyen en todas las lecturas de las dimensiones de estudio a excepción de Costa Rica que no es tomada en cuenta en el interés y la naturaleza del capital, como se identifica en la tabla 18, que cuenta con 9 cada una. El promedio de participación de cada país en las lecturas va depender de cada factor de estudio como en los emprendimientos turísticos cuenta con un 14.5% en la que mayoritariamente intervienen países como Colombia, España, Argentina, y para los demás factores el promedio casi es parecido en un intervalo de 7,6% a 8.8% de intervención de cada país.

**Tabla 17**

*Análisis de varianza del factor de Grado de importancia en la valoración conceptual.*

Resumen				
<i>Grupos</i>	<i>Cuenta</i>	<i>Suma</i>	<i>Promedio</i>	<i>Varianza</i>
Emprendimiento turístico	3	145	48,33	3200,33
Innovación	3	84	28,03	21,08
Interés	3	79	26,33	60,33
Coordinación de mercados	3	76	25,33	37,33
Naturaleza del capital	3	75	25,08	463,06

*Nota:* Cuenta = número de grado de importancia en la valoración conceptual que contiene cada dimensión, la suma es igual el número de artículos científicos con los que trabaja la dimensión, el promedio da como resultado cada grado de importancia en la valoración conceptual cuantos artículos puede tener y la varianza es la cantidad máxima en un estimado de grado de importancia en la valoración conceptual de artículos comprendidos. Elaboración propia.

Grado de importancia en la valoración conceptual en los estudios tiene una escala que va del 1 – 5 donde 5 representa los estudios con mayor argumentación teórica y 1 los estudios que no tienen un contenido adecuado para las dimensiones, que en cada una de ellas se obtuvo una escala de 3 hacia delante como está reflejado en la tabla la grado de importancia en la valoración conceptual más alta va para los emprendimientos turísticos que toman de 4 a 5 puntos y para las demás variables tiene una escala de 3 hacia 5 con un promedio de 25 % a 30 % de intervención.

Esto da un significado de que los estudios en su mayoría tiene una pertinencia teórica adecuada ya que su escala sobrepasa la mitad de la puntuación.



**Tabla 18***Análisis de varianza del factor relevancia.*

Resumen				
<i>Grupos</i>	<i>Cuenta</i>	<i>Suma</i>	<i>Promedio</i>	<i>Varianza</i>
Emprendimiento turístico	9	145	16,1	127,36
Innovación	7	84	12,0	100,66
Interés	6	79	13,1	70,16
Coordinación de mercados	7	76	10,8	58,47
Naturaleza del capital	6	75	12,5	124,35

*Nota:* Cuenta = número de la relevancia que contiene cada dimensión, la suma es igual el número de artículos científicos con los que trabaja la dimensión, el promedio da como resultado cada relevancia cuantos artículos puede tener y la varianza es la cantidad máxima en un estimado de la relevancia de artículos comprendidos. Elaboración propia.

En el análisis meta analítico se dio a conocer la relevancia que tiene cada lectura con respecto a cada una de las dimensiones, innovación, interés, coordinación de mercados, naturaleza del capital es decir que porcentaje de contenido tiene las lecturas en los factores de estudio, estos porcentajes en el estudio meta analítico van desde el 30% al 75% de contenido o información que representan las lecturas en cada factor.

Para lo que se determinan un promedio que va desde el 10.9% a 16% de participación, como en los emprendimientos turísticos que la mayor parte de lecturas tienen un contenido del 50% la 70%, en la naturaleza del capital la mayor parte de lecturas van desde el 55% al 65% de contenido al igual que el interés y la innovación, pero la coordinación de mercados tiene un punto bajo ya que la mayor parte de lecturas van en el 35% de información para este factor.

#### **4.1.4. Búsqueda de la heterogeneidad**

##### **4.1.4.1. Cálculo de datos para la búsqueda de la heterogeneidad en el factor años**

Se realiza el contraste para conocer si los tamaños del efecto son estimados por un único parámetro o si existen sub poblaciones con las siguientes variables causantes de la heterogeneidad.

Para el factor de país se hace el cálculo del chi cuadrado con la siguiente fórmula

$$x^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

que el resultado da en **66,541** que son los valores obtenidos de la tabla 20 para el cálculo del chi cuadrado.

**Tabla 19***Chi cuadrado de los valores esperados y observados del factor año.*

Descripción	Emprendimiento turístico	Innovación	Interés	Coordinación de mercados	Naturaleza del capital
2001	0,947712	0,370448	0,516340	4,549364	0,490196
2002	0,947712	0,549020	4,263175	0,496732	0,530196
2003	0,111934	0,007890	0,860566	0,035781	0,040993
2004	0,011539	0,017507	0,002068	1,986928	2,120784
2005	1,194861	1,111345	0,194589	1,529670	0,150588
2006	2,574803	0,441264	2,372808	0,238659	0,296569
2007	0,079334	0,000085	0,006019	0,762738	1,797386
2008	0,282120	0,240079	1,389827	3,392788	0,375556
2009	4,712049	0,310299	0,021098	6,706327	0,000843
2010	1,374019	1,388021	0,148086	0,343102	0,035470
2011	0,102074	0,620599	0,165512	1,038928	0,448138
2012	0,000002	0,017839	0,144235	0,629737	0,305304
2013	0,600766	0,761905	0,170183	0,036550	0,213333
2014	0,000580	0,616580	0,723337	0,578948	0,573908
2015	0,607032	0,025735	0,006205	0,154863	0,602353
2016	1,277452	1,286461	0,860566	0,827887	0,816993
Totales	<b>14,823993</b>	<b>7,765077</b>	<b>11,844615</b>	<b>23,309001</b>	<b>8,798613</b>

Suma Total = Chi Cuadrado: 66,541

*Nota:* La tabla es el resultado promedio de los valores observados y esperados para el cálculo del chi cuadrado para el factor años, con respecto a todas sus variables. Suma total es el valor del chi cuadrado para el factor años. Elaboración propia.

En la tabla 21 se calcula los valores observados y esperados para la clasificación de las lecturas en base a la grado de importancia en la valoración conceptual que se le dio a la innovación, el interés, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados, recordando que el grado de importancia en la valoración conceptual es de 1-5, y que el resultado arrojó que todos son mayores de o igual a 3, dando un resultado para el chi cuadrado de 66,651 siendo la coordinación de mercados el valor máximo de 23,3 a diferencia de la innovación que obtiene 7,76, depende de los siguientes factores para determinar su homogeneidad.

#### 4.1.4.2. Análisis de la varianza y valores entre grupos y dentro de grupos

**Tabla 20**

*Análisis de la Varianza y grados de libertad.*

Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Probabilidad
Entre grupos	9,71	4	56,04	2,04	0,09
Dentro de los grupos	56,83	75	27,45		
<b>Total</b>	<b>66,54</b>	<b>79</b>			

*Nota:* La probabilidad está determinada en un 9%,  $f =$  valor  $f$  (prueba de Fisher) que interpreta la relación entre las variables. Los grados de libertad son el número de observaciones determinados por el factor años. Fuente: Elaboración propia.

Los grados de libertad en este factor están determinados por el tamaño de la muestra y la cantidad de variables de estudio. La variación entre es de 4 mientras que dentro es de 75, con un valor estadístico F de 2,0411 como se demuestra en la tabla 22.

#### 4.1.4.3. Cálculo de datos para la búsqueda de la heterogeneidad en el factor país.

**Tabla 21**

*Cálculo del Chi cuadrado para el factor País.*

Descripción	Emprendimiento turístico	Innovación	Interés	Coordinación de mercados	Naturaleza del capital
España	0,031557	0,067512	0,590443	0,432284	0,862107
Colombia	0,071112	0,268109	0,632569	1,648027	0,426674
Argentina	0,153593	0,035561	0,096713	0,267733	0,244710
Ecuador	1,046232	0,396825	3,229723	0,012183	0,017778
Chile	0,941447	0,151261	0,389178	0,000129	1,281176
Brasil	0,671607	0,047339	0,262133	0,000215	0,737961
México	1,207380	2,595738	1,362125	0,632500	0,048403
Venezuela	0,031733	0,000255	1,264319	1,176971	0,028520
Costa rica	0,002885	0,370448	0,516340	0,509890	0,490196
Cuba	0,115114	1,109384	0,067775	0,094186	2,650980
<b>Toles G.</b>	<b>4,272660</b>	<b>5,042432</b>	<b>8,411319</b>	<b>4,774119</b>	<b>6,788507</b>
<b>Suma Totales = Chi cuadrado : 29,289</b>					

*Nota:* La tabla es el resultado promedio de los valores observados y esperados para el cálculo del chi cuadrado para el factor país, con respecto a todas sus variables. Suma total es el valor del chi cuadrado para el factor país. Elaboración propia.

En la tabla 23 se calcula los valores observados y esperados para la clasificación de las lecturas en base al país que se le dio a la innovación, el interés, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados, recordando que la grado de importancia en la valoración conceptual es de 1-5, donde se calcula los valores observados y esperados y da un valor de Chi cuadrado de **29,289** para los diferentes países.

**Tabla 22**

*Análisis de la varianza y grados de libertad*

Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Probabilidad
<b>Entre grupos</b>	1,17	4	89,67	1,11	0,36
<b>Dentro de los grupos</b>	28,11	45	80,23		
<b>Total</b>	29,28	49			

*Nota:* La probabilidad está determinada en un 36%,  $f =$  valor f (prueba de Fisher) que interpreta la relación entre las variables. Los grados de libertad son el número de observaciones determinados por el factor país. Fuente: Elaboración propia.

Los grados de libertad en este factor están determinados por el tamaño de la muestra y la cantidad de variables de estudio, los grados de libertad entre es de 4 con una variación de 1,173 y dentro tiene 45 grados de libertad con una variación de 28,116 como se demuestra en la tabla 24.

#### **4.1.4.4. Cálculo de datos para la búsqueda de la heterogeneidad en el factor grado de importancia en la valoración conceptual.**

**Tabla 23**

*Chi cuadrado para el factor grado de importancia en la valoración conceptual.*

Valoración	Emprendimiento turístico	Innovación	Interés	Coordinación de mercados	Naturaleza del capital
1	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0
3	32,2222	5,5311	4,1767	3,4237	2,0843
4	16,4292	0,1146	1,1263	0,5270	11,9537
5	11,2378	11,3445	3,2203	3,8866	7,4512
<b>totales</b>	<b>59,8891</b>	<b>16,9903</b>	<b>8,5234</b>	<b>7,8375</b>	<b>21,4893</b>
<b>Suma Totales = Chi cuadrado: 114,73</b>					

*Nota:* La valoración está compuesta por 5 calificadores siendo 1 el más bajo y 5 el de mayor grado de importancia. Las dos primeras filas se encuentran en cero por que los artículos en su grado de importancia tienden desde un grado medio a superior. Elaboración propia.

En la tabla 25 se calcula los valores observados y esperados para la clasificación de las lecturas en base al grado de importancia en la valoración conceptual que se le dio a la innovación, el interés, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados, recordando que el grado de importancia en la valoración conceptual es de 1-5, y que el resultado arrojó, que todos son mayores de o igual a 3 se da un resultado para el chi cuadrado de 114,73 dando al emprendimiento un mayor aporte con 59,881 a diferencia del interés que da 8,5 que depende de los siguientes factores para determinar su homogeneidad.

**Tabla 24**

*Análisis de la varianza y grados de libertad.*

Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Probabilidad
Entre grupos	367,7332	4	91,9333	1,9183	0,1466
Dentro de los grupos	958,4749	20	47,9237		
Total	1326,2081	24			

*Nota:* La probabilidad está determinada en un 14%,  $f=$  valor f (prueba de Fisher) que interpreta la relación entre las variables. Los grados de libertad son el número de observaciones determinados por el factor grado de importancia en la valoración conceptual. Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 26 los datos que se obtienen para los grados de libertad van a depender de la población e intervención de da las variables en cada una de las ponderaciones calculadas, con un total de grados de 24, y una suma de cuadrados de 1326,20 lo que implica un mayor sesgo hacia una probabilidad heterogénea en los factores de estudio innovación, el interés, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados.

#### **4.1.4.5. Cálculo de datos para la búsqueda de la heterogeneidad en el factor relevancia.**

**Tabla 25**

*Chi cuadrado para el factor relevancia.*

Relevancia	Emprendimiento turístico	Innovación	Interés	Coordinación de mercados	Naturaleza del capital
30%	0,19429	2,37908	14,84117	2,15251	2,12418
35%	1,48837	0,05523	6,02397	39,89258	5,71895
40%	0,02885	3,70448	5,16340	4,96732	5,30196
45%	0,35376	5,85621	23,98033	0,99708	5,22876

<b>50%</b>	11,41339	4,76199	12,04793	9,34906	3,62362
<b>55%</b>	24,70565	8,57986	3,75977	3,17729	13,07219
<b>60%</b>	0,03290	0,04449	0,18698	2,33877	0,38473
<b>65%</b>	0,41930	0,23895	0,46427	0,34310	0,82069
<b>70%</b>	7,56868	0,29773	0,49363	0,35926	3,69938
<b>TOTAL</b>	<b>46,20518</b>	<b>25,91803</b>	<b>66,96145</b>	<b>63,57696</b>	<b>39,97446</b>

Suma totales = chi cuadrado: 242,64

*Nota:* La relevancia de los artículos está determinada en el porcentaje de participación que tiene cada artículo científico con respecto a su dimensión, en si consta la cantidad de información extraída de los artículos para dar apoyo conceptual a las dimensiones. Elaboración propia.

En la tabla 27 se calcula los valores observados y esperados para la clasificación de las lecturas en base al grado de importancia en la valoración conceptual, que el nivel más bajo lo obtiene la innovación con 25,91 y el más alto destaca entre el interés y la coordinación de mercados con 66,9 y 63,5 cada uno recordando que la relevancia de los artículos va desde el 30% de pertinencia teórica hasta el 70%, que en este intervalo se tiene un chi cuadrado de 242,64.

#### **Tabla 26**

*Análisis de la varianza con total de grados de libertad.*

Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Probabilidad
Entre grupos	128,44	4	32,11	5	0,73
Dentro de los grupos	2548,04	40	63,70		
<b>Total</b>	<b>2676,49</b>	<b>44</b>			

*Nota:* La probabilidad está determinada en un 73%,  $f =$  valor f (prueba de Fisher) que interpreta la relación entre las variables. Los grados de libertad son el número de observaciones determinados por el factor relevancia. Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 28 se identifica a los grados de libertad de la relevancia de los estudios, que tienen un total de 44, que son divididos; 4 para la determinante entre grupos y 40 para dentro de los grupos, al igual que la suma de sus cuadrados entre grupos van en 128,44 y dentro de los grupos tiene 2548,04 con una probabilidad de 0,73.

#### **4.1.5. Aplicación del método de búsqueda de la heterogeneidad**

Una vez realizadas las búsquedas de los valores de chi cuadrado para cada variable y los grados de libertad, se procede al cálculo de la heterogeneidad, donde se buscará las

variables causantes de la heterogeneidad y por ende los valores y variables homogéneos en la investigación.

#### 4.1.5.1. Relación entre el tamaño del efecto y las variables independientes

**Tabla 27**

*Tabla de resultados para las variables categóricas.*

<b>VARIABLES</b>	<b>Entre</b>	<b>G.l</b>	<b>p-valor</b>	<b>Dentro</b>	<b>G.l</b>	<b>p-valor</b>
Años	9,71	4	0,0456	56,8	75	0,9514
Países	1,17	4	0,0825	28,1	45	0,9770
Grado de importancia en la valoración conceptual	367,73	4	0,0001	958,4	20	0,0001
Relevancia	958,47	4	0,0001	2548,0	40	0,0001

*Nota:* p-valor = El valor p es una medida de la fuerza de la evidencia en sus datos en contra de  $H_0$ . Por lo general, mientras más pequeño sea el valor p, más fuerte será la evidencia de la muestra para rechazar  $H_0$ . G.l = Grados de libertad. Elaboración propia.

Las variables grado de importancia en la valoración conceptual y relevancia son las que producen mayor heterogeneidad en los datos con un P-valor menor, o relación entre/dentro mayor a los años y países, por lo que se procede a separar el conjunto de estudios de acuerdo a las mismas, lo que en una partición se le asocian las 4 dimensiones de estudio: innovación, interés, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados.

El análisis individual de las variables debe siempre finalizar con la propuesta de un modelo más complejo en el que se incluyan aquellas características de estudio, que conjuntamente sean capaces de explicar una considerable porcentaje de la varianza de los tamaños del efecto.

Para ello puede aplicarse técnicas de regresión múltiple por mínimos cuadrados ponderados, dado que desde un punto de vista conceptual, el tipo es la variable moderadora más relevante, que es introducida en el modelo de regresión jerárquica en último lugar, para comprobar su influjo una vez parcializado el de las otras variables.

#### 4.1.5.2. Estudio de la homogeneidad de los grupos resultantes de la división

**Tabla 28**

*Resultado de los contrastes de homogeneidad para emprendimientos turísticos.*

Emprendimiento turístico	Test	G.l	p. valor	Estado
País	9.31	7	0.0365	Homogéneo (terminal)
Año	41.53	24	0.0789	Homogéneo (terminal)
Grado de importancia en la valoración conceptual	43.56	25	0.0012	No homogéneo (no terminal)
Relevancia	42.62	26	0.0012	No homogéneo (no terminal)

Nota: G.l= grados de libertad. Se determina el p-valor de los cuadros anteriores para ver el estado de los factores que conforman los emprendimientos turísticos, el estado es conforme a la cifra del p-valor entre más alta sea es más homogéneo y más baja no es homogéneo. Elaboración propia.

En la tabla 30 se establece los diferentes factores para conocer si estos grupos son homogéneos y por lo tanto grupo terminales o si presentan heterogeneidad.

Se puede observar a 2 grupos heterogéneos que son la grado de importancia en la valoración conceptual y la relevancia, que se identifica en el p. valor por lo que es menor a los grupos de país y años que son grupos terminales y se estiman su tamaño del efecto.

**Tabla 29**

*Resultados de los contrastes de homogeneidad para los grupos de innovación.*

Innovación	Test	G.l	p. valor	Estado
País	8.31	7	0.0413	Homogéneo (terminal)
Año	9.53	9	0.0034	No homogéneo (no terminal)
Grado de importancia en la valoración conceptual	53.56	24	0.0001	No homogéneo (no terminal)



Relevancia	52.26	23	0.0001	No homogéneo (no terminal)
------------	-------	----	--------	-------------------------------

Nota: G.l= grados de libertad. Se determina el p-valor de los cuadros anteriores para ver el estado de los factores que conforman la innovación el estado es conforme a la cifra del p-valor entre más alta sea es más homogéneo y más baja no es homogéneo. Elaboración propia.

La tabla 31 muestra los diferentes factores para conocer si estos grupos son homogéneos y por lo tanto grupo terminales o si presentan heterogeneidad se puede observar a 3 grupos heterogéneos que son los años, grado de importancia en la valoración conceptual y la relevancia, que se identifica en el p. valor por lo que es menor a los grupos de país que son grupos terminales y se estiman su tamaño del efecto.

### Tabla 30

*Resultados de los contrastes de homogeneidad para los grupos de coordinación de mercados.*

Coordinación De Mercados	Test	G.l	p. valor	Estado
País	9.31	5	0.079	Homogéneo (terminal)
Año	5.23	2	0.224	Homogéneo (terminal)
Grado de importancia en la valoración conceptual	53.56	11	0.001	No homogéneo (no terminal)
Relevancia	53.56	11	0.001	No homogéneo (no terminal)

Nota: G.l = grados de libertad. Se determina el p-valor de los cuadros anteriores para ver el estado de los factores que conforman la coordinación de mercados, el estado es conforme a la cifra del p-valor entre más alta sea es más homogéneo y más baja no es homogéneo. Elaboración propia.

La tabla 32 indica los diferentes contrastes para conocer si estos grupos son homogéneos y por lo tanto grupo terminales o si presentan heterogeneidad se puede observar a 3 grupos heterogéneos que son los años, grado de importancia en la valoración conceptual y la relevancia, que se identifica en el p. valor por lo que es menor a los grupos de país que son grupos terminales y se estiman su tamaño del efecto.

**Tabla 31***Resultados de los contrastes de homogeneidad para los grupos de Interés.*

<b>Interés</b>	<b>Test</b>	<b>G.l</b>	<b>p. valor</b>	<b>Estado</b>
País	9.31	6	0.05922	Homogéneo (terminal)
Año	7.53	4	0.00224	Homogéneo (terminal)
Grado de importancia en la valoración conceptual	23.56	21	0.00001	No homogéneo (no terminal)
Relevancia	23.56	21	0.00001	No homogéneo (no terminal)

Nota: G.l = grados de libertad. Se determina el p-valor de los cuadros anteriores para ver el estado de los factores que conforman el Interés, el estado es conforme a la cifra del p-valor entre más alta sea es más homogéneo y más baja no es homogéneo. Elaboración propia.

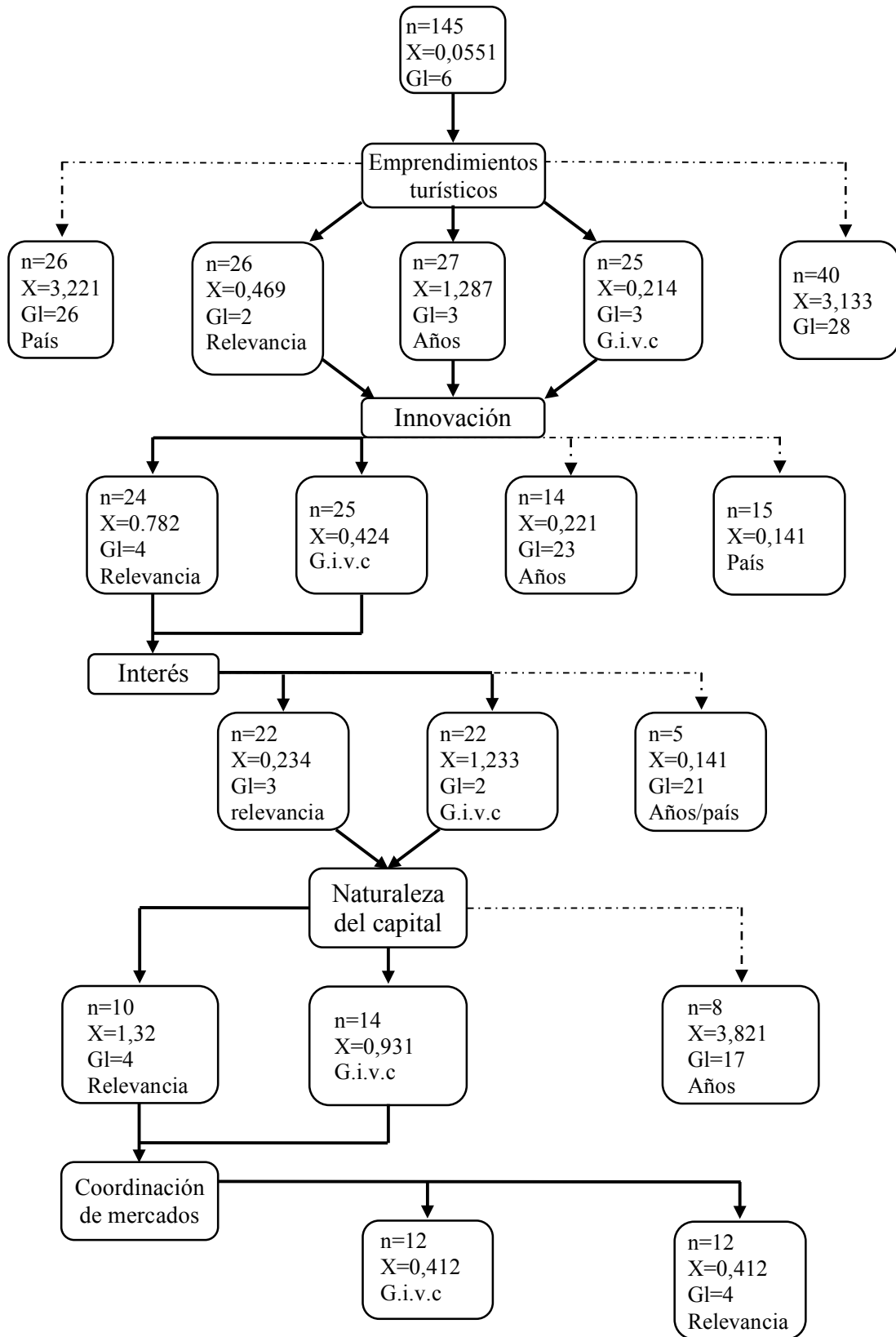
En la tabla 33 se analiza los diferentes valores para conocer si estos grupos son homogéneos y por lo tanto grupo terminales o si presentan heterogeneidad se puede observar a 3 grupos heterogéneos que son los años, grado de importancia en la valoración conceptual y la relevancia, que se identifica en el p. Valor por lo que es menor a los grupos de país que son grupos terminales y se estiman su tamaño del efecto.

#### **4.1.5.3. Resultados de los grupos heterogéneos en cada factor**

**Tabla 32***Resumen del p-valor y numero de observaciones de cada factor.*

<b>Grupo</b>	<b>G.l</b>	<b>p-valor</b>	<b>Promedio de los cuadrados</b>
Innovación	78	0,0012	83,50
Interés	49	0,0222	86,67
Naturaleza del capital	44	0,0001	91,93
Coordinación de mercados	24	0,0001	93,12

Nota: G.l = grados de libertad. Se determina el p-valor de los cuadros anteriores para ver el estado de los factores que conforman la coordinación de mercados, la naturaleza del capital el interés y la innovación. La cifra del p-valor entre más alta sea es más homogéneo y más baja no es homogéneo. Elaboración propia.



**Figura 30.** Esquema del resumen cuantitativo de las variables

Nota: Gl= grados de libertad, n = número de artículos, X= varianza. Adaptado de “Enfoques, problemas y métodos de investigación en Economía y Dirección de empresas,” por Zornoza, C. C. (2003): Actas del VIII Taller de Metodología de ACEDE.

Se reconoce los 4 grupos terminales dando más homogeneidad al factor años y país y menor homogeneidad al grado de importancia en la valoración conceptual y la relevancia en la innovación, el interés, la naturaleza del capital y la coordinación de mercados. Que se designa un factor de relevancia según su tamaño del efecto y se obtiene el número de observaciones que el análisis cuantitativo de cada estudio.

En la figura 30 se determina el número de lecturas obtenidas desde un análisis cuantitativo entre las variables de estudio y los factores que determinan a cada variable la varianza y los grados de libertad para las variables de emprendimientos turísticos, innovación, interés, naturaleza del capital y la coordinación de mercados.

El esquema empieza con la mayor variable en relación a los grados de libertad y el número de lecturas que este aporta a la investigación, que en este caso son los emprendimientos turísticos, siguiendo el mismo sistema sigue la innovación el interés, la naturaleza del capital y por último la coordinación de mercados, en cada variable se debe tener en cuenta que se encuentran los 4 factores analíticos que son los años, países, relevancia y el grado de importancia en la valoración conceptual que según el grado de libertad y los valores entre/dentro de los grupos son los que determinan si son variables homogéneas y heterogéneas, que da como efecto el análisis cuantitativo de cada variable según su factor.

Por lo que se ha obtenido los resultados para innovación se determinó 78 unidades de análisis, para el interés 49 en la naturaleza del capital 44 y la coordinación de mercados 22 estudios .

## CAPÍTULO V

### 5.1. Conclusiones y Recomendaciones

#### 5.1.1. Conclusiones

- Para el desarrollo del primer objetivo se fundamentó teóricamente la perspicacia de cada elemento de fracaso de los emprendimientos para los modelos a plantear tomando en cuenta que para los emprendimientos turísticos, la innovación, el interés, la coordinación de mercados y la naturaleza del capital existen modelos diferentes.

En la innovación se destacan 4 modelos el primero se basa el modelo TAM (modelo de aceptación tecnológica), donde su principal factor es la calidad, el modelo de innovación asumía que la tecnología es fácil de copiar. El modelo inicial muestra que las empresas se localizan en un grupo desarrollan fuertes vínculos; existen 2 modelos diferentes el lineal que esta soportado a la teoría neoclásica y el interactivo soportado a la teoría evolucionista pero para que se pueda desarrollar trae consigo a un tercer modelo que destaca la conexión a una empresa podría soportar un efecto positivo para las innovaciones como la realización de los planes de mejoramiento empresarial.

En el interés existen 2 modelos; modelo progresivo por el emprendimiento a nivel mundial que se da la formación del GEM (Global Enterprise Monitor) basado en estudios de negligencia; el segundo modelo desarrolla las perspectivas de inflación pendiente, la tasa de interés externa, donde el modelo muestra una estrategia de edificación empresarial.

Para la coordinación de mercados se propone el modelo de competencia de plazas turísticas para los mercados nacionales que se basa en la construcción sobre en la percepción de la naturaleza compleja del turismo transmitido su carácter transversal y heterogéneo; La naturaleza del capital presenta el modelo de gestión del capital intelectual, que permite identificar, ordenar y medir los tangibles estratégicos en términos del capital humano como las capacidades individuales.

- Para el segundo objetivo de la investigación se caracterizó los principales factores que originan el deficiente desarrollo de los emprendimientos en el interés, la naturaleza del capital, la innovación y la coordinación de mercados a través de la revisión de información secundaria.

En la innovación se identificaron 4 elementos directrices o factores que determinan el deficiente desarrollo que son; área de oportunidad que representa un 79% que implica incrementar el conocimiento, las capacidades de la organización y los beneficios tangibles e intangibles; tecnología e innovación que de un 95% de aportación que por sus planteamientos existe la necesidad de desarrollar indicadores para los resultados de sus actividades científicas y tecnológicas.

El sistema de Innovación es el entorno donde se desarrolla y aplican las innovaciones prolongada a un 83% a partir de una óptica económica y de extensión social; la ciencia y tecnología aplicada en un 92% a la innovación, para construir corresponsablemente un desarrollo equitativo y sostenible que contribuyen a dinamizar procesos dinámicos de alto impacto regional.

En la naturaleza del capital resaltan tres aspectos fundamentales y que serán de estudio como el capital social con un 80% en la intervención, el capital físico con 75% y el mercado capital con un 90%; en el mercado capital, es viable que se elijan los créditos a corto plazo que crean nuevos depósitos y se les permita formar nuevos créditos a mediano y largo plazo.

El capital social influye en el desarrollo de nuevo conocimiento a partir de la integración de conocimiento externo; capital físico es la existencia de redes principios y valores.

El factor interés encuentra las principales sub dimensiones, destacando la participación de tres elementos principales, el interés creciente que da un aporte del 90% en su participación en el interés, el interés principal con 80% al igual que la tasa de interés; la tasa de interés a corto plazo es de mayor si desarrolla las perspectivas de inflación pendiente, la tasa de interés externa y la expectativa de la tasa de interés futura de corto plazo.

La coordinación de mercados se encuentran las principales sub dimensiones destacando la participación de elementos fundamentales con un porcentaje mayor al 50% como el mercado nacional que su porcentaje de estimación de estudio es el 90% ya que concentra temas específicos sobre la coordinación de mercados al igual que la producción y comercialización con un 80% y el mercado internacional.

La Producción y comercialización. La implementación de un nuevo método de producción o comercialización de un producto se fundamenta en un descubrimiento científico, sin embargo, se considera como escenario central a la unidad funcional, estructural y administrativa.

En los emprendimientos turísticos se encuentran las variables con sus porcentajes teórico de participación en el tema que se destacan tres elementos principales como el servicio turístico con , el desarrollo turístico y el turismo sustentable que marcan con un 90% de participación y dentro del desarrollo turístico se puede destacar que se encuentra la promoción turística y el destino turístico con un 80%, destacando la participación de más variables que conforman.

Desarrollo turístico el objetivo es analizar los procesos que sitúan las inversiones turísticas y las contradicciones planteadas por los procesos de migración de amenidad en el desarrollo; servicios turísticos que es analizar los factores determinantes de la lealtad hacia los proveedores de servicios turístico a través de un modelo integrador de la influencia de la confianza en un marco conceptual de del comportamiento planificado.

- En el tercer objetivo se diseñó un modelo teórico para el desarrollo de los emprendimientos desde la innovación, interés, naturaleza de capital y la coordinación de mercados; estrategias de búsqueda de la literatura, el desarrollo de la búsqueda literaria, que tuvo un enfoque en los principales repositorios que se encuentran en la página de la Universidad Técnica de Ambato, entre ellos tenemos: Scielo, Cobuec, Ebrary, E-libro, Scopus, añadiendo también como apoyo para la guía y desarrollo los repositorios bibliográficos de la UTA.

En la recopilación y codificación de los datos se elaboró un esquema de codificación donde se especifica los factores y las lecturas a codificar de cada una

de las variables destacando aspectos como el nombre de la lectura, autor(es), año y la grado de importancia en la valoración conceptual que tiene cada lectura con respecto a cada uno de los elementos de estudio, que da como resultado un solo código ponderado para cada lectura.

Con relevancia a los países de estudio, la conclusión obtenida de la aportación de lecturas por países, se da en 2 países sur americanos como son Argentina y Colombia con un 43% entre ambos un país europeo que es España con el 18% y por ultimo México con el 14% de aportación en los 4 factores de estudio y en la variable dependiente. Los efectos para datos semejantes se establecen en un intervalo de confianza de 75% a diferencia de los datos heterogéneos que se establecen en un intervalo de confianza del 25%. Lo que significa que el 75% del total de las lecturas no son repetidas y tienen un contenido único y diferente con relación al 25% que se estima es un nivel adecuado para datos heterogéneos del total de lecturas.

- Para el desarrollo del cuarto objetivo se valida qué elemento es el de mayor perspicacia en los emprendimientos turísticos y cuáles son sus aspectos fundamentales, donde realizando el proceso meta-analítico con el factor años, desde 2001 hasta el 2016 se obtiene en cada dimensión un total de estudios diferente, como en emprendimientos turísticos su total es de 145 lecturas desde dichos años, con un promedio de 10,35 lo que significa que la mayor parte de estas lecturas se encuentran desde el año 2010 en adelante.

Para la innovación su promedio es de 5,6 lo que significa que la mayor parte de estudios están desde el año 2005 en adelante al igual que la coordinación de mercados y la naturaleza del capital, y en el interés sobre el año 2006. Los países tomados en cuenta y desarrollados en el meta-análisis se encuentran Chile, Argentina, Colombia, Ecuador, España, Brasil, México, Venezuela, Costa Rica y Cuba influyen en todas las lecturas de las dimensiones de estudio a excepción de Costa Rica que no es tomada en cuenta en el Interés y la naturaleza del capital, como se observa en la tabla cuenta con 9 cada una.



El promedio de participación de cada país en las lecturas va depender de cada factor de estudio como en los emprendimientos turísticos cuenta con un 14.5% en la que mayoritariamente intervienen países como Colombia, España, Argentina, y para los demás factores el promedio casi es parecido en un intervalo de 7,6% a 8.8% de intervención de cada país. El grado de importancia en la valoración conceptual en los estudios tiene una escala que va del 1 – 5 donde 5 representa los estudios con mayor argumentación teórica y 1 los estudios que no tienen un contenido adecuado para las dimensiones, que en cada una de ellas se obtuvo una escala de 3 hacia delante como está reflejado en la tabla grado de importancia en la valoración conceptual más alta va para los emprendimientos turísticos que toman de 4 a 5 puntos y para las demás variables tiene una escala de 3 hacia 5 con un promedio de 25 % a 30 % de intervención.

Se determina un promedio que va desde el 10.9% a 16% de participación, como en los emprendimientos turísticos que la mayor parte de lecturas tienen un contenido del 50% la 70%, en la naturaleza del capital la mayor parte de lecturas van desde el 55% al 65% de contenido al igual que el interés y la innovación, pero la coordinación de mercados tiene un punto bajo, por la mayor fracción de lecturas van en el 35% de indagación para este elemento.

Se determina el número de lecturas obtenidas desde un análisis cuantitativo entre las variables de estudio y los factores que determinan a cada variable por lo que se ha obtenido los resultados para innovación se determinó 78 lecturas, para el interés 49 en la naturaleza del capital 44 y la coordinación de mercados 22 estudios.

### 5.1.2. Recomendaciones

- En una ampliación teórica de los modelos se plantea utilizar diferentes factores asociados a la línea de investigación que influyan directa e indirectamente con los parámetros de los emprendimientos turísticos, y la revisión de diferentes autores que sean de diferentes escuelas como la clásica la evolucionista entre otras para que los modelos a desarrollar tengan una pertinencia teórica ampliada considerando aspectos de relevancia y excelencia para un mejor estudio.
- La ampliación de los elementos que originan el desarrollo de los emprendimientos en el interés, la naturaleza del capital, la innovación y la coordinación de mercados tienen un margen mayor de 65% de pertinencia teórica ya que los factores estudiados al tener un margen mayor son pocos y las sub dimensiones encontradas aumentarán la eventualidad de identificar qué elementos son determinantes en el progreso de los emprendimientos.
- Para un diseño mejorado como herramienta estratégica se propone hacer estudios no solo de latino américa, la posibilidad de encontrar estudios en diferentes países aumenta la probabilidad de construir una herramienta buena, por lo que el año de las publicaciones tiene una posibilidad de que sean las más recientes y así poder adquirir una diferencia de las lecturas más altas.
- En las lecturas se considerará los parámetros de: relevancia de las lecturas, el año de publicación: la pertinencia teórica de cada factor hacia su variable y el país de donde provienen las mismas, realizando la búsqueda de más fuentes bibliográficas nacionales, que extranjeras, para así poder validar que elemento es el de mayor perspicacia en los emprendimientos turísticos y determinar los aspectos importantes.
- Para el progreso de un modelo en la gestión administrativa se formula: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar todas las gestiones orientadas al beneficio de la institución por medio de la óptima aplicación y cumplimiento del proceso para así optimizar los proceso de gestión y mejorar los servicios.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, A., Palafox, A., & Anaya, J. S. (2015). El turismo y la transformación del paisaje natural. *Noésis Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(número especial), 19–30.
- Aguilar, J., Terán, O., & Blanco, L. (2006). Sistema Regional de Innovación como mecanismo de gestión en Ciencia y Tecnología. Caso de estudio: Estado Mérida. *Regencias Sociales*, 12(3), 439–453.
- Aguilar Barceló, J. G., Taxis Flores, M., & Ramírez Angulo, N. (2011). Conformación de la expectativa de formalización de la microempresa marginada en México. *Innovar*, 21(41), 63–75.
- Álamo, O., & Dávila, L. (2011). Ciencia y tecnología, educación y ciudadanía, 16(3), 619–629.
- Alcántara, M. C., Faría, O. L., & Alfonso, B. R. (s/f). La patrimonialización de la gastronomía venezolana como estrategia de desarrollo turístico, (1), 135–139.
- Alegre, J. (2013). Aprendizaje organizativo, innovación y propensión exportadora. *Estudios Gerenciales*, 28, 41–56.
- Añez H, C. (2005). El capital intelectual: Nuevo enfoque de la flexibilización laboral. *Revista Venezolana de Gerencia*, 10(30), 310–324.
- Argel Fuentes, G. C. (2009). Naturaleza y tendencias de la ciencia, tecnología e innovación (CTI) en América Latina y el Caribe Un análisis crítico al modelo institucional colombiano. *Pensamiento & Gestión*, (27), 253–283.
- Arzola, M., Hurtado, E., Piñero, A., & Suarez, E. (2008). Opciones de financiamiento para las actividades de I+D+I en las PYME del Estado Bolívar. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 12(49), 271–278.
- Arnoldo Araya, L. (2009). El proceso de Internacionalización de Empresas. *TEC Empresarial*, 3, 18–25.
- Arzola, M., Hurtado, E., Piñero, A., & Suarez, E. (2008). Opciones de financiamiento para las actividades de I+D+I en las PYME del Estado Bolívar. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 12(49), 271–278.
- Bakaikoa, B., Begiristain, A., Errasti, A., & Goikoetxea, G. (2004). Redes e innovación cooperativa. *Revista de economía publica, social y cooperativa*, 49, 263–294.
- Barba, E. (2012). Los 10 tipos de innovación. El ejemplo de red Bull.

- Barbosa de Sousa, B. M., & Dominique Ferreira, S. (2012). la innovación de los procesos diferenciación en los servicios turísticos. *La innovación de los procesos*, 21, 963–976.
- Becerra Rodríguez, F., & Álvarez Giraldo, C. M. (2011). El talento humano y la innovación empresarial en el contexto de las redes empresariales: el clúster de prendas de vestir en caldas - Colombia, 27(64), 209–232.
- Blanco Richart, E. R. manual práctico de operaciones financieras.
- Bondone, C. A. (2011). Teoría del interés En retrospectiva desde la Teoría del Tiempo Económico.
- Borges, M. P., & Zaine, M. F. (2006). Competitividad Y Turismo Sustentable - El Caso de Aguas de San Pedro (San Pablo, Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15, 220–235. Recuperado a partir de 03275841
- Brunet, I., & Pizzi, A. (2012). Perspectivas de innovación y cambio técnico en Ciencias Sociales.
- Brac, M. (2011). Patrimonio cultural y turismo emergente. Villa Guillermina, de pueblo obrero a nuevo destino turístico. Un estudio de caso. *Cuadernos de Antropología Social*, (33), 111–128.
- Burbano, P. P., & Cardona, M. N. (2011). Los cuellos de botella del desarrollo endógeno territorial, desde la perspectiva del sistema de ciencia, tecnología e innovación en Colombia. *Revista iberoamericana de ciencia tecnología y sociedad*, 6(17), 161–177.
- Caicedo Asprilla, H. (2012). Análisis del sistema regional de ciencia, tecnología e innovación del Valle del Cauca. *Estudios Gerenciales*, 28(SPE), 125–148.
- Castaño, E., Gallón, S., Gómez, K., & Vásquez, J. (2006). Análisis de los factores asociados a la deserción y graduación estudiantil universitaria. *Lecturas de Economía*, (65), 11–35.
- Campodónico, R., & Cunha, N. da. (2010). La incidencia del transporte en el desarrollo del turismo del Uruguay: El caso de ONDA (1935 - 1980). *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(3), 422–440.
- Cantillo Guerrero, E. F., Piña Sabagh, Ó., Gómez Vergara, A., & Volpe Barros, I. (2013). El efecto de la formación en emprendimiento sobre la construcción de una mentalidad emprendedora en estudiantes de Ingeniería Industrial en una universidad de la ciudad de Barranquilla. *Sotavento M.B.A.*, 0(21), 50–61.
- Castaño, E., Gallón, S., Gómez, K., & Vásquez, J. (2006). Análisis de los factores

asociados a la deserción y graduación estudiantil universitaria. *Lecturas de Economía*, (65), 11–35.

Chaos Yeras, M. T. (2006). Turismo urbano, alternativa sustentable para la conservación de las ciudades. *Retos Turísticos*, 5(2/3), 48–54.

Cornejo Ganga, L. E. (2013). Turismo Sustentable . Un modelo de planificación, 24.

Demajorovic, J., Aledo Tur, A., Landi, B., & Mantovani Kondo, A. L. (2011). Complejos turísticos residenciales: análisis del crecimiento del turismo residencial en el mediterráneo español y en el litoral nordestino (Brasil) y su impacto socio ambiental. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(4), 772–796.

Dapena, J. P., & Scaliter, A. (2014). Un protocolo simple de determinación de mercado objetivo para emprendimientos. *Documentos de trabajo*, 1–46.

Delgado Verde, M., Martín de Castro, G., Navas López, J. E., & Cruz González, J. (2013). Capital social, capital intelectual e innovación de producto. Evidencia empírica en sectores manufactureros intensivos en tecnología, 23, 93–110.

Díaz, Y., Guerrero, M., & Peña, I. (2015). Productividad de la innovación a través del emprendimiento corporativo, 32–47.

Dos Anjos, F. A., Flores limberger, P., Gadotti dos Anjos, S. Johana, & Domareski, T. C. (2011). Contribuciones de la gestión del conocimiento a los servicios turísticos estudio en una agencia de viajes. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20, 722–737.

Duque Brito, A. (2006). Turismo y competitividad en Venezuela: Una aproximación a la situación actual venezolana. *Visión Gerencial*, 4(2), 133–150.

Elche Hortelano, D., Martínez Pérez, Á., & García Villaverde, P. (2015). Bonding capital , explotación de conocimiento e innovación incremental en los clúster de turismo cultural: las Ciudades Patrimonio de la Humanidad en España, 21, 120–128.

Escolar, B. M., & Fernández Morueco, R. (2011). Vino , turismo e innovación : las Rutas del Vino de España , una estrategia integrada de desarrollo rural, 5731.

Fairstein, C. (2013). Las tensiones socio-espaciales a partir de la declaración de patrimonio de la humanidad y el incremento del turismo en las provincias de Salta y Jujuy de la república de Argentina. *Revista critica de ciencias sociales y jurídicas*.

Fernández, N. (2011). *Objetivos de Aprendizaje*. Recuperado a partir de <http://www.apuntesgestion.com/b/definicion-objetivos/>

- Fernández Aldecua, M. J., Castillejos López, B., & Ramírez Luna, J. A. (2012). Empresas Sociales Y Ecoturismo En Bahías De Huatulco, México. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(1), 287.
- Fernández Núñez, L. (2006). Como analizar datos cualitativos, (1886–1946).
- Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.
- Frías, J. M. (2011). El proceso de innovación entre los campesinos de valle de Santiago en el periodo 1998-2008.
- Funes Castaño, Y., & Hernández Garnica, C. (2001). Medición del valor del capital intelectual. *Revista Contaduría y Administración*, (203).
- García, B., & Piña Zambrano, H. (2013). Institucionalidad venezolana sobre emprendimiento social durante el período 1999 – 2010. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 10(May), 215–234.
- Gessa, A., & Toledano, N. (2011). Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos; El Caso de Andalucía - España. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(5), 1154–1174.
- Godoi Trigo, L. G., & Arendit, E. J. (2007). La inestabilidad del mercado turístico: Desde la perspectiva de una agencia de viajes brasileña. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(3), 323–340.
- Gómez Ceballos, G., & García Cirion, D. (2007). Innovación Tecnológica, Gestión del conocimiento, Turismo y Desarrollo Local. Papel de la Universidad en este contexto, *141*(1), 101–121.
- González Bañales, D. L., & Rodenes Adam, M. (2008a). La influencia del capital relacional, innovación tecnológica y orientación al mercado sobre los resultados empresariales en empresas de alta tecnología: Un modelo conceptual. *Pensamiento & Gestión*, (25), 113–138.
- González Bañales, D. L., & Rodenes Adam, M. (2008b). La influencia del capital relacional, innovación tecnológica y orientación al mercado sobre los resultados empresariales en empresas de alta tecnología un modelo conceptual. *Pensamiento & Gestión*, (25), 113–138.
- Guzmán, A., & Trujillo, M. A. (2008). Emprendimiento social – revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105–125.
- Guzmán Cuevas, J., & Martínez Román, J. A. (2002). Tipología De La Innovación Y Perfiles Empresariales. Una Aplicación Empírica.

- Herrera Echeverri, H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. *Revista Innovar*, 19(33), 19–33.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2010). *Tutoría de la Investigación Científica* (Cuarta). Ambato.
- Jiménez Baños, P., & Aquino Jiménez, F. K. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos, 21, 977–995.
- Junca, G. (2006). Modelo de zonas objetivo para la tasa de interés de corto plazo. *Cuadernos de Economía*, 25(45), 95–125.
- Kirzner, I. M. (1998, octubre). El Empresario. *Lecturas de economía y política*, 13(Octubre).
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Izquierdo, E. (2014). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2014. *Espae - Espol*, (13903047), 86.
- Libedinsky, M. (2014). La innovación en la enseñanza como resolución de problemas. *Journals of Chemical Information and Modeling*, 53(4798), 10.
- López-Isaza, G. A. (2013). Aportes teóricos para la gestión y política de innovación en función de la ciudadanía, 23.
- Malaver Rodríguez, F., & Vargas Pérez, M. (2004). Hacia una caracterización de los procesos de innovación en la industria colombiana. los resultados de un estudio de casos. *Revista latinoamericana de Administración*, 33, 5–33.
- Malinowski, E. M. (2011). *Integración del emprendimiento en la gestión del conocimiento*. (2011 Lulu.com, Ed.).
- Martínez Rizo, F. (2012). Investigación empírica sobre el impacto de la evaluación formativa: Revisión de literatura. *Revista electrónica de investigación educativa*, 14(1), 1–15.
- Marulanda, F., Montoya, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración / Universidad del Valle*, 30, 89–99.
- Méndez García, F., Domínguez Sosa, O. E., & Ortiz Hernández, F. E. (2011). Balanced Scorecard para extraer conocimiento de la tecnología. *Contaduría y administración*, (234), 33–54.
- Mesa, R. J., & Salazar, J. (2012). La alianza Universidad-Empresa-estado y los procesos de I+D: una mirada al caso antioqueño. *Perfil de Coyuntura Económica*, (19), 157–176.

- Mieles, M. D., & Acosta, A. (2012). Calidad de vida y derechos de la infancia: un desafío presente. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10(1), 205–217.
- Molina Sánchez, R., López Salazar, A., & Contreras Soto, R. (2014). El Emprendimiento y el Crecimiento de las Pymes. *Fundamentos y Aspectos Territoriales*, 24, 59–72.
- Morales, M. E., Ortíz Riaga, C., & Arias Cante, M. A. (2012). Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación en Latinoamérica. *Revista EAN*, (72), 148–163.
- Narváez, M. L., Fernández, G., & Henríquez, A. T. (2013). Competitividad de empresas turísticas: un análisis desde el enfoque sistémico, *XXI*(1), 243–260.
- Olivier, J. Ó., & Thompson, P. I. (2009). Diferencias en el proceso de innovación en empresas pequeñas y medianas de la industria manufacturera de la ciudad de Chihuahua, México. *Contaduría y administración*, (227), 9–28.
- Ordóñez, G. (2002). La experiencia colombiana en la puesta en marcha del observatorio de ciencia y tecnología. *Cuadernos del Cendes*, 19(51), 83–108.
- Ortiz Riaga, C., Camargo Mayorga, D. A., & Duque Orozco, Y. V. (2008). Una Revisión a la Investigación en emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16(1), 85–104.
- Páez Gabriunas, I. (2012). Capital humano, redes externas e innovación en la industria colombiana. *Estudios Gerenciales*, 28, 81–107.
- Paniagua Rojano, F., Gómez Aguilar, M., & González Cortez, M. (2014). Incentivar el emprendimiento periodístico desde la universidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 548–570.
- Pedraza, A. C., & Bravo I., E. R. (2010). Cambios en las herramientas pedagógicas. Videos de casos sobre emprendimientos innovadores locales, 84–99.
- Petit Torres, E. E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. *Revista de Ciencias Sociales*, XIII(3), 495–506.
- Pietroboni, R., Lepratte, L., Hegglin, D., Blanc, R., Cettour, W., & Sosa Zitto, R. (2011). Innovación y gestión de la tecnología de firmas industriales de Entre Ríos, Argentina. *Ciencia, docencia y tecnología*, (42), 41–70.
- Pineda Duque, J. A. (2014). Emprendimiento y género: El caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y Economía*, (26), 239–269.



- Piñeiro Carreras, J. (2011). Los emprendimientos turísticos y sus efectos el caso hotel-Casino en Victoria, Entre Ríos, Argentina, *20*, 1069–1083.
- Puchet Anyul, M., & Ruiz Nápoles, P. (2008). Aspectos económico institucionales del marco regulatorio Mexicano del sistema de innovación, *14*, 17–56.
- Pulgarín Molina, S. A., & Cardona Acevedo, M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del Rosario. *Revista EAN*, (71), 22–39.
- Quintero Campos, L. J. (2010a). Aportes teóricos para el estudio de un sistema de innovación. *Innovar*, 20(38), 57–76.
- Quintero Campos, L. J. (2010b). innovar Aportes teóricos para el estudio de un sistema de innovación. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 20, 57–76.
- Rincón Castillo, É. L. (2009). Sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación en Venezuela. *Opción*, 25(60), 55–67.
- Riquelme, C., Oyarzún M., C. E., & Karina, P. M. (2010). Caracterización de la demanda turística en un destino de intereses especiales : Caso Caleta Tortel ( Chile ), *16*, 173–193.
- Robledo, J. (2007). De los grupos consolidados de investigación a los sistemas dinámicos de innovación: el desafío actual del desarrollo científico y tecnológico colombiano. *DYNA*, 74(152), 1–7.
- Rodríguez Toubes, D., & Fraiz Brea, J. A. (2010). Gestión de crisis en el turismo: La cara emergente de la sostenibilidad.
- Rodríguez toubes, D., Fraiz Brea, J. A., & Álvarez de la torre, J. (2014). Experiencias de crisis por desastres en los negocios turísticos : ni se aprende, ni se prepara, *10*(2).
- Román, B., & Font, X. (2014). Turismo sustentable como herramienta de competitividad en Chile. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23, 421–446.
- Román, R. E., Gómez, A., & Smida, A. (2013). El capital social organizacional de la pequeña empresa innovadora. Un ensayo de medición en las ciudades de Cáli y Medellín, *29*, 356–367.
- Ruiz-Navarro, J., Cabello-Medina, C., & Medina, R. (2014). La ley de emprendedores y la creación de empresas: Una visión desde el observatorio GEM. *Journals Globalization, Competitiveness and Governability*, 8(3), 45–61.
- Saavedra, M. L., & Saavedra, M. E. (2012). Una propuesta de medición e

incorporación del capital intelectual en la información financiera el caso de unión febre. *Cuadernos de Contabilidad*, 13(33), 505–526.

Salinas Ramos, F., & Osorio Bayter, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (75), 129–151.

Salleras, L. (2011). Territorio, turismo y desarrollo sustentable en la quebrada de Humahuaca. Paisaje y naturaleza al servicio de la práctica turística. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 1123–1143.

Sánchez, L., & González, R. (2011). Destinos Turísticos de Montaña con Migración de Amenidad. Implicancias en el desarrollo turístico local – Caso Caviahue, Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 288 – 306.

Sanz blas, S., Ruiz Mafé, C., & Pérez Pérez, I. (2013). Factores determinantes de la lealtad al proveedor de servicios turísticos online. *Contaduría y Administración*, 58(2), 279–302.

Sepúlveda Calderón, M. del P., Vaca Vaca, P., & Fracica Naranjo, G. (2009). Percepción del crecimiento y la diversificación en emprendimientos Bogotanos. *Estudios Gerenciales*, 25(111), 77–105.

Testa, P. (2002). Indicadores científicos y tecnológicos en Venezuela: de las encuestas de potencial al observatorio de ciencia, tecnología e innovación. *Cuadernos del Cendes*, 19(51), 43–64.

Torres, L. M., Castellanos, O. F., & Fúquene, A. M. (2007). Evaluación de la innovación tecnológica de las Mipymes colombianas . Parte 1 : Bases conceptuales , metodología de evaluación y caracterización de las empresas innovadoras, 27(1), 158–167.

Torres, L. M., Castellanos, O. F., & Salgado, C. (2007). Evaluación de la innovación tecnológica de las Mipymes colombianas . Parte 2 : problemática y retos de la innovación, 27(2), 114–121.

Torres Fuchslocher, C., & Fuente Mella, H. (2011). Determinantes de la Innovación en Empresas de Turismo en Pucón - Chile, 43, 24–43.

Tourism & Leisure Advisory Services. (2009). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014, 115.

Vargas del Río, D. (2015). Turismo de segundas residencias y turismo de naturaleza en el espacio rural mexicano. *Estudios Sociales: Revista de Investigación Científica*, 23(46), 290–312.

Vasconcelos, K. L. (2011). la certificación de sostenibilidad turística como una norma facilitadora para la innovación en la empresa turística.

Villa, J. L. (2009). Dimensiones de la Investigación.

Vázquez, R. A. (2004). Turismo ecológico, turismo sustentable. Hospitalidad ESDAI, (6), 45–61. Aceituno, P., Bousón.

Yrigoyen, J. I. (2013). Explorando distintos tipos de innovación en micro y pequeñas empresas peruanas. *Journals of Technology Management and Innovation*, 8, 72–82.

Zuluaga Jiménez, J. C., Sánchez Mánchala, I. D., & Barrios Aguirre, F. (2012). Ambiente regional y desempeño innovador de las firmas . Una propuesta de análisis multinivel, 28(c), 169–189.

## APÉNDICES

**Tabla 33**

*Análisis de los artículos en los Emprendimientos Turísticos.*

<b>5.1.3. Emprendimiento turístico</b>								
Nombre artículo	Año	Pon.	País	Idioma	Autor	Base datos	Código	Relevancia
Capital social, capital intelectual e innovación de producto. Evidencia empírica en sectores manufactureros intensivos en tecnología	2013	5	Colombia	Español	Bravo Edna roció	Scielo	5cs2013 b	70,00
Ciencia y tecnología, educación y ciudadanía	2011	5	Argentina	Español	Cruz González, Jorge	Scielo	5cy2011 c	70,00
Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario	2011	3	Colombia	Español	Perroy, r.	Scielo	3cd2011 p	60,00
Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario	2011	3	Colombia	Español	Perroy, r.	Scielo	3cd2011 p	60,00
Contribuciones de la gestión del conocimiento a los servicios turísticos estudio en una agencia de viajes	2011	4	Colombia	Español	Sanabria batía	Scielo	4cd2011 s	60,00
Emprendimiento verde en Colombia: el caso del mecanismo de desarrollo limpio (mdl)	2013	3	Colombia	Español	Aguilar Arturo	Scielo	3ev2013aa	60,00
Caracterización emprendedora de los empresarios en los valles de tundama y sugamuxi, Boyacá, Colombia	2014	5	Colombia	Español	Aguilar olaves Gabriel	Scielo	5ce2014ao	60,00
Comunicar conocimientos vs. Organizar el conocimiento: la gestión del gen preneur en el aula.	2014	3	Chile	Español	Álamo óscar Dávila lisha	Scielo	3cc2014áo	60,00
Comunicar conocimientos vs. Organizar el conocimiento: la gestión del gen preneur en el aula.	2014	3	Chile	Español	Álamo óscar Dávila lisha	Scielo	3cc2014áo	50,00

Turismo de transformación ecoturismo en reservas de la biosfera dentro del marco de la economía de la experiencia	2010	3	Colombia	Español	Alba ligia López rodríguez	Scielo	3td2010al	50,00
Construcción de una metodología para evaluar la sustentabilidad de las políticas de inversión en innovación	2006	3	Colombia	Español	Álvarez Iván c.	Scielo	3cd2006ái	50,00
Construcción de una metodología para evaluar la sustentabilidad de las políticas de inversión en innovación	2006	3	Colombia	Español	Álvarez Iván c.	Scielo	3cd2006ái	50,00
Manejo de residuos sólidos en un evento turístico fiesta nacional de la uva (rs – Brasil)	2008	3	Colombia	Español	Antonio Gutiérrez gracia	Scielo	3md2008ag	50,00
Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos	2012	3	España	Español	Arzola minerva	Scielo	3pd2012am	50,00
Arte rupestre y turismo comarca andina del paralelo 42, argentina	2005	4	Argentina	Español	Bellelli cristina	Scielo	4ar2005bc	50,00
Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del cusco	2006	3	Cuba	Español	Bondone Carlos a.	Scielo	3ty2006bc	50,00
El ferrocarril transandino y la construcción de la cordillera como espacio social , 1893-1947	2003	3	España	Español	Borges de Carvalho Jésica	Scielo	3ef2003bd	50,00
Reseña de publicaciones	2010	3	México	Español	Brac marcela	Scielo	3rd2010bm	50,00
Resiliencia como emprendedora de la actitud componente de los jóvenes universitarios	2014	3	Colombia	Español	Brunet ignasi pizzi Alejandro	Scielo	3rc2014bi	50,00
Las emociones en el ambiente laboral: un nuevo reto para las organizaciones	2006	3	Argentina	Español	Cáceres carrasco Rafael	Scielo	3le2006cc	50,00
Análisis del sistema regional de ciencia , tecnología e innovación del valle del cauca	2012	4	Colombia	Español	Caicedo Asprilla Henry	Scielo	4ad2012ca	50,00
El grado de acuerdo del sector turístico de bahías de Huatulco (Oaxaca) con las normas de moralidad ambiental del código ético mundial para el turismo	2010	3	México	Español	Carmen Añez h.	Scielo	3eg2010ca	50,00
Innovar aportes teóricos para el estudio de un sistema de innovación	2010	3	Brasil	Español	Carrera Sánchez Karina	Scielo	3ia2010cs	50,00
Emprendimiento e investigación en la escala de la formación profesional y la innovación empresarial en Colombia	2014	3	Colombia	Español	Carvalho karoliny diniz	Scielo	3ee2014ck	50,00

Análisis de los factores asociados a la deserción y graduación estudiantil universitaria	2006	4	Colombia	Español	Castaño Elkin	Scielo	4ad2006ce	50,00
La incidencia del transporte en el desarrollo del turismo del Uruguay: el caso de onda (1935 - 1980)	2010	3	Brasil	Español	Castiblanco suelen Emilia	Scielo	3li2010cs	50,00
Competitividad y turismo sustentable - el caso de aguas de san pedro (san pablo, Brasil)	2006	3	Brasil	Español	Cuervo Álvaro	Scielo	3cy2006cá	50,00
Competitividad y turismo sustentable - el caso de aguas de san pedro (san pablo, Brasil)	2006	3	Brasil	Español	Cuervo Álvaro	Scielo	3cy2006cá	50,00
Institucionalidad venezolana sobre emprendimiento social durante el período 1999 – 2010	2013	3	Chile	Español	Curí Alcides berreta	Scielo	3iv2013ca	50,00
Celestina freinet , la escritura en libertad y el periódico escolar : un modelo de innovación educativa en la primera mitad del siglo 20	2013	3	España	Español	Delgado verde, Miriam	Scielo	3cf2013dv	50,00
Celestina freinet , la escritura en libertad y el periódico escolar : un modelo de innovación educativa en la primera mitad del siglo 20	2013	3	España	Español	Delgado verde, Miriam	Scielo	3cf2013dv	50,00
Formación empresarial se hereda	2009	3	Colombia	Español	Díaz García cristina	Scielo	3fe2009dg	50,00
Innovación como mecanismo de gestión en ciencia y tecnología	2008	3	Colombia	Español	Díaz yaima	Scielo	3ic208dy	50,00
Cambios en las herramientas pedagógicas. Videos de casos sobre emprendimientos innovadores locales	2010	4	Colombia	Español	Dioni elche hortelano	Scielo	4ce2010de	50,00
Bioética emprendimiento e innovación en el contexto latinoamericano	2014	4	Colombia	Español	Domínguez sosa Octavio Ernesto	Scielo	4be2014ds	50,00
Capacidad de absorción en operadores turísticos: estructura y determinantes del éxito en marketing y en la innovación	2012	4	Venezuela	Español	Elche hortelano Dioni	Scielo	4cd2012eh	50,00
Relación tecnológica en los acuerdos de cooperación empresarial y generación de innovaciones	2010	3	México	Español	Endere maria luz	Scielo	3rt2010em	50,00
Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas : sus características en el sector turismo	2016	3	Colombia	Español	Enrique Javier Díez Gutiérrez	Scielo	3ce2016ej	50,00

Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas : sus características en el sector turismo	2016	3	Colombia	Español	Enrique Javier Díez Gutiérrez	Scielo	3ce2016ej	50,00
Propuesta de intervención psicosocial en autodeterminación, habilidades sociales y capacidad emprendedora: contribución desde la psicología a la integración de mujeres microempresarias con discapacidad cognitiva	2013	3	Ecuador	Español	Escalona Ulloa miguel	Scielo	3pd2013eu	50,00
Experiencias de crisis por desastres en los negocios turísticos : ni se aprende, ni se prepara	2014	3	Chile	Español	Fernández evelina cardet	Scielo	3ed2014fe	50,00
Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento	2003	3	México	Español	Fernández Sánchez Néstor	Scielo	3pd2003fs	45,00
El rol de la innovación en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida.	2014	3	Venezuela	Español	Formichella maría marta	Scielo	3er2014fm	45,00
La construcción de la categoría de emprendimiento femenino	2012	3	Colombia	Español	García bismania	Scielo	3lc2012gb	45,00
Los títulos de administración de empresas adaptados al eees en España forman directivos emprendedores?	2014	4	Argentina	Español	García cabrera Antonia mercedes	Scielo	4lt2014gc	45,00
Calidad de vida y derechos de la infancia: un desafío presente	2012	4	Colombia	Español	García Gustavo Adolfo	Scielo	4cd2012gg	45,00
Caminos e historias de la tierra cafetera – la unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial del turismo cultural	2015	3	Colombia	Español	García Villaverde	Scielo	3ce2015gv	45,00
Caminos e historias de la tierra cafetera – la unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial del turismo cultural	2015	3	Colombia	Español	García Villaverde	Scielo	3ce2015gv	45,00
Balanced score card para extraer conocimiento de la tecnología	2011	4	México	Español	Germán Darío valencia Agudelo	Scielo	4bs2011gd	45,00
Aportes teóricos para el estudio de un sistema de innovación	2013	5	Venezuela	Español	Giovanni Arturo López Isaza	Scielo	5at2013ga	45,00
Innovación: lo social le es inmanente	2014	3	Brasil	Español	Gómez Aguilar m	Scielo	3il2014ga	45,00

El fenómeno emprendedor y la convergencia norte-sur en Europa: evidencias del observatorio gem	2013	3	España	Español	Gómez Ceballos glicería	Scielo	3ef2013gc	40,00
Complejos turísticos residenciales: análisis del crecimiento del turismo residencial en el mediterráneo español y en el litoral nordestino (Brasil) y su impacto socio ambiental	2011	3	Brasil	Español	González Monteagudo José	Scielo	3ct2011gm	40,00
Complejos turísticos residenciales: análisis del crecimiento del turismo residencial en el mediterráneo español y en el litoral nordestino (Brasil) y su impacto socio ambiental	2011	3	Brasil	Español	González Monteagudo José	Scielo	3ct2011gm	35,00
Apoyo estructural en la intención emprendedora de estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual en España	2015	4	España	Español	Guyanés Manuel	Scielo	4ae2015gm	35,00
Turismo urbano, alternativa sustentable para la conservación de las ciudades.	2006	3	Venezuela	Español	Gustavo Adolfo aristizábal h.	Scielo	3tu2006ga	35,00
Integración del emprendimiento en la gestión del conocimiento	2011	3	México	Español	Hernández girón José de la paz	Scielo	3id2011hg	35,00
Competitividad de empresas turísticas: un análisis desde el enfoque sistémico	2013	3	Venezuela	Español	Hernández Javier Martín	Scielo	3cd2013hj	35,00
Competitividad de empresas turísticas: un análisis desde el enfoque sistémico	2013	3	Venezuela	Español	Hernández Javier Martín	Scielo	3cd2013hj	35,00
Fascículo provincial Tungurahua	2010	3	España	Español	Hernández juan Alfredo cabrera	Scielo	3fp2010hj	35,00
La estrategia y el emprendedor: diversas perspectivas para el análisis	2010	3	Colombia	Español	Herrera Echeverri Hernán	Scielo	3le2010he	30,00
La economía global y los emprendimientos sociales.	2013	3	Colombia	Español	Herrera Echeverri Hernán	Scielo	3le2013he	30,00
Experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación	2012	3	Argentina	Español	Hoyêdo nunes lins	Scielo	3ey2012hn	30,00
Caracterización socio territorial de los asentamientos turísticos balnearios del litoral marítimo de la provincia de buenos aires	2010	3	Argentina	Español	Iliana Páez gabriunas	Scielo	3cs2010ip	40,00
Caracterización socio territorial de los asentamientos turísticos balnearios del litoral marítimo de la provincia de buenos aires	2010	3	Argentina	Español	Iliana Páez gabriunas	Scielo	3cs2010ip	40,00



Apoyo al emprendimiento : de la teoría a la práctica	2014	4	Colombia	Español	Isabel gloria	Scielo	4aa2014ig	40,00
Investigación empírica sobre el impacto de la evaluación formativa: revisión de literatura	2012	3	Colombia	Español	Jardón Carlos maría	Scielo	3ie2012jc	40,00
Aprendizaje organizativo, innovación y propensión exportadora	2012	4	Colombia	Español	Joaquín alegre Vidal	Scielo	4ao2012ja	40,00
La ética en la investigación	2008	3	México	Español	José Ruíz navarro	Scielo	3lé2008jr	40,00
Alternativas no tradicionales de desarrollo rural : la ruta del pisco como recurso turístico (valle de Elqui , chile)	2014	4	Chile	Español	Lacoste pablo	Scielo	4an2014lp	40,00
Abordaje teórico-conceptual de la hospitalidad y sus contribuciones a la educación superior en turismo	2011	3	Argentina	Español	Leme sogayar Roberta	Scielo	3at2011ls	40,00
Abordaje teórico-conceptual de la hospitalidad y sus contribuciones a la educación superior en turismo	2011	3	Argentina	Español	Leme sogayar Roberta	Scielo	3at2011ls	60,00
Servicio, ambiente y calidad de restaurantes en Bogotá. Estudio comparativo de empresa familiar y empresa no familiar	2014	3	Brasil	Español	Lemos clara c	Scielo	3sa2014lc	60,00
Aportes teóricos para la gestión y política de innovación en función de la ciudadanía	2013	4	Colombia	Español	López Isaza Giovanni Arturo	Scielo	4at2013li	60,00
La fenomenología y el emprendimiento	2016	3	España	Español	Loreley patricia mejía González	Scielo	3lflp	60,00
Construyendo una cultura de innovación. Una propuesta de transformación cultural	2015	3	Colombia	Español	Lucero maría	Scielo	3cu2015lm	60,00
Construyendo una cultura de innovación. Una propuesta de transformación cultural	2015	3	Colombia	Español	Lucero maría	Scielo	3cu2015lm	60,00
Bonding capital , explotación de conocimiento e innovación incremental en los clúster de turismo cultural: las ciudades patrimonio de la humanidad en España	2015	4	España	Español	Lucrecia López	Scielo	4bc2015ll	60,00

Argentina sistema de información científica segunda encuesta argentina de innovación ( 1998 / 2001 ). Resultados e implicancias metodológicas *	2004	4	Argentina	Español	Lugones Gustavo	Scielo	4as2004lg	60,00
El proceso de internacionalización de empresas	2009	3	México	Español	Macías Macías Alejandro	Scielo	3ep2009mm	60,00
Productividad de la innovación a través del emprendimiento corporativo	2012	3	Venezuela	Español	Mancilla Claudio	Scielo	3pd2012mc	60,00
Vino turismo e innovación : las rutas del vino de España , una estrategia integrada de desarrollo rural	2011	3	Cuba	Español	Margarita Barreto	Scielo	3vt2011mb	60,00
Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento	2015	3	Colombia	Español	Marín gloria Jiménez	Scielo	3iu2015mg	70,00
Reflexión antropológica sobre el turismo indígena	2015	3	Argentina	Español	Marrero Marrero Manuel	Scielo	3ra2015mm	70,00
La cultura de las empresas familiares turísticas mexicanas y su influencia en la gestión estratégica	2011	3	Argentina	Español	Martínez rizo Felipe	Scielo	3lc2011mr	70,00
La cultura del emprendimiento: educar en el capitalismo	2014	3	Cuba	Español	Martínez rizo Felipe	Scielo	3lc2014mr	70,00
Una lectura de género de las medidas fiscales en España a favor del emprendimiento. ¿una nueva oportunidad perdida?	2015	3	España	Español	Martínez Román juan a.	Scielo	3ul2015mr	70,00
Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor	2014	4	Colombia	Español	Marulanda flor	Scielo	4at2014mf	70,00
Turismo y visitas a las áreas protegidas: breve referencia al Portugal continental	2011	3	España	Español	Marulanda valencia flor Ángela	Scielo	3ty2011mv	70,00
Redes e innovación cooperativa	2004	3	México	Español	Marzo navarro mercedes	Scielo	3re2004mn	70,00

Grandes proyectos turísticos na sabana brasileira: o modelo Disney no rio quinte resorts. (portugués)	2011	3	Colombia	Español	Masi Sergio duarte	Scielo	3gp2011ms	70,00
Caracterización de la demanda turística en un destino de intereses especiales : caso caleta tortel ( chile )	2010	3	Chile	Español	Melorose, j.	Scielo	3cd2010mj	70,00
Caracterización de la demanda turística en un destino de intereses especiales : caso caleta tortel ( chile )	2010	3	Chile	Español	Melorose, j.	Scielo	3cd2010mj	70,00
Bonding capital , explotación de conocimiento e innovación incremental en los clúster de turismo cultural: las ciudades patrimonio de la humanidad en España	2015	5	España	Español	Méndez García Fernando	Scielo	5bc2015mg	70,00
Benchmarking y su aplicación en turismo	2010	4	España	Español	Méndez García Fernando	Scielo	4by2010mg	65,00
Sistema integrado de gestión para empresas turísticas	2008	3	Argentina	Español	Mercedes Ayuso García	Scielo	3si2008ma	65,00
Capital humano, redes externas e innovación en la industria colombiana.	2012	5	Colombia	Español	Mieles maría dilia	Scielo	5ch2012mm	65,00
Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica	2014	3	España	Español	Ministerio de turismo del ecuador	Scielo	3rt2014md	65,00
El turismo en la dinámica territorial ¿lógica global, desarrollo local?	2011	3	Brasil	Español	Molina Sánchez Rubén	Scielo	3et2011ms	65,00
Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación en Latinoamérica	2012	3	Colombia	Español	Montero davinia palomares	Scielo	3fd2012md	65,00
Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial : casos del oriente de Antioquia ( Colombia )	2014	3	Colombia	Español	Mora Pabón Ricardo	Scielo	3fd2014mp	65,00

Gestión y liderazgos en los emprendimientos sociales: el caso del sector no lucrativo chileno.	2012	3	España	Español	Morales gualdrón Silvia teresa	Scielo	3gy2012mg	65,00
La inestabilidad del mercado turístico: desde la perspectiva de una agencia de viajes brasileña	2007	3	Venezuela	Español	Moreno Castiblanco	Scielo	3li2007mc	65,00
Gestión de crisis en el turismo: la cara emergente de la sostenibilidad	2010	3	Colombia	Español	Moya Virginia simón	Scielo	3gd2010mv	65,00
Cooperación y competencia como antecedentes de la innovación de producto. Aplican las empresas nuevas y establecidas una lógica diferenciada	2013	4	Brasil	Español	Narvéez mercy lullí	Scielo	4cy2013nm	60,00
El turismo y la transformación del paisaje natural	2015	3	México	Español	Nodar filgueiras	Scielo	3et2015nf	55,00
Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura	2009	3	España	Español	Norman Maldonado	Scielo	3is2009nm	55,00
Conformación de la expectativa de formalización de la microempresa marginada en México	2011	3	México	Español	Núñez Fernanda	Scielo	3cd2011nf	55,00
Conformación de la expectativa de formalización de la microempresa marginada en México	2011	3	México	Español	Núñez Fernanda	Scielo	3cd2011nf	55,00
Análisis comparativo de la producción - demanda del café en el mercado internacional (1980-2003)	2004	3	Venezuela	Español	Ortiz Ceballos Gustavo	Scielo	3ac2004oc	55,00
Análisis comparativo de la producción - demanda del café en el mercado internacional (1980-2003)	2004	3	Venezuela	Español	Ortiz Ceballos Gustavo	Scielo	3ac2004oc	55,00
La gestión del conocimiento como fuente de innovación	2007	3	Ecuador	Español	Ospina zapata Carlos Mario	Scielo	3lg2007oz	45,00
Carta del director número 33 universidad business review	2012	4	España	Español	Páez gabriunas, Iliana	Scielo	4cd2012pg	50,00

Innovación y gestión de la tecnología de firmas industriales de entre ríos, argentina	2010	3	Colombia	Español	Paniagua Rojano	Scielo	3iy2010pr	50,00
Capital humano, redes externas e innovación en la industria colombiana.	2012	4	Colombia	Español	Pedraza aura Cecilia -	Scielo	4ch2012pa	50,00
Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino	2008	3	Ecuador	Español	Pedro guedes de Carvalho	Scielo	3ur2008pg	70,00
Sostenibilidad corporativa y capacidades de	2012	3	Colombia	Español	Poblete toloza Yohana del pilar	Scielo	3sc2012pt	50,00
Análisis del marco económico- jurídico específico para los emprendedores sociales . Un estudio comparado entre diversos países	2014	4	España	Español	Priede Tiziano	Scielo	4ad2014pt	45,00
Autoempleo y emprendimiento. Una hipótesis de trabajo para explicar una de las estrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado	2012	4	Colombia	Español	Puchet anyul Martín	Scielo	4ay2012pa	50,00
Como hacer una tesis en bachillerato	2015	3	España	Español	Pulgarín molina Sergio Andrés	Scielo	3ch2015pm	30,00
Como hacer una tesis en bachillerato	2015	3	España	Español	Pulgarín molina Sergio Andrés	Scielo	3ch2015pm	30,00
Turismo y competitividad en Venezuela: una aproximación a la situación actual venezolana	2006	3	Argentina	Español	Restrepo baena Oscar Jaime	Scielo	3ty2006rb	65,00
Turismo sustentable como herramienta de competitividad en chile	2014	3	México	Español	Rico marco Quijano	Scielo	3ts2014rm	65,00
Como analizar datos cualitativos	2006	3	España	Español	Riquelme Carlos	Scielo	3ca2006rc	65,00
Como analizar datos cualitativos	2006	3	España	Español	Riquelme Carlos	Scielo	3ca2006rc	65,00
Gestión de las empresas turísticas la representación de las mujeres en Blumenau – SC, Brasil	2011	3	España	Español	Rodríguez toubes diego	Scielo	3gd2011rt	65,00
El proceso de innovación entre los campesinos de valle de Santiago en el periodo 1998-2008	2011	3	México	Español	Román Ruth esperanza	Scielo	3ep2011rr	65,00

El turismo cultural ¿un negocio responsable?	2008	3	España	Español	Romero Doris castillo	Scielo	3et2008rd	60,00
Factores determinantes en el éxito del desarrollo del nuevo servicio	2014	3	Colombia	Español	Ruiz ballesteros esteban	Scielo	3fd2014rb	70,00
Balanced score card para extraer conocimiento de la tecnología	2011	5	España	Español	Ruiz Nápoles pablo	Scielo	5bs2011rn	70,00
El talento humano y la innovación empresarial en el contexto de las redes empresariales: el clúster de prendas de vestir en caldas - Colombia	2011	3	Colombia	Español	Salazar Carvajal pedro f.	Scielo	3et2011sc	70,00
Turismo, patrimonio y territorio: una discusión de sus relaciones a partir de casos de argentina	2006	3	Cuba	Español	Salleras lucila	Scielo	3tp2006sl	70,00
La construcción del turismo en nuevos destinos: luces y sombras. El caso de la rioja (España)	2015	3	Chile	Español	Sanabria Rangel pedro Emilio	Scielo	3lc2015sr	70,00
La formación de emprendedores en la escuela y su repercusión en el ámbito personal. Una investigación narrativa centrada en el programa eme	2014	3	Brasil	Español	San clemente telez, juan Carlos	Scielo	3lf2014st	70,00
Género, turismo y exportación: ¿llamando a la plata en el Perú?	2007	3	Argentina	Español	Sarrate maría luisa	Scielo	3gt2007sm	70,00
Aspectos económico institucionales del marco regulatorio mexicano del sistema nacional de innovación	2008	3	Argentina	Español	Scheinsohn Vivian	Scielo	3ae2008sv	70,00
Aspectos económico institucionales del marco regulatorio mexicano del sistema nacional de innovación	2008	3	Argentina	Español	Scheinsohn Vivian	Scielo	3ae2008sv	70,00
La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico	2007	3	Brasil	Español	Scott Thomas	Scielo	3lg2007st	65,00

Reseña de publicaciones especializadas	2010	3	Venezuela	Español	Sepúlveda calderón maría del pilar	Scielo	3rd2010sc	60,00
Cuáles y cuántas empresas del gam tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas?	2008	5	Costa rica	Español	Simón Argüello robles	Scielo	5cy2008sa	70,00
Sostenibilidad corporativa y capacidades de innovación: una aproximación al aprovechamiento de los recursos naturales.	2012	3	Colombia	Español	Testa pablo	Scielo	3sc2012tp	60,00
Formación en emprendimiento para periodistas	2014	3	Argentina	Español	Velasco balmaseda e.	Scielo	3fe2014vb	70,00
El turismo en los pueblos rurales de argentina ¿es la gastronomía una opción de desarrollo?	2010	3	Argentina	Español	Veliz José	Scielo	3et2010vj	70,00
El turismo rural como estrategia de dinamización territorial. El caso del sudoeste bonaerense	2012	3	Argentina	Español	Veliz, José	Scielo	3et2012vj	70,00
Gestión económica vinculada con la innovación y adquisición de tecnológica en los emprendimientos emergentes de negocio tipo pyme	2010	3	México	Español	Yrigoyen José Isaac	Scielo	3ge2010yj	60,00

Fuente: Elaboración Propia

<b>5.1.4. Coordinación de mercados</b>								
<b>Nombre artículo</b>	<b>Año</b>	<b>Pon</b>	<b>País</b>	<b>Idioma</b>	<b>Autor</b>	<b>Base datos</b>	<b>Código</b>	<b>Rel</b>
Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento	2003	3	México	Español	Fernández Sánchez Néstor	Scielo	3Pd2003FS	70,00
Las emociones en el ambiente laboral: un nuevo reto para las organizaciones	2006	3	Argentina	Español	Cáceres Carrasco Rafael	Scielo	3Le2006CC	70,00
La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico	2007	3	Brasil	Español	Schott Thomas	Scielo	3Lg2007ST	70,00
La gestión del conocimiento como fuente de innovación	2007	3	Ecuador	Español	Ospina Zapata Carlos Mario	Scielo	3Lg2007OZ	70,00
La inestabilidad del mercado turístico: desde la perspectiva de una agencia de viajes brasileña	2007	3	Venezuela	Español	Moreno Castiblanco	Scielo	3Li2007MC	70,00
Manejo de residuos sólidos en un evento turístico fiesta nacional de la uva (rs – Brasil)	2008	3	Colombia	Español	Antonio Gutiérrez Gracia	Scielo	3Md2008AG	70,00
La ética en la investigación	2008	3	México	Español	José Ruiz Navarro	Scielo	3Lé2008JR	70,00
Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura	2009	3	España	Español	Norman Maldonado	Scielo	3Is2009NM	65,00
Innovar aportes teóricos para el estudio de un sistema de innovación	2010	3	Brasil	Español	Carrera Sánchez Karina	Scielo	3Ia2010CS	65,00
La incidencia del transporte en el desarrollo del turismo del Uruguay: el caso de onda (1935 - 1980)	2010	3	Brasil	Español	Castiblanco Suelen Emilia	Scielo	3Li2010CS	65,00
La estrategia y el emprendedor: diversas perspectivas para el análisis	2010	3	Colombia	Español	Herrera Echeverri Hernán	Scielo	3Le2010HE	65,00
La cultura de las empresas familiares turísticas mexicanas y su influencia en la gestión estratégica	2011	3	Argentina	Español	Martínez Rizo Felipe	Scielo	3Lc2011MR	65,00
Integración del emprendimiento en la gestión del conocimiento	2011	3	México	Español	Hernández Girón José De La Paz	Scielo	3Id2011HG	65,00
Investigación empírica sobre el impacto de la evaluación formativa: revisión de literatura	2012	3	Colombia	Español	Jardón Carlos María	Scielo	3Ie2012JC	60,00
La construcción de la categoría de emprendimiento femenino	2012	3	Colombia	Español	García Bismania	Scielo	3Lc2012GB	60,00



Productividad de la innovación a través del emprendimiento corporativo	2012	3	Venezuela	Español	Mancilla Claudio	Scielo	3Pd2012MC	60,00
Institucionalidad venezolana sobre emprendimiento social durante el período 1999 – 2010	2013	3	Chile	Español	Curí Alcides Beretta	Scielo	3Iv2013CA	60,00
La economía global y los emprendimientos sociales.	2013	3	Colombia	Español	Herrera Echeverri Hernán	Scielo	3Le2013HE	60,00
El fenómeno emprendedor y la convergencia norte-sur en Europa: evidencias del observatorio gem	2013	3	España	Español	Gómez Ceballos Glicería	Scielo	3Ef2013GC	60,00
La formación de emprendedores en la escuela y su repercusión en el ámbito personal. Una investigación narrativa centrada en el programa eme	2014	3	Brasil	Español	San clemente Telez, Juan Carlos	Scielo	3Lf2014ST	55,00
La cultura del emprendimiento: educar en el capitalismo	2014	3	Cuba	Español	Martínez Rizo Felipe	Scielo	3Lc2014MR	55,00
La construcción del turismo en nuevos destinos: luces y sombras. El caso de la rioja (España)	2015	3	Chile	Español	Sanabria Rangel Pedro Emilio	Scielo	3Lc2015SR	55,00
Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento	2015	3	Colombia	Español	Marín Gloria Jiménez	Scielo	3Iu2015MG	55,00
La fenomenología y el emprendimiento	2015	3	España	Español	Loreley Patricia Mejía González	Scielo	3LflP	55,00
La zonificación turística en áreas protegidas: caso Patagonia andina-argentina	2005	4	Colombia	Español	González Bãñales Dora Luz	Scielo	4Lz2005GB	55,00
Micro emprendimientos de jóvenes en situación de vulnerabilización social : el difícil tránsito hacia la autonomía	2005	4	Colombia	Español	Feldman Lya	Scielo	4Me2005FL	55,00
Manual práctico de operaciones financieras	2006	4	México	Español	Rodríguez Carlos Alberto	Scielo	4Mp2006RC	55,00
Las dimensiones del emprendimiento empresarial la experiencia de los programas cultura e y fondo emprender en Medellín	2008	4	Brasil	Español	Santocildes Marta Enciso	Scielo	4Ld2008SM	55,00
La conexión entre el emprendimiento y la política pública: bien ajustada en los países desarrollados, pero suelta en los países en desarrollo	2008	4	Colombia	Español	López Isaza Arturo Giovanni	Scielo	4Lc2008LI	55,00

La construcción de la cultura para el consumo en el caso de nuevo Perú	2008	4	Colombia	Español	Erwin Max Malinowski Stuardo	Scielo	4Lc2008EM	55,00
Los sentidos del trabajo para sujetos inseridos en "emprendimientos solidarios"	2008	4	Colombia	Español	Jaidier Vega Jurado,	Scielo	4Ls2008JV	50,00
La innovación como fuente de oportunidades empresariales	2008	4	España	Español	Santos Francisco J	Scielo	4Li2008SF	50,00
La innovación tecnológica en el contexto de los clúster regionales	2008	4	España	Español	Orrego Clara Inés	Scielo	4Li2008OC	50,00
La innovación de tipo organizacional en las empresas manufactureras de Cartagena	2008	4	México	Español	Aagaard Hansen Y Johansen	Scielo	4Li2008AH	50,00
La colonización antioqueña, el emprendimiento y su aporte a la competitividad regional y nacional	2009	4	Argentina	Español	Lepratte L.	Scielo	4Lc2009LL	50,00
Las movilidades del turismo y las migraciones de amenidad: problemáticas y contradicciones en el desarrollo de centros turísticos de montaña	2009	4	Argentina	Español	Barbosa De Sousa Bruno Miguel	Scielo	4Lm2009 B	50,00
Innovación tecnológica, sistemas y técnicas utilizadas en la i+d por los proveedores directos en Cataluña de los fabricantes de automóviles	2009	4	España	Español	Malaver Rodríguez Florentino	Scielo	4It2009MR	50,00
La inexistencia del derecho turístico: un análisis conceptual	2009	4	España	Español	Chaparro Ortiz De Zevallos Anahí	Scielo	4Li2009CO	50,00
La relación entre las estrategias de innovación: coexistencia o complementariedad	2009	4	México	Español	Campodónico Rossana	Scielo	4Lr2009CR	50,00
La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia - Francia	2009	4	México	Español	Godoy Trigo Luis Gonzaga	Scielo	4Ls2009GT	50,00
La teoría de la segmentación del mercado de trabajo: enfoques, situación actual y perspectivas de futuro	2010	4	Venezuela	Español	Monterrubio Juan Carlos	Scielo	4Lt2010MJ	50,00
Método cepces para la evaluación del potencial emprendedor	2011	4	Colombia	Español	Gonzales E.	Scielo	4Mc2011GE	50,00
Los emprendimientos turísticos y sus efectos el caso hotel-casino en victoria, entre ríos, argentina	2011	4	México	Español	De Oliveira Arruda Diego	Scielo	4Le2011DO	50,00

La iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social y su vinculación con la economía social: una aproximación a su delimitación conceptual.	2012	4	Argentina	Español	Enrique Javier Díez Gutiérrez	Scielo	4Li2012EJ	50,00
La alianza universidad-empresa-estado y los procesos de i+d: una mirada al caso antioqueño	2012	4	Chile	Español	Llorente Galera F.	Scielo	4La2012LG	50,00
La innovación de los procesos diferenciación en los servicios turísticos	2012	4	Venezuela	Español	Osorio Fabián.	Scielo	4Li2012OF	50,00
La construcción de la categoría de emprendimiento femenino	2013	4	Argentina	Español	Quintero Campos Luz Jeannette	Scielo	4Lc2013QC	50,00
La relación entre la economía solidaria y el desarrollo local un estudio de caso volcado a los emprendimientos solidarios del turismo brasileño	2013	4	Argentina	Español	Nofal Nagles G.	Scielo	4Lr2013NN	50,00
Las consecuencias de la utilización de análisis de valor en diseños de construcción de centros comerciales	2013	4	España	Español	Rodenes Adam Manuel	Scielo	4Lc2013RA	50,00
Métodos de valoración de nuevos emprendimientos	2013	4	México	Español	Cardona Marleny	Scielo	4Md2013CM	50,00
Las tensiones socio-espaciales a partir de la declaración de patrimonio de la humanidad y el incremento del turismo en las provincias de salta y Jujuy de la república de argentina	2013	4	Venezuela	Español	Libedinsky Marta	Scielo	4Lt2013LM	50,00
Mejorar la formación en creatividad como antecedente del emprendimiento . Una experiencia de evaluación en la universidad de Cantabria improving training in creativity as a background to entrepreneurship . An assessment experience at the university of can	2013	4	Venezuela	Español	Boschi Ana M.	Scielo	4MI2013BA	50,00
Los cuellos de botella del desarrollo endógeno territorial, desde la perspectiva del sistema de ciencia, tecnología e innovación en Colombia	2014	4	Colombia	Español	María Cristina Alcántara	Scielo	4Lc2014MC	45,00
La calidad de las ofertas turísticas en el departamento de la guajira-Colombia 1	2014	4	Costa rica	Español	Pietroboni R.	Scielo	4Lc2014PR	45,00

La constitución de la subjetividad en la educación contable: del proceso implícito a la visibilización de sus impactos	2014	4	España	Español	Gustavo Adolfo Aristizábal H.	Scielo	4Lc2014GA	45,00
La ley de emprendedores y la creación de empresas: una visión desde el observatorio gem	2014	4	España	Español	Bernal Guerrero Antonio	Scielo	4Li2014BG	35,00
Medición del valor del capital intelectual	2001	5	Colombia	Español	Fernández Huerga Eduardo	Scielo	5Md2001FH	35,00
Patrimonio arqueológico en Argentina. Panorama actual y perspectivas futuras.	2001	5	Cuba	Español	Miguel Luis	Scielo	5Pa2001ML	35,00
La patrimonialización de la gastronomía venezolana como estrategia de desarrollo turístico	2005	5	México	Español	Petit Torres Elsa Emilia	Scielo	5Lp2005PT	35,00
Sistema regional de innovación como mecanismo de gestión en ciencia y tecnología. Caso de estudio: estado Mérida	2006	5	México	Español	Juárez Bernardy Regis	Scielo	5Sr2006JB	35,00
Opciones de financiamiento para las actividades de i+d+i en las pyme del estado bolívar	2008	5	España	Español	Ignacio Haya Salmón	Scielo	5Od2008IH	35,00
Sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación en Venezuela	2009	5	Argentina	Español	Gómez Ceballos Glicería	Scielo	5Sn2009GC	35,00
Opciones de financiamiento para las actividades de i+d+i en las pyme del estado bolívar	2009	5	Ecuador	Español	González Ortiz Roberto	Scielo	5Od2009GO	35,00
Percepción del crecimiento y la diversificación en emprendimientos bogotanos: para reflexionar.	2009	5	España	Español	Alexandre Meira De Vasconcelos	Scielo	5Pd2009AM	35,00
Naturaleza y tendencias de la ciencia, tecnología e innovación (cti) en América Latina y el Caribe un análisis crítico al modelo institucional colombiano	2009	5	Venezuela	Español	Barba Enric	Scielo	5Ny2009BE	35,00
Orientación hacia el desarrollo del turismo del vino de las webs de las bodegas de la Rioja y Aragón (España)	2010	5	España	Español	Escobar Jenny Moscoso	Scielo	5Oh2010EJ	35,00
Tipología de la innovación y perfiles empresariales. Una aplicación empírica	2010	5	Venezuela	Español	Anaida Meléndez	Scielo	5Td2010AM	35,00

Los cuellos de botella del desarrollo endógeno territorial, desde la perspectiva del sistema de ciencia, tecnología e innovación en Colombia	2011	5	Colombia	Español	Ruiz Navarro José	Scielo	5Lc2011RN	35,00
Objetivos de aprendizaje ¿qué es un objetivo?, ¿cómo se redacta un objetivo? (resumen)	2011	5	Colombia	Español	Blanco Richart Enrique R.	Scielo	5Od2011BR	35,00
Patrimonio cultural y turismo emergente. Villa Guillermina, de pueblo obrero a nuevo destino turístico. Un estudio de caso	2011	5	España	Español	Alexandre Meira De Vasconcelos	Scielo	5Pc2011AM	35,00
Los 10 tipos de innovación. El ejemplo de red Bull	2012	5	Colombia	Español	Clemencia Julia	Scielo	5L12012CJ	35,00
Parque natural recreativo canimao. Propuesta para un producto turístico.	2014	5	Ecuador	Español	Fernández Ana M.	Scielo	5Pn2014FA	35,00
Las sociedades por acciones simplificadas entre la flexibilidad societaria y la formalización del emprendimiento empresarial.	2014	5	México	Español	Carlos Luis	Scielo	5Ls2014CL	35,00
Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento.	2014	5	México	Español	Pereiro Pérez Xerardo	Scielo	5Tm2014PP	35,00
Productividad de la innovación a través del emprendimiento corporativo	2015	5	España	Español	Eduardo Carlos	Scielo	5Pd2015EC	35,00
Publicaciones periódicas más importantes (revistas científicas o journals)	2015	5	España	Español	Hurtado Eliu	Scielo	5Pp2015HE	35,00

### 5.1.5. Naturaleza Del Capital

Nombre Artículo	Año	V.E	País	Idioma	Autor	Base datos	Código	Relevancia
Redes e innovación cooperativa	2004	3	México	Español	Marzo Navarro Mercedes	Scielo	3Re2004MN	70,00
Análisis comparativo de la producción - demanda del café en el mercado internacional (1980-2003)	2004	3	Colombia	Español	Ortiz Ceballos Gustavo	Scielo	3Ac2004OC	70,00
Turismo y competitividad en Venezuela: una aproximación a la situación actual venezolana	2006	3	Argentina	Español	Restrepo Baena Oscar Jaime	Scielo	3Ty2006RB	70,00
Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del cusco	2006	3	Cuba	Español	Bondone Carlos A.	Scielo	3Ty2006BC	65,00
Turismo, patrimonio y territorio: una discusión de sus relaciones a partir de casos de argentina	2006	3	Cuba	Español	Salleras Lucila	Scielo	3Tp2006SL	65,00
Turismo urbano, alternativa sustentable para la conservación de las ciudades.	2006	3	Venezuela	Español	Gustavo Adolfo Aristizábal H.	Scielo	3Tu2006GA	65,00
Innovación como mecanismo de gestión en ciencia y tecnología	2008	3	Colombia	Español	Díaz Yaima	Scielo	3Ic208DY	65,00
Aspectos económico institucionales del marco regulatorio mexicano del sistema nacional de innovación	2008	3	Argentina	Español	Scheinsohn Vivian	Scielo	3Ae2008SV	65,00
Sistema integrado de gestión para empresas turísticas	2008	3	Argentina	Español	Mercedes Ayuso García	Scielo	3Si2008MA	65,00
Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino	2008	3	Ecuador	Español	Pedro Guedes De Carvalho	Scielo	3Ur2008PG	65,00
Turismo de transformación ecoturismo en reservas de la biosfera dentro del marco de la economía de la experiencia	2010	3	Colombia	Español	Alba Ligia López Rodríguez	Scielo	3Td2010AL	65,00
Relación tecnológica en los acuerdos de cooperación empresarial y generación de innovaciones	2010	3	México	Español	Endere María Luz	Scielo	3Rt2010EM	65,00

Reseña de publicaciones	2010	3	México	Español	Brac Marcela	Scielo	3Rd2010BM	65,00
Reseña de publicaciones especializadas	2010	3	Venezuela	Español	Sepúlveda Calderón María Del Pilar	Scielo	3Rd2010SC	60,00
Abordaje teórico-conceptual de la hospitalidad y sus contribuciones a la educación superior en turismo	2011	3	Argentina	Español	Leme Sogayar Roberta	Scielo	3At2011LS	60,00
Vino turismo e innovación : las rutas del vino de España , una estrategia integrada de desarrollo rural	2011	3	Cuba	Español	Margarita Barreto	Scielo	3Vt2011MB	60,00
Turismo y visitas a las áreas protegidas: breve referencia al Portugal continental	2011	3	España	Español	Marulanda Valencia Flor Ángela	Scielo	3Ty2011MV	60,00
Sostenibilidad corporativa y capacidades de	2012	3	Colombia	Español	Poblete Toloza Yohana Del Pilar	Scielo	3Sc2012PT	60,00
Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos	2012	3	España	Español	Arzola Minerva	Scielo	3Pd2012AM	60,00
Propuesta de intervención psicosocial en autodeterminación, habilidades sociales y capacidad emprendedora: contribución desde la psicología a la integración de mujeres microempresarias con discapacidad cognitiva	2013	3	Ecuador	Español	Escalona Ulloa Miguel	Scielo	3Pd2013EU	60,00
Servicio, ambiente y calidad de restaurantes en Bogotá. Estudio comparativo de empresa familiar y empresa no familiar	2014	3	Brasil	Español	Lemos Clara C	Scielo	3Sa2014LC	60,00
Resiliencia como emprendedora de la actitud componente de los jóvenes universitarios	2014	3	Colombia	Español	Brunet Ignasi Pizzi Alejandro	Scielo	3Rc2014BI	60,00
Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica	2014	3	España	Español	Ministerio De Turismo Del Ecuador	Scielo	3Rt2014MD	60,00
Turismo sustentable como herramienta de competitividad en Chile	2014	3	México	Español	Rico Marco Quijano	Scielo	3Ts2014RM	60,00
Reflexión antropológica sobre el turismo indígena	2015	3	Argentina	Español	Marrero Marrero Manuel	Scielo	3Ra2015MM	60,00
Una lectura de género de las medidas fiscales en España a favor del emprendimiento. ¿una nueva oportunidad perdida?	2015	3	España	Español	Martínez Román Juan A.	Scielo	3UI2015MR	60,00

Nuevos enfoques de eficiencia, productividad y calidad en la teoría de gestión	2002	4	Cuba	Español	Coutinho María Chalfin	Scielo	4Ne2002CM	55,00
Turismo cultural, culturas turísticas	2003	4	Colombia	Español	Marín Aramis	Scielo	4Tc2003MA	55,00
Argentina sistema de información científica segunda encuesta argentina de innovación ( 1998 / 2001 ). Resultados e implicancias metodológicas *	2004	4	Argentina	Español	Lugones Gustavo	Scielo	4As2004LG	55,00
Política de innovación y desarrollo tecnológico en España en el contexto del espacio europeo de la investigación	2004	4	Colombia	Español	Argel Fuentes Giovanni Carlos	Scielo	4Pd2004AF	55,00
Arte rupestre y turismo comarca andina del paralelo 42, argentina	2005	4	Argentina	Español	Bellelli Cristina	Scielo	4Ar2005BC	55,00
Análisis de los factores asociados a la deserción y graduación estudiantil universitaria	2006	4	Colombia	Español	Castaño Elkin	Scielo	4Ad2006CE	55,00
Nivel de emprendimiento en la agroindustria rural del estado falcón, Venezuela	2008	4	Argentina	Español	Cardona Martha Nubia	Scielo	4Nd2008CM	55,00
Modelo para la evaluación de la efectividad de la tecnología informática en el entorno empresarial a model for assessing information technology effectiveness in the business environment	2008	4	Colombia	Español	Soto Julián Ricardo Rodríguez	Scielo	4Mp2008SJ	55,00
Innovación y perfiles empresariales. Una aplicación empírica	2008	4	Venezuela	Español	Ruíz Tomás Fontaines	Scielo	4Iy2008RT	55,00
Tecnológicas aplicada a empresas del sector agroindustrial methodology to measure technological innovation	2009	4	Argentina	Español	Díaz Yaima	Scielo	4Ta2009DY	55,00
Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial	2009	4	Brasil	Español	Piñeiro Carreras Julia	Scielo	4Np2009PC	55,00
Turismo e identidad de resistencia: la oposición local a proyectos turísticos en el parque nacional nevado de Toluca, México	2009	4	Colombia	Español	Rincón Castillo Élitia Luisa	Scielo	4Te2009RC	55,00
Turismo de práctica deportiva : un segmento do mercado do turismo deportivo	2009	4	México	Español	Betancourt Ramírez José Bernardo	Scielo	4Td2009BR	55,00



Plan integral de marketing turístico de Ecuador PIMTE 2014	2009	4	Venezuela	Español	Sánchez Flores Susana	Scielo	4Pi2009SF	55,00
Tecnología e innovación en América Latina y el Caribe un análisis crítico al modelo institucional	2010	4	Colombia	Español	Burbano Pedro Pablo	Scielo	4Te2010BP	55,00
Soñar investigar innovar emprender. Animus y corpus en la introducción de la viticultura de calidad	2010	4	Colombia	Español	Castellanos Oscar	Scielo	4Si2010CO	55,00
Turismo en la cuenca del alto Paraguay, Brasil: aspectos positivos y negativos	2010	4	Colombia	Español	Aguilar José	Scielo	4Te2010AJ	55,00
Turismo y culturas originarias en América Latina	2011	4	Brasil	Español	John Wilder Zartha Sossa	Scielo	4Ty2011JW	55,00
Teoría del interés en retrospectiva desde la teoría del tiempo económico	2011	4	Colombia	Español	Bakaikoa Baleren	Scielo	4Td2011BB	55,00
Territorio, turismo y desarrollo sustentable en la quebrada de Humahuaca. Paisaje y naturaleza al servicio de la práctica turística	2011	4	Colombia	Español	Dreher Heuser Donato M.	Scielo	4Tt2011DH	55,00
Balanced score card para extraer conocimiento de la tecnología	2011	4	México	Español	Germán Darío Valencia Agudelo	Scielo	4Bs2011GD	55,00
Procedimientos metodológicos para el desarrollo del turismo de negocios y de intercambio de emprendimientos empresariales	2012	4	Argentina	Español	Ramírez Rodríguez Alfonso	Scielo	4Pm2012RR	55,00
Análisis del sistema regional de ciencia, tecnología e innovación del valle del Cauca	2012	4	Colombia	Español	Caicedo Asprilla Henry	Scielo	4Ad2012CA	55,00
Aprendizaje organizativo, innovación y propensión exportadora	2012	4	Colombia	Español	Joaquín Alegre Vidal	Scielo	4Ao2012JA	55,00
Autoempleo y emprendimiento. Una hipótesis de trabajo para explicar una de las estrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado	2012	4	Colombia	Español	Puchet Anyul Martin	Scielo	4Ay2012PA	55,00
Modelo de zonas objetivo para la tasa de interés de corto plazo	2012	4	Colombia	Español	Adriana Otero,	Scielo	4Md2012AO	55,00
Oferta turística y perfil sociocultural de los empresarios turísticos del borde costero de la Araucanía, Chile.	2012	4	Cuba	Español	Funes Castaño Yolanda	Scielo	4Ot2012FC	55,00

Perspectivas de innovación y cambio técnico en ciencias sociales	2012	4	España	Español	Cristina Sandra	Scielo	4Pd2012CS	55,00
Sostenibilidad corporativa y capacidades de innovación: una aproximación al aprovechamiento de los recursos naturales.	2012	4	México	Español	Jiménez Baños Paulino	Scielo	4Sc2012JB	55,00
Aportes teóricos para la gestión y política de innovación en función de la ciudadanía	2013	4	Colombia	Español	López Isaza Giovanni Arturo	Scielo	4At2013LI	55,00
Migración internacional de retorno y emprendimiento: revisión de la literatura	2013	4	Colombia	Español	Rodrigo González,	Scielo	4Mi2013RG	55,00
Turismo sustentable . Un modelo de planificación	2013	4	Colombia	Español	Damián Simón Javier	Scielo	4Ts2013DS	55,00
Planeamiento do turismo em âmbito federal : uma análise dos instrumentos utilizados e dos investimentos no setor	2013	4	España	Español	Argel Fuentes Giovanni Carlos	Scielo	4Pd2013AF	55,00
Mujeres inmigrantes emprendedoras en el medio rural . Factor para la sostenibilidad económica y social de las áreas rurales de la comunidad valenciana	2013	4	México	Español	Fairstein Catalina	Scielo	4Mi2013FC	55,00
Sistematizando experiencias sobre educación en emprendimiento en escuelas de nivel primaria.	2013	4	Venezuela	Español	Guerrero Maribel	Scielo	4Se2013GM	50,00
Los títulos de administración de empresas adaptados al EEES en España forman directivos emprendedores?	2014	4	Argentina	Español	García Cabrera Antonia Mercedes	Scielo	4Lt2014GC	50,00
Alternativas no tradicionales de desarrollo rural : la ruta del pisco como recurso turístico (valle de Elqui , Chile)	2014	4	Chile	Español	Lacoste Pablo	Scielo	4An2014LP	50,00
Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor	2014	4	Colombia	Español	Marulanda Flor	Scielo	4At2014MF	50,00
Apoyo al emprendimiento : de la teoría a la práctica	2014	4	Colombia	Español	Isabel Gloria	Scielo	4Aa2014IG	50,00
Análisis del marco económico- jurídico específico para los emprendedores sociales . Un estudio comparado entre diversos países	2014	4	España	Español	Priede Tiziana	Scielo	4Ad2014PT	40,00
Nuevos inmigrantes en Chile : los determinantes de su actividad emprendedora	2014	4	España	Español	Pereira Silva Giselle	Scielo	4Ni2014PS	40,00

Modelo integrador para la formación de profesionales de la comunicación en entornos virtuales: preparando emprendedores	2014	4	México	Español	Lía Nakayama	Scielo	4Mi2014LN	40,00
Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos	2014	4	México	Español	Rojas Guardia	Scielo	4Pm2014RG	40,00
Turismo rural y comunidad: impactos socio territoriales en san juan atzingo, México	2014	4	México	Español	Terán Oswaldo	Scielo	4Tr2014TO	40,00
Emprendimiento Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento.	2015	4	Colombia	Español	Quintana García, Cristina	Scielo	4ET2015QG	40,00
Apoyo estructural en la intención emprendedora de estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual en España	2015	4	España	Español	Goyanes Manuel	Scielo	4Ae2015GM	40,00
Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos; el caso de Andalucía - España	2011	5	Colombia	Español	Iván Alonso Montoya Restrepo	Scielo	5Te2011IA	40,00
Una propuesta de medición e incorporación del capital intelectual en la información financiera el caso de unión febre	2012	5	España	Español	Santana Talavera Agustín	Scielo	5Up2012ST	40,00
Un protocolo simple de determinación de mercado objetivo para emprendimientos – método pemo	2014	5	Ecuador	Español	Guzmán Cuevas Joaquín	Scielo	5Up2014GC	40,00

<b>5.1.6. Interés</b>								
<b>Nombre articulo</b>	<b>Año</b>	<b>Pon</b>	<b>País</b>	<b>Idioma</b>	<b>Autor</b>	<b>Base datos</b>	<b>Código</b>	<b>Relevancia</b>
Género, turismo y exportación: ¿llamando a la plata en el Perú?	2007	3	Argentina	Español	Sarrate María Luisa	Scielo	3Gt2007SM	70,00
El turismo cultural ¿un negocio responsable?	2008	3	España	Español	Romero Doris Castillo	Scielo	3Et2008RD	70,00
Formación empresarial se hereda	2009	3	Colombia	Español	Díaz García Cristina	Scielo	3Fe2009DG	70,00

El turismo en los pueblos rurales de argentina ¿es la gastronomía una opción de desarrollo?	2010	3	Argentina	Español	Veliz José	Scielo	3Et2010VJ	70,00
Gestión de crisis en el turismo: la cara emergente de la sostenibilidad	2010	3	Colombia	Español	Moya Virginia Simón	Scielo	3Gd2010MV	70,00
Innovación y gestión de la tecnología de firmas industriales de entre ríos, argentina	2010	3	Colombia	Español	Paniagua Rojano	Scielo	3Iy2010PR	70,00
Fascículo provincial Tungurahua	2010	3	España	Español	Hernández Juan Alfredo Cabrera	Scielo	3Fp2010HJ	70,00
Gestión económica vinculada con la innovación y adquisición de tecnológica en los emprendimientos emergentes de negocio tipo pyme	2010	3	México	Español	Yrigoyen José Issac	Scielo	3Ge2010YJ	65,00
El turismo en la dinámica territorial ¿lógica global, desarrollo local?	2011	3	Brasil	Español	Molina Sánchez Rubén	Scielo	3Et2011MS	65,00
Grandes proyectos turísticos na savana brasileira: o modelo Disney no rio quente resorts. (portugués)	2011	3	Colombia	Español	Masi Sergio Duarte	Scielo	3Gp2011MS	65,00
Gestión de las empresas turísticas la representación de las mujeres en blumenau – sc, Brasil	2011	3	España	Español	Rodríguez Toubes Diego	Scielo	3Gd2011RT	65,00
El turismo rural como estrategia de dinamización territorial. El caso del sudoeste bonaerense	2012	3	Argentina	Español	Veliz, José	Scielo	3Et2012VJ	65,00
Experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación	2012	3	Argentina	Español	Hoyêdo Nunes Lins	Scielo	3Ey2012HN	65,00
Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación en Latinoamérica	2012	3	Colombia	Español	Montero Davinia Palomares	Scielo	3Fd2012MD	60,00
Sostenibilidad corporativa y capacidades de innovación: una aproximación al aprovechamiento de los recursos naturales.	2012	3	Colombia	Español	Testa Pablo	Scielo	3SC2012TP	60,00

Gestión y liderazgos en los emprendimientos sociales: el caso del sector no lucrativo chileno.	2012	3	España	Español	Morales Gualdrón Silvia Teresa	Scielo	3Gy2012MG	60,00
Emprendimiento verde en Colombia: el caso del mecanismo de desarrollo limpio (mdl)	2013	3	Colombia	Español	Aguilar Arturo	Scielo	3Ev2013AA	60,00
Formación en emprendimiento para periodistas	2014	3	Argentina	Español	Velasco Balmaseda E.	Scielo	3Fe2014VB	60,00
Innovación: lo social le es inmanente	2014	3	Brasil	Español	Gómez Aguilar M	Scielo	3Ii2014GA	60,00
Experiencias de crisis por desastres en los negocios turísticos : ni se aprende, ni se prepara	2014	3	Chile	Español	Fernández Evelina Cardet	Scielo	3Ed2014FE	60,00
Emprendimiento e investigación en la escala de la formación profesional y la innovación empresarial en Colombia	2014	3	Colombia	Español	Carvalho Karoliny Diniz	Scielo	3Ee2014CK	60,00
Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial : casos del oriente de Antioquia ( Colombia )	2014	3	Colombia	Español	Mora Pabón Ricardo	Scielo	3Fd2014MP	60,00
Factores determinantes en el éxito del desarrollo del nuevo servicio	2014	3	Colombia	Español	Ruiz Ballesteros Esteban	Scielo	3Fd2014RB	60,00
El turismo y la transformación del paisaje natural	2015	3	México	Español	Nodar Filgueiras	Scielo	3Et2015NF	60,00
La experiencia colombiana en la puesta en marcha del observatorio de ciencia y tecnología	2002	4	España	Español	Mesa Ramón Javier	Scielo	4Le2002MR	60,00
Hacia una caracterización de los procesos de innovación en la industria colombiana. Los resultados de un estudio de casos	2004	4	España	Español	Morales Eugenia	Scielo	4Hu2004ME	60,00
Innovación tecnológica como factor de aglomeración espacial en las regiones colombianas	2004	4	España	Español	Barbosa Ycarim Melgaço	Scielo	4It2004BY	55,00
Innovación de producto y aprendizaje dirigido en alfarería en Oaxaca, México	2005	4	Chile	Español	Henrici, Jane	Scielo	4Id2005HJ	55,00

Análisis de los factores asociados a la deserción y graduación estudiantil universitaria	2006	4	Colombia	Español	Castaño Elkin	Scielo	4Ad2006CE	55,00
Innovación tecnológica, gestión del conocimiento, turismo y desarrollo local. Papel de la universidad en este contexto	2007	4	Argentina	Español	Osorio Fabián Fernando	Scielo	4It2007OF	55,00
Evolución de las propuestas sobre el proceso de innovación : ¿ qué se puede concluir de su estudio ?	2008	4	España	Español	Mc Kindsey	Scielo	4Ed2008MK	55,00
Estética y estilo en el turismo pos-moderno caso región serrana de santa Catarina (Brasil)	2009	4	Brasil	Español	Núñez Palacios	Scielo	4Ey2009NP	55,00
Inmigración, vitivinicultura e innovación: el emprendimiento de buenaventura caviglia en la localidad de mercedes (1870-1916)	2009	4	Colombia	Español	Aceituno, Pedro	Scielo	4Iv2009AP	55,00
Estrategias de ciencia e innovación tecnológica para el turismo en Holguín	2010	4	Cuba	Español	Esperanza Sonia	Scielo	4Ed2010ES	55,00
Emprendimiento social : integrando a los excluidos en el ámbito rural	2010	4	México	Español	Formiga Nidia	Scielo	4Es2010 F	55,00
Innovación empresarial y territorio : una aplicación a Vigo y su área de influencia	2011	4	Argentina	Español	Alexandra María	Scielo	4Ie2011AM	55,00
Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa	2011	4	Colombia	Español	Salinas Ramos Francisco	Scielo	4Ed2011SR	55,00
Innovación empresarial y territorio : una aplicación a Vigo y su área de influencia	2011	4	Colombia	Español	Dreher Marialva Tomio	Scielo	4Ie2011DM	55,00
Etnogénesis como práctica. Arqueología y turismo en el pueblo manta (ecuador)	2011	4	Ecuador	Español	Chaparro Africano Adriana	Scielo	4Ec2011CA	55,00
Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva	2011	4	España	Español	Sanz Blas Silvia	Scielo	4Hu2011SB	55,00
Innovación en la industria minera: estrategias empresariales y de política pública recientes en Chile	2011	4	España	Español	Radrigán R. Y Mario H.	Scielo	4Ie2011RR	55,00
Calidad de vida y derechos de la infancia: un desafío presente	2012	4	Colombia	Español	García Gustavo Adolfo	Scielo	4Cd2012GG	55,00

Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación.	2012	4	Colombia	Español	Rodríguez Romero Carlos Alberto	Scielo	4Ey2012RR	55,00
Impacto de la educación para el emprendimiento en la creatividad : una experiencia en Chile con propensity score matching	2013	4	Colombia	Español	Alejandra Mayra	Scielo	4Id2013AM	55,00
Estructura de oportunidades y comportamiento emprendedor: empresarios argentinos en Cataluña, España	2013	4	España	Español	Ramírez Urquidy Martín	Scielo	4Ed2013RU	55,00
Estudios y perspectivas en turismo volumen 22 (2013) pp. 492 – 525 calidad de la experiencia en los hoteles termales de Galicia, España un análisis a través de la reputación online	2013	4	España	Español	Pineda Duque	Scielo	4Ey2013PD	55,00
Exigencias profesionales del animador/a: competencias clave	2013	4	España	Español	Annessi Gustavo Javier	Scielo	4Ep2013AG	55,00
Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay	2013	4	España	Español	Marrero Marrero Manuel	Scielo	4Fd2013MM	55,00
Emprendimiento y desarrollo manufactureros en las entidades federativas de México	2013	4	México	Español	Anaya Julis Sderis	Scielo	4Ey2013AJ	55,00
Escenario emprendimiento y movilidad social	2013	4	Venezuela	Español	Meridional Asia	Scielo	4Ee2013MA	55,00
Espacio rural , turismo y desarrollo local en Tandil	2014	4	Argentina	Español	Guzmán Alexander	Scielo	4Er2014GA	55,00
Incentivar el emprendimiento periodístico desde la universidad	2014	4	Colombia	Español	Santos Vijande María Leticia	Scielo	4Ie2014SV	55,00
Innovación docente y su aplicación al eees : emprendimiento , tic , y universidad	2014	4	Colombia	Español	Rodríguez Toubes Diego	Scielo	4Id2014RT	55,00
Evaluación de la sostenibilidad ambiental de destinos turísticos. Caso de estudio varadero.	2014	4	Cuba	Español	Fernández Aldecu, María José	Scielo	4Ed2014FA	55,00

Ética y empresa en el espacio universitario : el emprendimiento social en las universidades públicas como vehículo facilitador de la equidad social	2014	4	España	Español	Mungaray Lagarda Alejandro	Scielo	4Ey2014ML	45,00
Inducción de formas cuadrangulares a tallos de guadua angustifolia kunth para el desarrollo de emprendimientos en comunidades rurales de la Amazonía ecuatoriana.	2015	4	Colombia	Español	Lora, Eduardo	Scielo	4Id2015LE	45,00
Estudio de factibilidad económica para propuesta de inversiones del parque acuático inflable y el canopy tour en el parque turístico canimar, en la ciudad de matanzas, cuba.	2015	4	Cuba	Español	Pineda Duque Javier A.	Scielo	4Ed2015PD	45,00
Estudio sobre los factores internos y externos que inciden en el éxito o fracaso de los emprendimientos en la ciudad de cuenca, estudio aplicado en pymes	2015	4	Ecuador	Español	Javier A.	Scielo	4Es2015JA	45,00
Evaluación del impacto del programa educativo “emprendedores” en la intención emprendedora de los participantes	2015	4	España	Español	Correa Zamanda Correa	Scielo	4Ed2015CZ	45,00
Indicadores científicos y tecnológicos en Venezuela: de las encuestas de potencial al observatorio de ciencia, tecnología e innovación	2002	5	Venezuela	Español	Inec	Scielo	5Ic2002	45,00
La influencia del capital relacional, innovación tecnológica y orientación al mercado sobre los resultados empresariales en empresas de alta tecnología: un modelo conceptual	2008	5	México	Español	Andrés Cabello Sergio	Scielo	5Li2008AC	45,00
Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura	2009	5	Brasil	Español	Maggie Claudio E	Scielo	5Is2009MC	45,00



La influencia del capital relacional, innovación tecnológica y orientación al mercado sobre los resultados empresariales en empresas de alta tecnología: un modelo conceptual	2009	5	Colombia	Español	Luis Esparza Aguilar José	Scielo	5Li2009LE	45,00
Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública de Popayán	2010	5	Argentina	Español	Gutiérrez O	Scielo	5Fe2010GO	45,00
Emprendimientos y empresas agrarias y rurales más sustentables, para la sustentabilidad de los territorios	2010	5	Colombia	Español	López Salazar Alejandra	Scielo	5Ey2010LS	45,00
Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación en Latinoamérica	2011	5	Colombia	Español	Brea Fraiz	Scielo	5Fd2011BF	45,00
Innovación y gestión de la tecnología de firmas industriales de entre ríos, argentina	2011	5	España	Español	Olivos Francisco	Scielo	5Iy2011OF	45,00
Emprender	2011	5	Venezuela	Español	Scirica Elena	Scielo	5Em2011SE	45,00
Investigación empírica sobre el impacto de la evaluación formativa: revisión de literatura	2012	5	Colombia	Español	María Carlos	Scielo	5Ie2012MC	45,00
Empresas sociales y ecoturismo en bahías de Huatulco, México	2012	5	México	Español	Jahir A.	Scielo	5Es2012JA	45,00
Investigación empírica sobre el impacto de la evaluación formativa: revisión de literatura	2012	5	Colombia	Español	María Carlos	Scielo	5Ie2012MC	45,00
Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación en Latinoamérica	2012	5	Colombia	Español	Antonio José	Scielo	5Fd2012AJ	30,00
Factores determinantes de la lealtad al proveedor de servicios turísticos online	2013	5	Colombia	Español	Neira Salazar Freddy Marcelo	Scielo	5Fd2013NS	30,00
Explorando distintos tipos de innovación en micro y pequeñas empresas peruanas	2013	5	Colombia	Español	Baltar Fabiola	Scielo	5Ed2013BF	30,00
Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá.	2014	5	Colombia	Español	Jim Manuel	Scielo	5Ey2014JM	30,00

Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá.	2014	5	Colombia	Español	Aramis Rodríguez Y Edwin Ojeda	Scielo	5Ey2014AR	30,00
Incentivar el emprendimiento periodístico desde la universidad	2014	5	Colombia	Español	Riaga Ortiz	Scielo	5Ie2014RO	30,00
La innovación en la enseñanza como resolución de problemas	2014	5	Ecuador	Español	Gonzalo Ordóñez	Scielo	5Li2014GO	30,00
Emprendimientos de micro y pequeñas empresas mexicanas en un escenario local de crisis económica: el caso de baja california, 2008-2011.	2015	5	México	Español	Jorge Andrés Marulanda Montoya,	Scielo	5Ed2015JA	30,00

### 5.1.7. Innovación

Nombre Artículo	Año	V.E	País	Idioma	Autor	Base datos	Codificación	Relevancia
El Ferrocarril Transandino Y La Construcción De La Cordillera Como Espacio Social , 1893-1947	2003	3	España	Español	Borges De Carvalho Jérica	Scielo	3Ef2003BD	70,00
Análisis Comparativo De La Producción - Demanda Del Café En El Mercado Internacional (1980-2003)	2004	3	México	Español	Ortiz Ceballos Gustavo	Scielo	3Ac2004OC	70,00
Competitividad Y Turismo Sustentable - El Caso De Aguas De San Pedro (San Pablo, Brasil)	2006	3	Brasil	Español	Cuervo Álvaro	Scielo	3Cy2006CÁ	70,00
Construcción De Una Metodología Para Evaluar La Sustentabilidad De Las Políticas De Inversión En Innovación	2006	3	Colombia	Español	Álvarez Iván C.	Scielo	3Cd2006ÁI	70,00
Como Analizar Datos Cualitativos	2006	3	España	Español	Riquelme Carlos	Scielo	3Ca2006RC	70,00
Aspectos Económico Institucionales Del Marco Regulatorio Mexicano Del Sistema Nacional De Innovación	2008	3	Argentina	Español	Scheinsohn Vivian	Scielo	3Ae2008SV	70,00

El Proceso De Internacionalización De Empresas	2009	3	México	Español	Macías Macías Alejandro	Scielo	3Ep2009MM	70,00
Caracterización Socio Territorial De Los Asentamientos Turísticos Balnearios Del Litoral Marítimo De La Provincia De Buenos Aires	2010	3	Argentina	Español	Iliana Páez Gabriunas	Scielo	3Cs2010IP	70,00
Caracterización De La Demanda Turística En Un Destino De Intereses Especiales : Caso Caleta Tortel ( Chile )	2010	3	Chile	Español	Melorse, J.	Scielo	3Cd2010MJ	65,00
El Grado De Acuerdo Del Sector Turístico De Bahías De Huatulco (Oaxaca) Con Las Normas De Moralidad Ambiental Del Código Ético Mundial Para El Turismo	2010	3	México	Español	Carmen Añez H.	Scielo	3Eg2010CA	65,00
Abordaje Teórico-Conceptual De La Hospitalidad Y Sus Contribuciones A La Educación Superior En Turismo	2011	3	Argentina	Español	Leme Sogayar Roberta	Scielo	3At2011LS	65,00
Complejos Turísticos Residenciales: Análisis Del Crecimiento Del Turismo Residencial En El Mediterráneo Español Y En El Litoral Nordeste (Brasil) Y Su Impacto Socio Ambiental	2011	3	Brasil	Español	González Monteagudo José	Scielo	3Ct2011GM	65,00
El Talento Humano Y La Innovación Empresarial En El Contexto De Las Redes Empresariales: El Clúster De Prendas De Vestir En Caldas - Colombia	2011	3	Colombia	Español	Salazar Carvajal Pedro F.	Scielo	3Et2011SC	65,00
Caracterización Del Comportamiento Emprendedor Para Los Estudiantes De Administración De La Universidad Del Rosario	2011	3	Colombia	Español	Perroy, R.	Scielo	3Cd2011 P	65,00
El Proceso De Innovación Entre Los Campesinos De Valle De Santiago En El Periodo 1998-2008	2011	3	México	Español	Román Ruth Esperanza	Scielo	3Ep2011RR	60,00
Conformación De La Expectativa De Formalización De La Microempresa Marginada En México	2011	3	México	Español	Núñez Fernanda	Scielo	3Cd2011NF	60,00
Célestin Freinet , La Escritura En Libertad Y El Periódico Escolar : Un Modelo De Innovación Educativa En La Primera Mitad Del Siglo 20	2013	3	España	Español	Delgado Verde, Miriam	Scielo	3Cf2013DV	60,00

Competitividad De Empresas Turísticas: Un Análisis Desde El Enfoque Sistémico	2013	3	Venezuela	Español	Hernández Javier Martín	Scielo	3Cd2013HJ	60,00
Comunicar Conocimientos Vs. Organizar El Conocimiento: La Gestión Del Gen Preneur En El Aula.	2014	3	Chile	Español	Álamo Óscar Dávila Lisha	Scielo	3Cc2014ÁÓ	60,00
El Rol De La Innovación En Los Emprendimientos Exitosos Del Área Metropolitana De Mérida.	2014	3	Venezuela	Español	Formichella María Marta	Scielo	3Er2014FM	60,00
Construyendo Una Cultura De Innovación. Una Propuesta De Transformación Cultural	2015	3	Colombia	Español	Lucero María	Scielo	3Cu2015LM	60,00
Caminos E Historias De La Tierra Cafetera – La Unión Entre Territorio, Paisaje Cultural Y Su Gente Como Producto Experiencial Del Turismo Cultural	2015	3	Colombia	Español	García Villaverde	Scielo	3Ce2015GV	60,00
Como Hacer Una Tesis En Bachillerato	2015	3	España	Español	Pulgarín Molina Sergio Andrés	Scielo	3Ch2015PM	60,00
Competencias En Servicio Al Cliente Y Efectividad En Solución De Problemas : Sus Características En El Sector Turismo	2016	3	Colombia	Español	Enrique Javier Díez Gutiérrez	Scielo	3Ce2016EJ	60,00
El Clúster En La Industria Del Tequila En Jalisco, México <sup>1</sup>	2001	4	México	Español	Thompson Gutiérrez	Scielo	4Ec2001 T	60,00
Emprenderismo, Acción Gubernamental Y Academia. Revisión De La Literatura	2005	4	Colombia	Español	Frías José Manuel	Scielo	4Ea2005FJ	60,00
Emprenderismo, Acción Gubernamental Y Academia. Revisión De La Literatura	2005	4	Colombia	Español	Arnoldo Araya Leandro	Scielo	4Ea2005AA	60,00
Creatividad, Innovación Y Emprendimiento En El Diseño Del Siglo XXI	2008	4	Chile	Español	Demajorovic Jacques	Scielo	4Ci2008DJ	55,00
Emprendimiento Social – Revisión De Literatura	2008	4	Colombia	Español	Schroeder Romina Valeria	Scielo	4Es2008SR	55,00

Educación Ambiental Y Turismo Una Formación Holística, Interdisciplinaria Y De Futuros Educadores	2009	4	Brasil	Español	Sánchez Luciana	Scielo	4Ea2009SL	55,00
Educación Ambiental Y Planificación De Un Evento Turístico Los Desfiles Y Las Olimpiadas Coloniales De La Fiesta Nacional De La Uva, Brasil	2009	4	Brasil	Español	Mauricio Castillo Vergara	Scielo	4Ea2009MC	55,00
Emprendimiento : Visiones Desde Las Teorías Del Comportamiento Humano	2009	4	Colombia	Español	Becerra Rodríguez Fredy	Scielo	4E:2009BR	55,00
Cambios En Las Herramientas Pedagógicas. Videos De Casos Sobre Emprendimientos Innovadores Locales	2010	4	Colombia	Español	Dioni Elche Hortelano	Scielo	4Ce2010DE	55,00
Diagnóstico De La Cultura Emprendedora En La Escuela De Ingeniería De Antioquia	2011	4	Colombia	Español	Gálvez Albarracín Edgar J.	Scielo	4Dd2011GA	55,00
Contribuciones De La Gestión Del Conocimiento A Los Servicios Turísticos Estudio En Una Agencia De Viajes	2011	4	Colombia	Español	Sanabria Batía	Scielo	4Cd2011 S	55,00
Emprendimiento Dimensiones Sociales Y Culturales En Las Mi Pymes	2011	4	México	Español	Santana Talavera Agustín	Scielo	4Ed2011ST	55,00
El Emprendimiento En Un Contexto Trans complejo	2011	4	Venezuela	Español	Pereira Giselle	Scielo	4Ee2011PG	55,00
De Las Tecnologías De La Información Y La Comunicación	2012	4	Argentina	Español	Naranjo Valencia Julia C.	Scielo	4Dl2012NV	55,00
Cultura Intra Emprendedora E Innovación : Un Estudio Empírico En Las Mi Pyme Turísticas Colombianas	2012	4	Colombia	Español	Aguilar Barceló José Gabriel	Scielo	4Ci2012AB	55,00
Capital Humano, Redes Externas E Innovación En La Industria Colombiana.	2012	4	Colombia	Español	Pedraza Aura Cecilia -	Scielo	4Ch2012PA	55,00
Calidad De Vida Y Derechos De La Infancia: Un Desafío Presente	2012	4	Colombia	Español	García Gustavo Adolfo	Scielo	4Cd2012GG	55,00

De La Responsabilidad Social En La Sociedad De Riesgo: Más Allá De La Libertad De Ser Empresarios De Sí Mismos	2012	4	España	Español	Pardo Tatiana Giraldo	Scielo	4Dl2012PT	55,00
Carta Del Director Número 33 Universidad Business Review	2012	4	España	Español	Páez Gabriunas, Iliana	Scielo	4Cd2012PG	55,00
Capacidad De Absorción En Operadores Turísticos: Estructura Y Determinantes Del Éxito En Marketing Y En La Innovación	2012	4	Venezuela	Español	Elche Hortelano Dioni	Scielo	4Cd2012EH	55,00
Cultura Identidad Y Territorio : Reflexiones Para El Desarrollo De Una Estrategia De Diferenciación Del Servicio Agro Turístico En Emprendimientos De Un Grupo De Cambio Rural ( Inta ) Del Partido De Coronel Suárez ( Buenos Aires )	2013	4	Argentina	Español	Comeche José	Scielo	4Ci2013CJ	55,00
El Aprendizaje Empresarial En Los Emprendimientos Sustentables Del Sector Turístico Del Cerrado Brasileño	2013	4	Brasil	Español	Rafael Galindo	Scielo	4Ea2013RG	55,00
Cooperación Y Competencia Como Antecedentes De La Innovación De Producto. Aplican Las Empresas Nuevas Y Establecidas Una Lógica Diferenciada	2013	4	Brasil	Español	Narváez Mercy Lolly	Scielo	4Cy2013NM	55,00
Diseño De Un Modelo De Transferencia Universidad-Empresa, Para La I+ D Generado Por Grupos De Investigación De La Universidad De Pamplona	2013	4	España	Español	Jorge Robledo	Scielo	4Dd2013JR	55,00
Creación De Empresas, Modelos De Innovación Y Pymes	2013	4	España	Español	Borges Marta Poggi	Scielo	4Cd2013BM	55,00
Emprendimiento Un Concepto En Busca De Sostenibilidad	2013	4	Venezuela	Español	Morales Rangel	Scielo	4Eu2013MR	55,00
Emprendimiento Oportunidad Vs. Necesidad	2014	4	Argentina	Español	Navarro Fernando	Scielo	4Eo2014NF	55,00
Design Thinking: Como Guiar A Estudiantes , Emprendedores Y Empresarios En Su Aplicación	2014	4	Chile	Español	Pizzi Alejandro	Scielo	4Dt2014PA	55,00
El Fenómeno Del Emprenderismo En El Salvador : Análisis Comparativo Con Países Gem	2014	4	Ecuador	Español	Cabanilla Enrique	Scielo	4Ef2014CE	55,00

El Aporte Del Turismo Comunitario Al Fortalecimiento De Los Principios De Soberanía Alimentaria En El Ecuador	2015	4	Ecuador	Español	Ordaz Fidel Ortiz	Scielo	4Ea2015OF	55,00
Eco Emprendimiento De Mujeres: ¿Un Posible Camino En Resiliencia Social?	2015	4	España	Español	Jorge Del Río Cortina	Scielo	4Ee2015JD	55,00
Bonding Capital , Explotación De Conocimiento E Innovación Incremental En Los Clúster De Turismo Cultural: Las Ciudades Patrimonio De La Humanidad En España	2015	4	España	Español	Lucrecia López	Scielo	4Bc2015LL	55,00
Diagnóstico Y Valoración Del Nivel De Desarrollo Del Espíritu Empresarial (Entrepreneurship) De Los Estudiantes De La Facultad Seccional Sogamoso De La Uptc	2016	4	Colombia	Español	Peña Wilmar	Scielo	4Dy2016PW	55,00
El Concepto De Emprendimiento Y Su Relación Con La Educación, El Empleo Y El Desarrollo Local.	2004	5	Argentina	Español	García Mogollón Javier Mauricio	Scielo	5Ec2004GM	55,00
El Capital Intelectual: Nuevo Enfoque De La Flexibilización Laboral	2005	5	Venezuela	Español	Eduardo Luis	Scielo	5Ec2005EL	55,00
De Los Grupos Consolidados De Investigación A Los Sistemas Dinámicos De Innovación: El Desafío Actual Del Desarrollo Científico Y Tecnológico Colombiano	2007	5	Colombia	Español	Francisco Antonio Dos Anejos	Scielo	5DI2007FA	55,00
Diagnóstico Acerca De La Cultura Turística Para La Sustentabilidad En Los Directivos De La Zona De Viñales	2007	5	Cuba	Español	Cordisco Marina	Scielo	5Da2007CM	55,00
Cuáles Y Cuántas Empresas Del Gam Tienen Expectativas De Desarrollar Emprendimientos Sociales Y Qué Esfuerzos Han Venido Realizando Para Alcanzarlas?	2008	5	Costa rica	Español	Simón Argüello Robles	Scielo	5Cy2008SA	50,00
El Capital Relacional Como Fuente De Innovación Tecnológica	2008	5	España	Español	Juan Óscar Olivier Fierro	Scielo	5Ec2008JÓ	50,00
Diferencias En El Proceso De Innovación En Empresas Pequeñas Y Medianas De La Industria	2009	5	México	Español	López Raquel Antolín	Scielo	5De2009LR	50,00

Manufacturera De La Ciudad De Chihuahua, México								
La Influencia Del Capital Relacional, Innovación Tecnológica Y Orientación Al Mercado Sobre Los Resultados Empresariales En Empresas De Alta Tecnología: Un Modelo Conceptual	2009	5	México	Español	Luis Esparza Aguilar José	Scielo	5Li2009LE	50,00
Diferencias En El Proceso De Innovación En Empresas Pequeñas Y Medianas De La Industria Manufacturera De La Ciudad De Chihuahua, México	2009	5	México	Español	López Raquel Antolín	Scielo	5De2009LR	50,00
Tipología De La Innovación Y Perfiles Empresariales. Una Aplicación Empírica	2010	5	México	Español	Anaida Meléndez	Scielo	5Td2010AM	40,00
Destinos Turísticos De Montaña Con Migración De Amenidad. Implicancias En El Desarrollo Turístico Local – Caso Caviahue, Argentina	2011	5	Argentina	Español	Carmen Montellano Tolosa	Scielo	5Dt2011CM	40,00
Ciencia Y Tecnología, Educación Y Ciudadanía	2011	5	Argentina	Español	Cruz González, Jorge	Scielo	5Cy2011 C	40,00
Balanced Score Card Para Extraer Conocimiento De La Tecnología	2011	5	España	Español	Ruiz Nápoles Pablo	Scielo	5Bs2011RN	40,00
Innovación Y Gestión De La Tecnología De Firmas Industriales De Entre Ríos, Argentina	2011	5	México	Español	Olivos Francisco	Scielo	5Iy2011OF	40,00
Desarrollo De Actividades De Emprendimiento Con Innovación Y Responsabilidad Social En Los Hoteles De La Ciudad De Cartagena De Indias	2012	5	Colombia	Español	López Raquel Antolín	Scielo	5Dd2012LR	40,00
Capital Humano, Redes Externas E Innovación En La Industria Colombiana.	2012	5	Colombia	Español	Mieles María Dilia	Scielo	5Ch2012MM	40,00
Los 10 Tipos De Innovación. El Ejemplo De Red Bull	2012	5	México	Español	Clemencia Julia	Scielo	5L12012CJ	40,00
El Capital Social Organizacional De La Pequeña Empresa Innovadora. Un Ensayo De Medición En Las Ciudades De Cali Y Medellín	2013	5	Colombia	Español	Patricia Irene	Scielo	5Ec2013PI	40,00

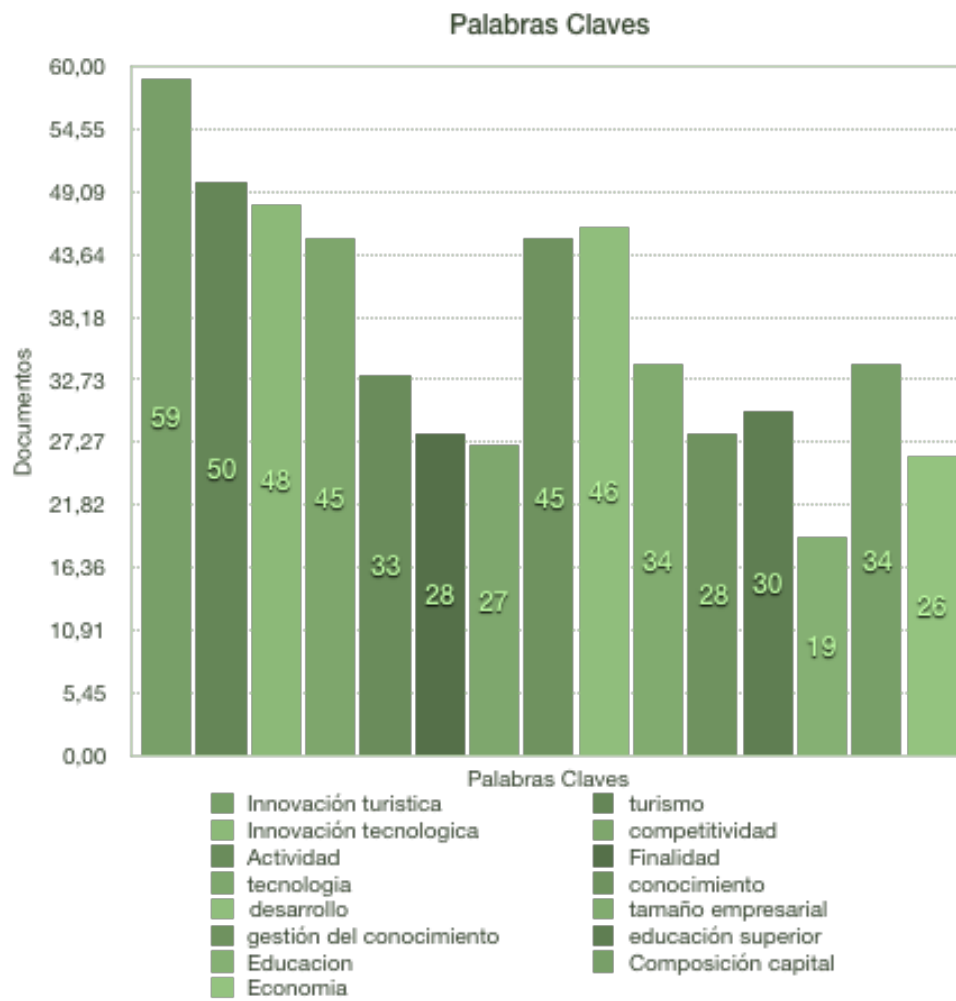


Capital Social, Capital Intelectual E Innovación De Producto. Evidencia Empírica En Sectores Manufactureros Intensivos En Tecnología	2013	5	Colombia	Español	Bravo Edna Roció	Scielo	5Cs2013 B	40,00
Explorando Distintos Tipos De Innovación En Micro Y Pequeñas Empresas Peruanas	2013	5	México	Español	Baltar Fabiola	Scielo	5Ed2013BF	35,00
Aportes Teóricos Para El Estudio De Un Sistema De Innovación	2013	5	México	Español	Giovanni Arturo López Isaza	Scielo	5At2013GA	35,00
El Grupo «Cruzada» – «Tradición Familia Y Propiedad» (Tfp) Y Otros Emprendimientos Laicales Tradicionalistas Contra Los Sectores Tercermundistas. Una Aproximación A Sus Prácticas Y Estrategias De Difusión En Los Años Sesenta	2014	5	Argentina	Español	Castro Gregorio Martín	Scielo	5Eg2014CG	35,00
Caracterización Emprendedora De Los Empresarios En Los Valles De Tundama Y Sugamuxi, Boyacá, Colombia	2014	5	Colombia	Español	Aguilar Olaves Gabriel	Scielo	5Ce2014AO	35,00
El Efecto De La Conservación De Recursos Sobre La Intención Emprendedora En El Contexto De Crisis Económica: El Rol Moderador De La Autoeficacia Y La Creatividad	2014	5	España	Español	Pallares Blanch Marta	Scielo	5Ee2014PB	35,00
El Emprendimiento Y El Crecimiento De Las Pymes	2014	5	México	Español	Leme Fernanda Beraldo Maciel	Scielo	5Ee2014LF	35,00
La Innovación En La Enseñanza Como Resolución De Problemas	2014	5	México	Español	Gonzalo Ordóñez	Scielo	5Li2014GO	35,00
Bonding Capital , Explotación De Conocimiento E Innovación Incremental En Los Clúster De Turismo Cultural: Las Ciudades Patrimonio De La Humanidad En España	2015	5	España	Español	Méndez García Fernando	Scielo	5Bc2015MG	65,00

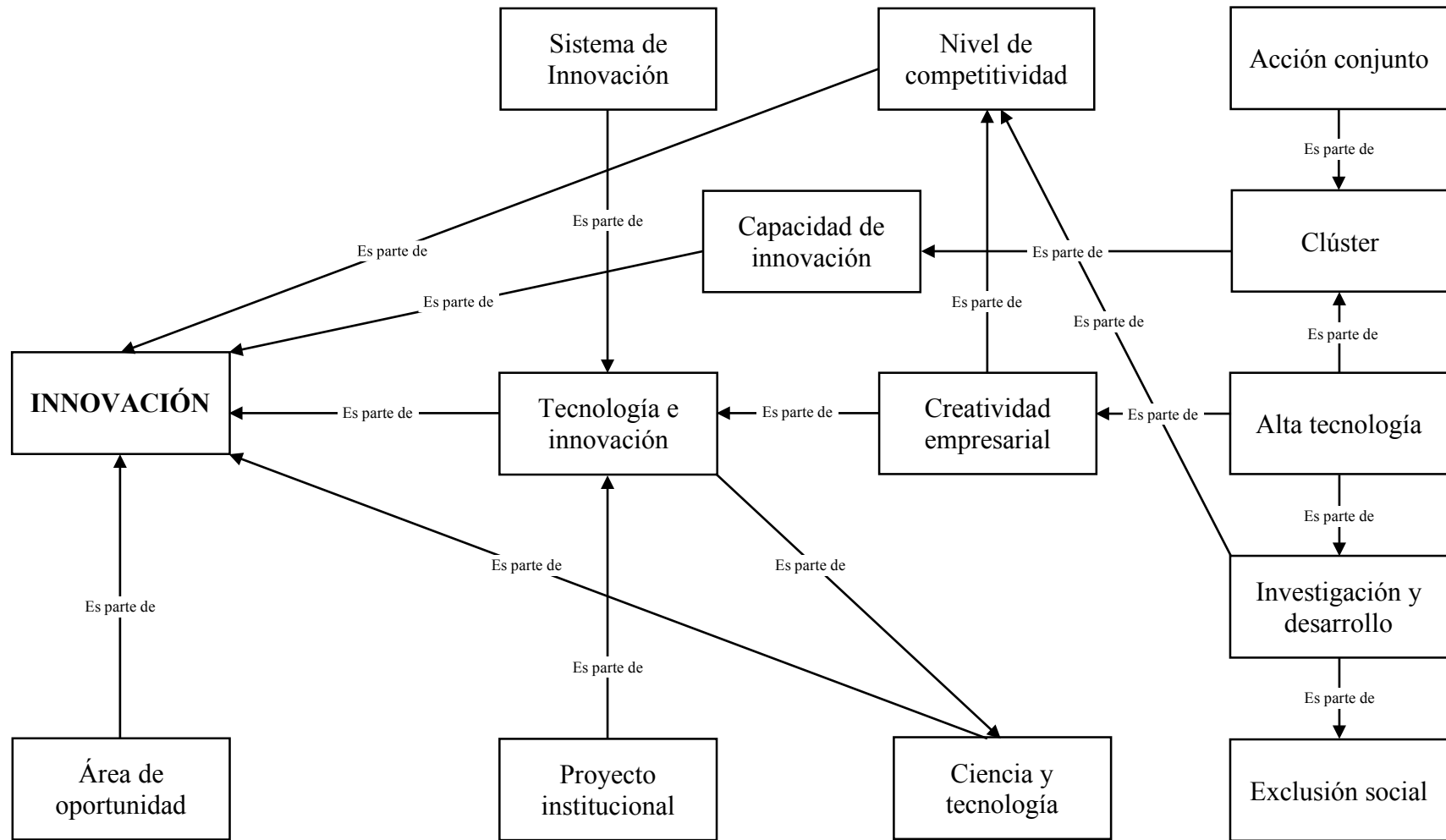
*Nota:* Pond. = Es el factor de ponderación estimado en el porcentaje de participación de cada artículo hacia cada una de las dimensiones, el código está establecido por un número que es la ponderación seguido de dos letras que son las primeras letras del nombre del artículo seguido del año del artículo y la inicial del apellido y nombre del autor. Elaboración propia.

## Palabras claves

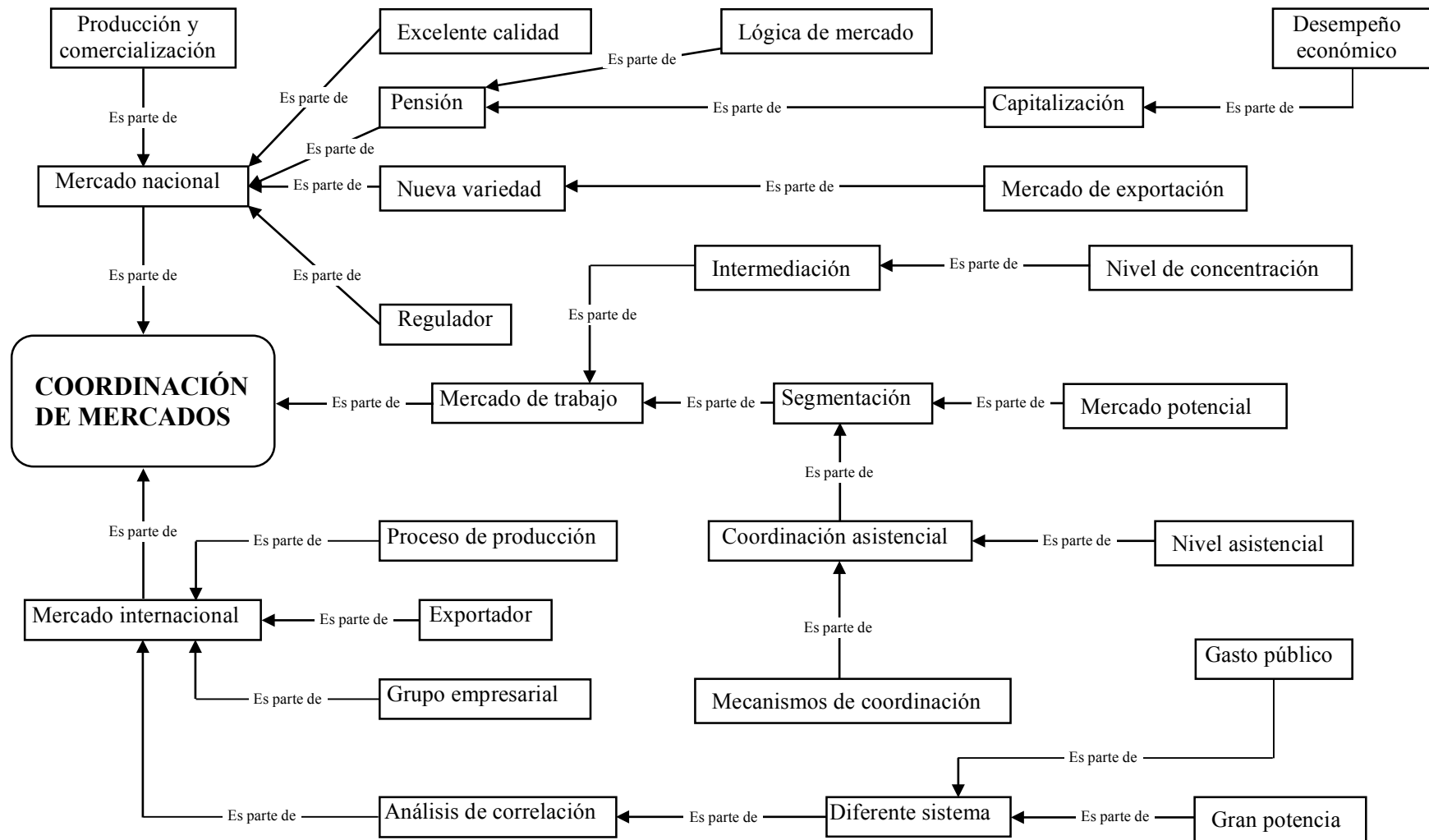
1. Emprendimiento
2. Turismo
3. Empresas
4. Actividad
5. Plan de negocios
6. Plan estratégico
7. Viajes
8. Eficiencia en la atención
9. Potencialidad
10. Empleo
11. Inversiones bajas
12. Generación de empleo
13. Mayores divisas
14. Eficiencia en la atención
15. Ingreso de divisas
16. Desarrollar ideas
17. Prejuicios
18. Caída
19. Empresa
20. Ubicación
21. Figura legal
22. Tipo de propietarios
23. Actores sociales
24. Producto turístico
25. Servicio
26. Actividades
27. Practicas
28. Ambientales
29. Rutas y circuitos
30. Apoyos
31. Fuentes
32. Tipo de financiamiento
33. Monto
34. Destino
35. Recursos
36. Económicos
37. Materiales
38. Tecnológicos
39. Culturales
40. Atractivita
41. Ecológicos
42. Capacidades
43. Planeación
44. Organización
45. Dirección
46. Control
47. Calidad de servicio
48. Mercados meta
49. Relación turistas
50. Canales de distribución
51. Canales de comunicación
52. Propuesta de valor
53. Factor
54. Gerente
55. Dependiente
56. Comisionista
57. Agente comercio
58. Corredor
59. Constitución
60. Funcionamiento
61. Administración
62. Disolución
63. Sociedad colectiva
64. Sociedad de hecho
65. Sociedad irregular
66. Objetivo social
67. Denominación social
68. Nacionalidad
69. Duración
70. Capital social
71. Patrimonio social reservas
72. Órganos de la sociedad
73. Cadena servicio
74. Carácter del servicio
75. Carácter perecedero
76. Cultura
77. Evidencia física
78. Gestión de indiferenciación
79. Resolución de reclamaciones
80. Hacer tangible al servicio
81. Gestión de recursos humanos
82. Gestión de riesgo percibido
83. Gestión de la capacidad y la demanda
84. Gestionar las relaciones
85. Actitud
86. Ciclo de vida familiar
87. Clase sociales
88. Creencia
89. Cultura
90. Disonancia cognitiva
91. Estilo de vida
92. Grupos sociales de pertenecía
93. Grupos sociales de referencia
94. Personalidad
95. Líderes de opinión
96. Innovación
97. Naturaleza del Capital
98. Interes
99. Coordinación mercados



**Figura 31.** Análisis estadístico de las principales palabras claves.  
Fuente: Elaboración propia.

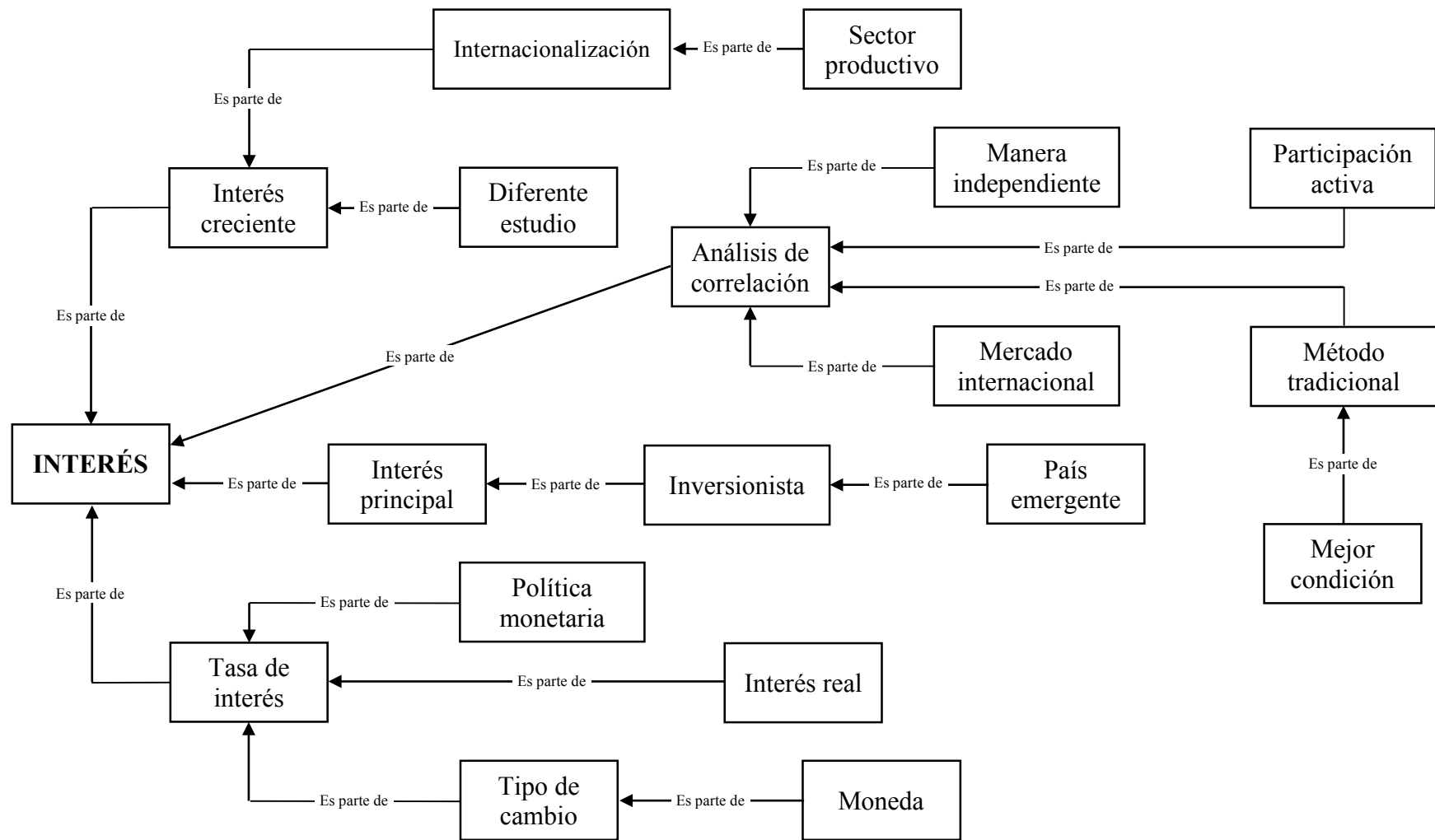


**Figura 32.** Esquema completo del factor, Innovación.  
 Elaboración realizada en el software Atlas. Ti con base de datos de los Artículos científicos recolectados. Fuente: Elaboración propia.

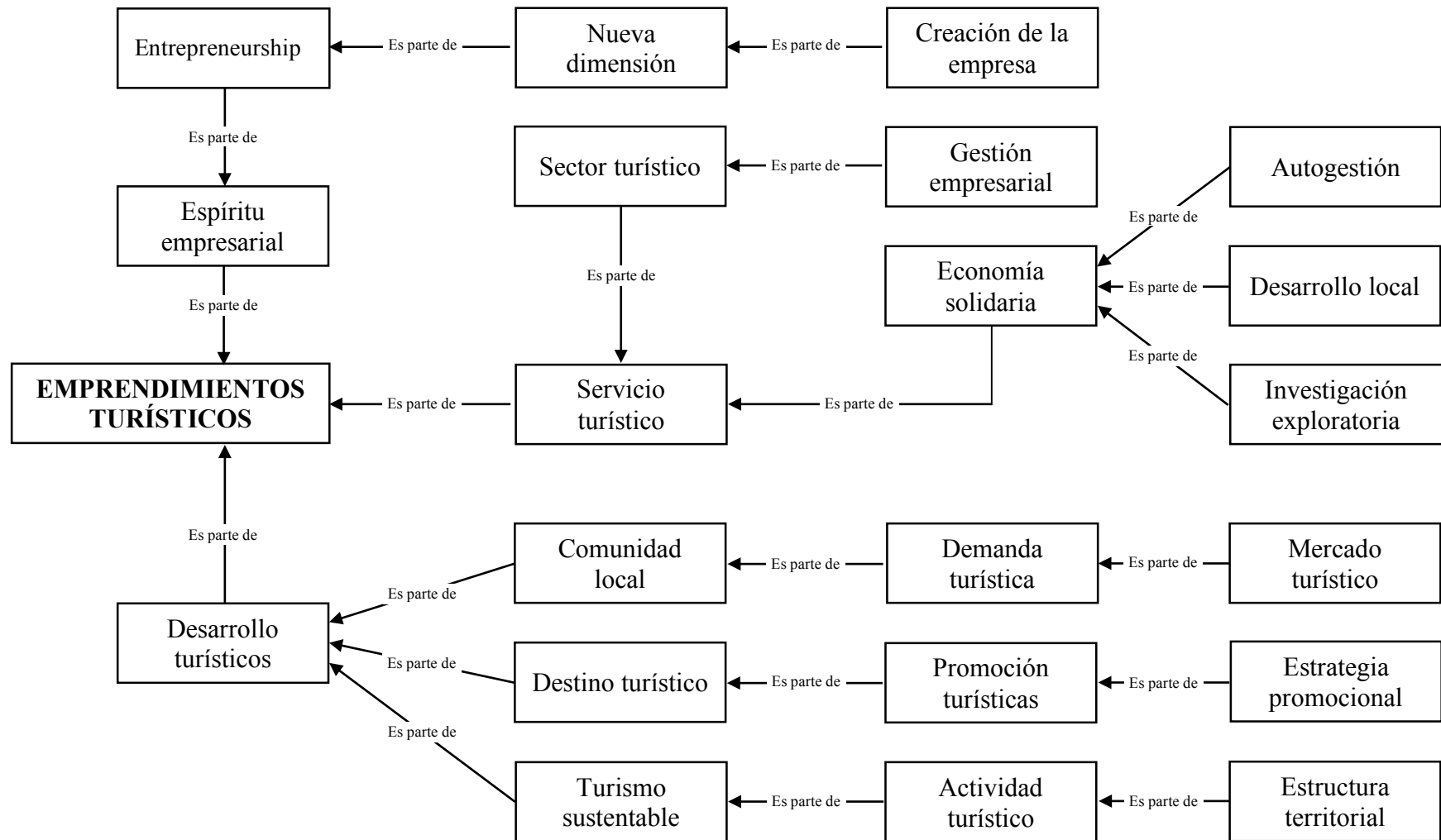


**Figura 33.** Esquema completo del factor, Coordinación de Mercados.

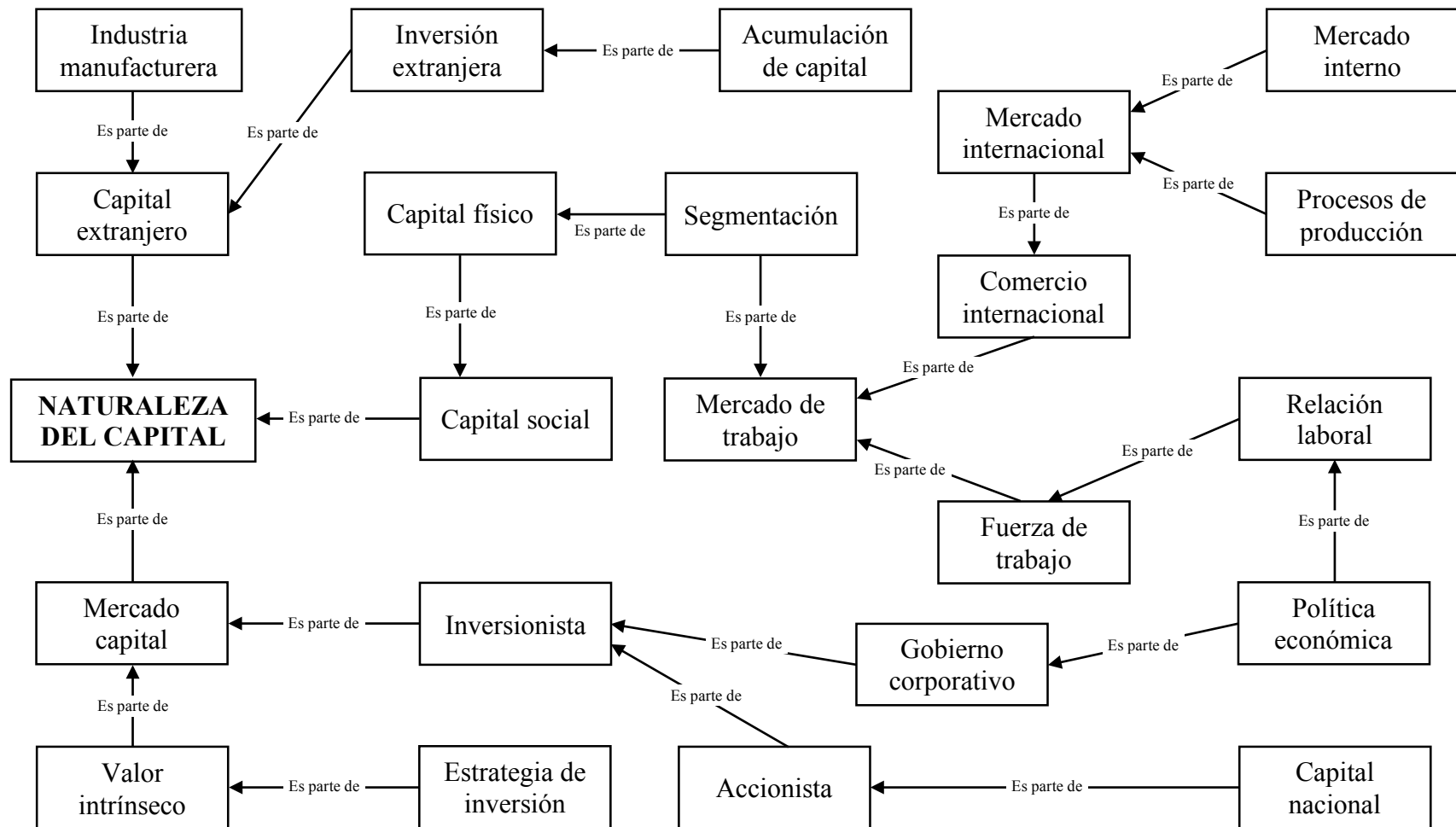
Elaboración realizada en el software Atlas. Ti con base de datos de los Artículos científicos recolectados. Fuente: Elaboración propia.



**Figura 34.** Esquema completo de factor Interés.  
 Elaboración realizada en el software Atlas. Ti con base de datos de los Artículos científicos recolectados. Fuente: Elaboración propia.



**Figura 35.** Esquema completo de los Emprendimientos turísticos.  
 Elaboración realizada en el software Atlas. Ti con base de datos de los Artículos científicos recolectados. Fuente: Elaboración propia.



**Figura 36.** Esquema completo de la naturaleza del capital. Elaboración realizada en el software Atlas. Ti con base de datos de los Artículos científicos recolectados. Fuente: Elaboración propia.



**Tabla 34**

*Construcción de conclusiones y recomendaciones por parámetros.*

Objetivos	Teoría	Metodología	Resultados
<p>Fundamentar los aspectos en la manera que influyen la Innovación, el Interés, la Naturaleza del capital y la Coordinación de mercados en los Emprendimientos.</p> <p>Identificar los principales factores que originan el deficiente desarrollo de los emprendimientos en el interés, la naturaleza del capital, la innovación y la coordinación de mercados a través de la revisión de información secundaria. Examinar que elemento es el de mayor perspicacia en los emprendimientos turísticos y cuáles son sus aspectos fundamentales.</p> <p>Proponer un diseño como herramienta estratégica para la generación de nuevos emprendimientos en la provincia de Tungurahua.</p>	<p>(Mises 1925) el negociante era aquel que apetecía examinar en una situación de inseguridad, respondiendo a las indicaciones del mercado con relación a precios, lucros y pérdidas (Guerrero et al., 2013). Para Kirzner, el emprendedor captaba por estar presto a oportunidades que viven en situaciones inseguras, de inestabilidad. Esta alerta admite al emprendedor descubrir las oportunidades antes que los resto (Malinowski, 2011).</p> <p>Ismael Kirzner lo define como el elemento de impulso y perspicacia, que consecuencia ineludible para definir los conclusiones a alcanzar y los rentas que harán posible la consecución de dichos fines (Pulgarín Molina &amp; Cardona Acevedo, 2011).</p> <p>Morris y kuratko, dicen que el emprendedor además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximicen sus resultados factibles, “agrega</p>	<p><b>Estrategias de búsqueda de la literatura</b> Para el desarrollo de la búsqueda literaria, se tuvo un enfoque en los principales repositorios que se encuentran en la página virtual de la Universidad Técnica de Ambato, entre ellos tenemos: Scielo, Cobuec, Ebrary, E-libro, Scopus, añadiendo también como Apoyo para la guía y desarrollo los Repositorios UTA.</p> <p><b>Recopilación y codificación de los datos</b> Se elaboró un esquema de codificación donde se especifica los factores y las lecturas a codificar de cada una de las variables tomando en cuenta aspectos como el nombre de la lectura, autor(es), año y la Grado de importancia en la valoración conceptual que tiene cada lectura con respecto a cada uno de los factores de estudio, que da como resultado un solo código ponderado para cada lectura. Países de Estudio La conclusión obtenida de la aportación de lecturas por países, se da en 2 países sur Americanos como son Argentina y Colombia</p>	<p>Realizado el proceso meta-analítico con el factor años, desde 2001 hasta el 2016 se obtiene en cada dimensión un total de estudios diferente, como en emprendimientos turísticos su total es de 145 lecturas desde dichos años, con un promedio de 10,35 lo que significa que la mayor parte de estas lecturas se encuentran desde el año 2010 en adelante, para la Innovación su promedio es de 5,6 lo que significa que la mayor parte de estudios están desde el año 2005 en adelante al igual que la coordinación de mercados y la naturaleza del capital, y en el interés sobre el año 2006.</p> <p>Los países tomados en cuenta y desarrollados en el meta-análisis se encuentran Chile, Argentina, Colombia, Ecuador, España, Brasil, México, Venezuela, Costa Rica y Cuba influyen en todas las lecturas de las dimensiones de estudio a excepción de Costa rica que no es tomada en cuenta en el Interés y la naturaleza del capital, como se observa en la tabla cuenta con 9 cada una. El promedio de participación de cada país en las lecturas va depender de cada factor de estudio como en los emprendimientos turísticos cuenta con un 14.5% en la que mayoritariamente intervienen países como Colombia, España, Argentina, y para los demás factores el promedio casi es parecido en un intervalo de 7,6% a 8.8% de intervención de cada país.</p> <p>La Grado de importancia en la valoración conceptual en los estudios tiene una escala que</p>

	<p>valor” a todo suceso o actividad en la que intervienen</p>	<p>con un 43% entre ambos un país europeo que es España con el 18% y por ultimo México con el 14% de aportación en los 4 factores de estudio y en la variable dependiente.</p> <p>Los resultados para datos homogéneos se establecen en un intervalo de confianza de 75% y para los datos Heterogéneos se establecen en un intervalo de confianza del 25%.</p> <p>Lo que significa que el 75% del total de las lecturas no son repetidas y tienen un contenido único y diferente con relación al 25% que se estima es un nivel adecuado para datos heterogéneos del total de lecturas.</p>	<p>va del 1 – 5 donde 5 representa los estudios con mayor argumentación teórica y 1 los estudios que no tienen un contenido adecuado para las dimensiones, que en cada una de ellas se obtuvo una escala de 3 hacia delante como está reflejado en la tabla la Grado de importancia en la valoración conceptual más alta va para los emprendimientos turísticos que toman de 4 a 5 puntos y para las demás variables tiene una escala de 3 hacia 5 con un promedio de 25 % a 30 % de intervención.</p> <p>Para lo que se determinan un promedio que va desde el 10.9% a 16% de participación, como en los emprendimientos turísticos que la mayor parte de lecturas tienen un contenido del 50% la 70%, en la naturaleza del capital la mayor parte de lecturas van desde el 55% al 65% de contenido al igual que el interés y la innovación, pero la coordinación de mercados tiene un punto bajo ya que la mayor parte de lecturas van en el 35% de información para este factor.</p> <p>se determina el número de lecturas obtenidas desde un análisis cuantitativo entre las variables de estudio y los factores que determinan a cada variable</p> <p>Por lo que se ha obtenido los resultados para Innovación se determinó 78 lecturas, para el interés 49 en la naturaleza del capital 44 y la coordinación de mercados 22 estudios.</p>
<p><b>Conclusiones</b></p>	<p>Para el desarrollo del primer objetivo se fundamentó teóricamente la perspicacia de cada elemento de fracaso de los emprendimientos para los modelos a plantear tomando en cuenta que para los emprendimientos turísticos, la innovación, el interés, la coordinación de mercados y la naturaleza del capital existen modelos diferentes.</p> <p>En la innovación se destacan 4 modelos el primero se basa el modelo TAM donde su principal factor es la calidad, el modelo de innovación asumía que la tecnología es fácil de copiar; El modelo inicial muestra que las empresas se localizan en un grupo desarrollan fuertes vínculos; existen 2 modelos diferentes el lineal que esta soportado a la teoría neoclásica</p>		

	<p>y el interactivo soportado a la teoría evolucionista pero para que se pueda desarrollar trae consigo a un tercer modelo que destaca la conexión a una empresa podría soportar un efecto positivo para las innovaciones como la realización de los planes de mejoramiento empresarial.</p> <p>En el interés existen 2 modelos; modelo progresivo por el emprendimiento a nivel mundial que se da la formación del GEM (Global Enterprise Monitor) basado en estudios de negligencia; el segundo modelo desarrolla las perspectivas de inflación pendiente, la tasa de interés externa, donde el modelo muestra una estrategia de edificación empresarial.</p> <p>La coordinación de mercados se propone el modelo de competencia de plazas turísticas para los mercados nacionales que se basa en la construcción sobre en la percepción de la naturaleza compleja del turismo transmitido su carácter transversal y heterogéneo; La naturaleza del capital presenta el modelo de gestión del capital intelectual, que permite identificar, ordenar y medir los tangibles estratégicos en términos del capital humano como las capacidades individuales.</p> <p>El segundo objetivo de la investigación se caracterizó los principales factores que originan el deficiente desarrollo de los emprendimientos en el interés, la naturaleza del capital, la innovación y la coordinación de mercados a través de la revisión de información secundaria.</p> <p>En la innovación se identificaron 4 elementos directrices o factores que determinan el deficiente desarrollo que son; Área de oportunidad que representa un 79% que implica incrementar el conocimiento, las capacidades de la organización y los beneficios tangibles e intangibles; Tecnología e innovación que de un 95% de aportación que por sus planteamientos existe la necesidad de desarrollar indicadores para los resultados de sus actividades científicas y tecnológicas.</p> <p>Sistema de Innovación que es el entorno donde se desarrolla y aplican las innovaciones prolongada a un 83% a partir de una óptica económica y de extensión social; Ciencia y tecnología aplicada en un 92% a la innovación, para construir corresponsablemente un desarrollo equitativo y sostenible que contribuyen a dinamizar procesos dinámicos de alto impacto regional.</p> <p>Naturaleza del capital resaltan tres fundamentales y que serán de estudio como el capital social con un 80% en la intervención, el capital físico con 75% y el mercado capital con un 90%; el mercado capital, es viable que elijan los créditos a corto plazo que crean nuevos depósitos y les permite formar nuevos créditos a mediano y largo plazo.</p> <p>Capital social influye en el desarrollo de nuevo conocimiento a partir de la integración de conocimiento externo; Capital físico es la existencia de redes principios y valores.</p> <p>Interés encuentra las principales sub dimensiones del, destacando la participación de tres elementos principales, el interés creciente que da un aporte del 90% en su participación en el interés, el interés principal con 80% al igual que la tasa de interés; La tasa de interés a corto plazo es mayor si desarrolla las perspectivas de inflación pendiente, la tasa de interés externa y la expectativa de la tasa de interés futura de corto plazo.</p>
--	---

	<p>Interés Principal es muy conveniente frecuentar la teoría del interés principal por el camino histórico del procedimiento dado del argumento, provenir que permite no solo una orientación comprensible si no que advertir que los tratados de discrepancia que rodea el tema del primordial interés.</p> <p>Coordinación de mercados se encuentran las principales sub dimensiones destacando la participación de elementos fundamentales con un porcentaje mayor al 50% como el mercado nacional que su porcentaje de estimación de estudio es el 90% ya que concentra temas específicos sobre la coordinación de mercados al igual que la producción y comercialización con un 80% y el mercado internacional.</p> <p>Producción y comercialización la implementación de un nuevo método de producción o comercialización de un producto se fundamenta en un descubrimiento científico, sin embargo, se considera como escenario central a la unidad funcional, estructural y administrativa.</p> <p>Emprendimientos turísticos se encuentran las variables con sus porcentajes teórico de participación en el tema que se destacan tres elementos principales como el servicio turístico con , el desarrollo turístico y el turismo sustentable que marcan con un 90% de participación y dentro del desarrollo turístico se puede destacar que se encuentra la promoción turística y el destino turístico con un 80%, destacando la participación de más variables que conforman.</p> <p>Desarrollo turístico el objetivo es analizar los procesos que sitúan las inversiones turísticas y las contradicciones planteadas por los procesos de migración de amenidad en el desarrollo; Servicios turísticos que es analizar los factores determinantes de la lealtad hacia los proveedores de servicios turístico a través de un modelo integrador de la influencia de la confianza en un marco conceptual de del comportamiento planificado.</p> <p>Turismo sustentable, , la utilización adecua de los recursos naturales, culturales y sociales con el fin de garantizar su uso en las generaciones futuras siendo el destino turístico donde se localizan los elementos más específicos del sistema turístico.</p> <p>En el tercer objetivo se diseñó un modelo teórico para el desarrollo de los emprendimientos desde la innovación, interés, naturaleza de capital y la coordinación de mercados; Estrategias de búsqueda de la literatura, el desarrollo de la búsqueda literaria, se tuvo un enfoque en los principales repositorios que se encuentran en la página de la Universidad Técnica de Ambato, entre ellos tenemos: Scielo, Cobuec, Ebrary, E-libro, Scopus, añadiendo también como Apoyo para la guía y desarrollo los Repositorios UTA.</p> <p>Recopilación y codificación de los datos se elaboró un esquema de codificación donde se especifica los factores y las lecturas a codificar de cada una de las variables destacando aspectos como el nombre de la lectura, autor(es), año y la Grado de importancia en la valoración conceptual que tiene cada lectura con respecto a cada uno de los elementos de estudio, que da como resultado un solo código ponderado para cada lectura.</p> <p>Países de Estudio, la conclusión obtenida de la aportación de lecturas por países, se da en 2 países sur Americanos como son Argentina y Colombia con un 43% entre ambos un país europeo que es España con el 18% y por ultimo México con el 14% de aportación en los 4 factores de estudio y en la variable dependiente. Los efectos para datos semejantes se establecen en un intervalo de confianza de 75% a diferencia de los datos Heterogéneos que se establecen en un intervalo</p>
--	--

	<p>de confianza del 25%.Lo que significa que el 75% del total de las lecturas no son repetidas y tienen un contenido único y diferente con relación al 25% que se estima es un nivel adecuado para datos heterogéneos del total de lecturas.</p> <p>Para el desarrollo del cuarto objetivo se valida que elemento es el de mayor perspicacia en los emprendimientos turísticos y cuáles son sus aspectos fundamentales, donde realizando el proceso meta-analítico con el factor años, desde 2001 hasta el 2016 se obtiene en cada dimensión un total de estudios diferente, como en emprendimientos turísticos su total es de 145 lecturas desde dichos años, con un promedio de 10,35 lo que significa que la mayor parte de estas lecturas se encuentran desde el año 2010 en adelante.</p> <p>Para la Innovación su promedio es de 5,6 lo que significa que la mayor parte de estudios están desde el año 2005 en adelante al igual que la coordinación de mercados y la naturaleza del capital, y en el interés sobre el año 2006. Los países tomados en cuenta y desarrollados en el meta-análisis se encuentran Chile, Argentina, Colombia, Ecuador, España, Brasil, México, Venezuela, Costa Rica y Cuba influyen en todas las lecturas de las dimensiones de estudio a excepción de Costa Rica que no es tomada en cuenta en el Interés y la naturaleza del capital, como se observa en la tabla cuenta con 9 cada una.</p> <p>El promedio de participación de cada país en las lecturas va depender de cada factor de estudio como en los emprendimientos turísticos cuenta con un 14.5% en la que mayoritariamente intervienen países como Colombia, España, Argentina, y para los demás factores el promedio casi es parecido en un intervalo de 7,6% a 8.8% de intervención de cada país. La Grado de importancia en la valoración conceptual en los estudios tiene una escala que va del 1 – 5 donde 5 representa los estudios con mayor argumentación teórica y 1 los estudios que no tienen un contenido adecuado para las dimensiones, que en cada una de ellas se obtuvo una escala de 3 hacia adelante como está reflejado en la tabla la Grado de importancia en la valoración conceptual más alta va para los emprendimientos turísticos que toman de 4 a 5 puntos y para las demás variables tiene una escala de 3 hacia 5 con un promedio de 25 % a 30 % de intervención.</p> <p>Para lo que se determinan un promedio que va desde el 10.9% a 16% de participación, como en los emprendimientos turísticos que la mayor parte de lecturas tienen un contenido del 50% la 70%, en la naturaleza del capital la mayor parte de lecturas van desde el 55% al 65% de contenido al igual que el interés y la innovación, pero la coordinación de mercados tiene un punto bajo, por la mayor fracción de lecturas van en el 35% de indagación para este elemento.</p> <p>Se determina el número de lecturas obtenidas desde un análisis cuantitativo entre las variables de estudio y los factores que determinan a cada variable por lo que se ha obtenido los resultados para Innovación se determinó 78 lecturas, para el interés 49 en la naturaleza del capital 44 y la coordinación de mercados 22 estudios.</p>
<b>Recomendaciones</b>	<p>En una ampliación teórica de los modelos se plantea utilizar diferentes factores asociados a la línea de investigación que influyan directa e indirectamente con los parámetros de los emprendimientos turísticos, y la revisión de diferentes autores que sean de diferentes escuelas como la clásica la evolucionista entre otras para que los modelos a desarrollar tengan una pertinencia teórica ampliada considerando aspectos de relevancia y excelencia para un mejor estudio.</p>

	<p>La ampliación de los factores que originan el desarrollo de los emprendimientos en el interés, la naturaleza del capital, la innovación y la coordinación de mercados tienen un margen mayor de 65% de pertinencia teórica ya que los factores estudiados al tener un margen mayor son pocos y las sub dimensiones encontradas aumentarán la eventualidad de identificar qué elementos son determinantes en el progreso de los emprendimientos.</p>
	<p>Para un diseño mejorado como herramienta estratégica se propone hacer estudios no solo de latino américa, la posibilidad de encontrar estudios en diferentes países aumenta la probabilidad de construir una herramienta buena, por lo que el año de las publicaciones tiene una posibilidad de que sean las más recientes y así poder adquirir una diferencia de las lecturas más altas.</p>
	<p>En las lecturas se considerara los parámetros de: relevancia de las lecturas, el año de publicación: la pertinencia teórica de cada factor hacia su variable y el país de donde proviene las mismas, realizar la búsqueda de más lecturas nacionales que extranjeras para así poder validar que elemento es el de mayor perspicacia en los emprendimientos turísticos y determinar los aspectos importantes.</p>
	<p>Para el avance de un modelo para la gestión administrativa se formula planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar todas las gestiones orientadas al beneficio de la institución por medio de la óptima aplicación y cumplimiento del proceso para así optimizar los procesos de gestión y mejorar los servicios.</p>

*Nota:* las conclusiones están formadas por las principales teorías de la investigación integrando las metodologías ocupadas y los resultados que da la investigación, para en base a ello formar las recomendaciones, elaboración propia.

**Tabla 35**  
Operacionalización de la variable.

VARIABLE	INDICADOR	SUB INDICADOR	VALOR FINAL	TIPO DE VARIABLE	ÍTEMS
		Crecimiento económico			
		Ingreso per cápita			
<b>Innovación</b>	Intensidad	Desempeño económico	Copia	Variable ordinal	
	Eficacia	Dinámica innovadora	Creatividad		
<b>Nivel de competitividad</b>	Cultura	Productos / servicios	Diferenciación		4
<b>Área de oportunidad</b>	Económicos	Grado de calidad	Plagio		
<b>Ciencia y tecnología</b>		Inversión actividades			
<b>Capacidad de innovación</b>					
<b>Interés</b>					
<b>Capital financiero</b>	Contables / socio	Interés vencido	Rentabilidad	Variable ordinal	
<b>Interés social</b>	productivos	Interés en las personas	Inversiones		1
<b>Comparación de capitales</b>		Simultaneo	Solvencia		
		No simultaneo			

---

<b>Naturaleza de Capital</b>	Liquidez	Ventajas competitivas	Publicas	Variable Continua	5
<b>Capital intelectual</b>	Solvencia	Desarrollo	Privadas		
<b>Capital relacional</b>	Gestión	Participación en relaciones	Mixtas		
<b>Capital social</b>		Desarrollo profesional	Eficacia		
		Proyecto de innovación	Eficiencia		
<b>Coordinación de mercados</b>					
<b>Valor agregado</b>	Legal	Diseño de parámetros	Proyectos de ley	Variable dicotómica / abierta	4
<b>Propuesta de valor</b>	Jurídico	Propuesta de valor	Normativas		
	organizacional	Viabilidad comercial	Sistema de control		
		Legal y regulatoria			
		Financiera			
		Operativa			
		Viabilidad comercial			

---

*Nota:* Elaboración propia.



**Tabla 36**  
*Cronograma valorado.*

Objetivo General	Objetivo específico	Proyecto	Recurso	Tiempo Estimado			Precio	Observación
				Desde	Hasta	horas		
Desarrollar un modelo de gestión administrativa mediante los elementos del conocimiento empresarial desde la perspectiva de los emprendimientos turísticos, en la provincia de Tungurahua.	Fundamentar teóricamente los modelos que influyen en la Innovación, el Interés, la Naturaleza del capital y la Coordinación de mercados, en los Emprendimientos.	Obtención de información sobre emprendimientos turísticos de la base de datos.	Computadora, Internet, cuaderno, espero,	12/04/2016	5/11/2017	95	\$1876,00	5 horas diarias
		Recopilación de información, línea de investigación y marco legal.	Computadora, internet	5/11/2015	10/11/2016	12	\$95,00	3 horas diarias
		Estudio y análisis de lecturas y marco legal extraídas.	Computadora, cuaderno, lápiz,	10/11/2015	1/12/2016	45	\$104,00	3 horas diarias
		Extracción de los factores de estudio.	Computadora, cuaderno, lápiz,	1/12/2015	22/12/2016	64	\$25,60	4 horas diarias
		Formulación de la red conceptual.	Computadora	22/12/2015	24/12/2016	6	\$2,40	2 horas diarias
		Selección de un factor de estudio y planteamiento	Computadora, cuaderno, esférico	26/12/2015	26/12/2016	8	\$2,40	2 horas diarias

---

	del tema en base al mismo.							
Caracterizar los principales factores que originan el deficiente desarrollo de los emprendimientos en el interés, la naturaleza del capital, la innovación y la coordinación de mercados a través de la revisión de información secundaria.	Elaboración del marco legal basados al factor de estudio.	Computadora, internet, cuadernos	04/01/2016	04/01/2016	12	\$9,60	3 horas diaria	
	Elaboración de fundamentos teóricos.	Computadora, internet, cuadernos, esferos.	07/01/2016	07/01/2016	44	\$35,20	4 horas diarias	
	Elaboración de similitudes, diferencias y hallazgos.	Computadora, cuaderno, esfero	21/01/2016	21/01/2016	65	\$26,00	5 horas diarias	
	Verificación de modelos de innovación adecuados a los de turismo	Computadora, cuaderno y esferos	09/02/2016	09/02/2016	9	\$3,60	3 horas diarias	
Proponer un diseño como herramienta estratégica para la generación de nuevos emprendimientos en la provincia de Tungurahua.	Selección de datos obtenidos anteriormente.	Computadora, cuaderno, esferos	09/02/2016	09/02/2016	6	\$2,40	2 horas diarias	
	Transferencia de información al formato principal del proyecto.	Computadora, internet, cuaderno, esfero	11/02/2016	11/02/2016	36	\$28,80	6 horas diarias	

---

	Presentación de la propuesta y elección de una entidad auspiciante.	Pasajes, impresiones, esferos, computadora.	15/02/2016	15/02/2016	8	\$9,60	2 horas diarias
	Presentación del proyecto en sus avances de las dimensiones.	Computadora, internet.	18/02/2016	18/02/2016	1	\$0,80	1 hora diaria
Validar que elemento es el de mayor perspicacia en los emprendimientos turísticos y cuáles son sus aspectos fundamentales.	Elaborar herramientas de análisis.	Computadora, cuaderno, esfero	09/02/2016	09/02/2016	6	\$2,40	2 horas diarias
	Estudio de factibilidad.	Computadora, internet, cuadernos	11/02/2016	11/02/2016	36	\$28,80	6 horas diarias
	Prueba piloto de las herramientas y técnicas.	Computadora, internet, cuadernos, esferos.	15/02/2016	15/02/2016	8	\$9,60	2 horas diarias
	Diseñar modelos técnicos apropiados.	Computadora, cuaderno, esfero	18/02/2016	18/02/2016	1	\$0,80	1 hora diaria
<b>TOTAL</b>					<b>411</b>	<b>\$2221,40</b>	

*Nota:* Los objetivos específicos determinan las actividades del proyecto y cada actividad comprende los recursos que se utilizaron, el tiempo que se tomó en hacerlo determinado por el número de horas diarias y el precio aproximado que este corresponde. Elaboración propia.

En la tabla 36 el cronograma valorado se encuentra los objetivos específicos y general de toda la propuesta que se va a realizar con una codificación añadida a cada actividad y objetivo para su clasificación que en cantidades monetarias da \$ 2221,40 que es la valorización del cronograma en el año 2016.

**Tabla 37**  
*Presupuesto de la investigación.*

Artículo	Cantidad	Medida	Valor u.	Valor t.	Recurso
Computadora Hp Pavillo 4gb RAM 500gb disco duro Core i5	1	Unidades	\$950,00	\$950,00	Tecnológico
Computadora Mac Core i5 4Gb RAM 500gb disco duro	1	Unidades	\$850,00	\$850,00	Tecnológico
Cuadernos Universitarios 100 hojas a cuadros	2	Unidades	\$3,50	\$7,00	Material
Esferos color azul, rojo, negro	6	Unidades	\$0,75	\$4,50	Material
Uso de Internet 25 horas semanales en 28 semanas banda ancha 3Mbs	700	Horas	\$0,80	\$560,00	Tecnológico
Maleta para computadora y útiles académicos	2	Unidades	\$37,00	\$74,00	Material
Borrador de queso	1	Unidades	\$0,40	\$0,40	Material
Lápiz de minas 0,5	2	Unidades	\$1,25	\$2,50	Material
Pasajes en transporte público (Bus) 3 US\$ semanal	28	Dólares	\$3,00	\$84,00	Monetario
Refrigerios valorados semanalmente es de 10 USD por las 2 personas que incluye (agua, sándwiches, chicles)	28	Dólares	\$10,00	\$280,00	Monetario

*Nota:* Valor u = valor unitario de cada artículo, valor t= valor total de los artículos, elaboración propia.

En la tabla 37 se indica todos los recursos que se van ocupar en la investigación con el número de horas y su valor que el total del valor unitario nos da de \$ 1856,70 y el valor total es de \$ 2812,40 de los diferentes materiales que se van a emplear.