



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ingeniería Industrial

Unidad de Posgrado

**Migración internacional de retorno y desarrollo de  
emprendimiento turístico en la ciudad de Riobamba-  
Ecuador**

**TESIS**

Para optar el Grado Académico de Doctor en Gestión de  
Empresas

**AUTOR**

José Medardo ÁLVAREZ ROMÁN

**ASESOR**

Teonila Doria GARCÍA ZAPATA

Lima, Perú

2017



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Álvarez, J. (2017). *Migración internacional de retorno y desarrollo de emprendimiento turístico en la ciudad de Riobamba-Ecuador*. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ingeniería Industrial, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---

565

21(R)

339



UNIVERSIDAD NACIONAL  
MAYOR DE SAN MARCOS  
Universidad del Perú, DECANA DE AMERICA

UNIDAD DE POSGRADO

ACTA DE SUSTENTACIÓN Nº 08 UPG-FII-2017

SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO  
DE DOCTOR EN GESTIÓN DE EMPRESAS

En la ciudad de Lima, del día dieciocho del mes de mayo de dos mil diecisiete, siendo las nueve horas, en acto público se instaló el Jurado Examinador para la Sustentación de la Tesis titulada: "MIGRACIÓN INTERNACIONAL DE RETORNO Y DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA-ECUADOR" para optar el Grado Académico de Doctor en Gestión de Empresas.

Luego de la exposición y absueltas las preguntas del Jurado Examinador se procedió a la calificación individual y secreta, habiendo sido *aprobada* con la calificación de *dieciocho (18)*

El Jurado recomienda que la Facultad acuerde el otorgamiento del Grado Académico de Doctor en Gestión de Empresas, al Mg. ALVAREZ ROMÁN JOSÉ MEDARDO.

En señal de conformidad, siendo las *10:30* horas se suscribe la presente acta en cuatro ejemplares, dándose por concluido el acto.

*[Signature]*  
Dr. SANTOS DE LA CRUZ, EULOGIO  
~~GUILLEMO~~  
Presidente

*[Signature]*  
Dr. CEVALLOS AMPUERO, JUAN MANUEL  
Miembro

*[Signature]*  
Dr. CHUNG PINZAS, ALFONSO RAMÓN  
Miembro

*[Signature]*  
Dr. TINOCO GÓMEZ, OSCAR RAFAEL  
Miembro

*[Signature]*  
Dra. GARCÍA ZAPATA, TEONILA DORIA  
Asesora

## **DEDICATORIA**

A mis padres: Luis e Hildita

A mi esposa Hortencia

A mis hijos: María José, Cristian, Vanessa y Josué

## **AGRADECIMIENTO**

A mi asesora Dra. Teonila García Zapata

Al Dr. Orestes Cachay Boza

Al Dr. Eulogio Santos de la Cruz

Al Dr. Erwin Kraenau Espinal

Al Dr. Oscar Rafael Tinoco Gómez

Al PhD. Gorka Moreno Márquez

A la Asociación de Migrantes Retornados de la provincia de Chimborazo

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
<b>CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN</b>	
1.1. Situación problemática.....	1
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos de la investigación.....	8
1.4.1. Objetivo general.....	8
1.4.2. Objetivos específicos.....	8
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO</b>	
2.1. Marco filosófico o epistemológico de la investigación.....	9
2.1.1. La epistemología de la migración internacional.....	9
2.1.2. La epistemología de los emprendimientos.....	13
2.1.2.1. La teoría económica institucional.....	14
2.1.2.2. La teoría social cognitiva.....	15
2.1.2.3. La teoría de la complejidad autopoiesica.....	16
2.2. Antecedentes de la investigación.....	17
2.2.1. Antecedentes internacionales.....	21
2.2.2. Antecedentes nacionales.....	32
2.2.3. Antecedentes locales.....	46
2.3. Bases Teóricas.....	52
2.3.1. Migración.....	52
2.3.1.1. Definición.....	53
2.3.1.2. Los migrantes urbanos y rurales.....	54
2.3.1.3. Causas de la migración.....	54
2.3.1.4. Efectos de la migración.....	55

2.3.1.5. Desarrollo.....	56
2.3.2. Emprendimientos.....	57
2.3.2.1. El origen del término “entrepreneurship”.....	58
2.3.2.2. Investigación en la actividad emprendedora.....	59
2.3.2.3. El emprendedor.....	62
2.3.2.4. Características personales del emprendedor.....	65
2.3.2.5. Motivaciones del emprendedor.....	71
2.3.2.6. Factores del entorno para la actividad emprendedora.....	77
2.3.2.7. La conducta emprendedora.....	84
2.3.2.8. Evaluación del emprendimiento.....	86
2.3.2.9. Emprendimiento en el sector turismo.....	90
2.3.3. Análisis factorial.....	92
2.3.3.1. Modelo del análisis factorial.....	94
2.3.3.2. Elementos del análisis factorial.....	96
2.3.3.3. Validación del modelo.....	99
2.3.4. Análisis de regresión logístico.....	101
2.3.4.1. Regresión logística binaria.....	102
2.3.4.2. Requisitos y etapas de la regresión logística.....	103
2.3.4.3. Estimación de los coeficientes del modelo y error estándar.....	103
2.3.4.4. Multicolinealidad.....	104
2.3.4.5. Marcos conceptuales o glosario.....	105
2.4. Hipótesis de la investigación.....	112
2.4.1. Hipótesis general.....	112
2.4.2. Hipótesis específicas.....	112
2.4.3. Variables e indicadores.....	113
2.4.3.1. Hipótesis específica 1.....	113
2.4.3.2. Hipótesis específica 2.....	114

### CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	117
3.1.1. Tipo.....	117
3.1.2. Diseño de la investigación.....	117
3.2. Unidad de análisis.....	120
3.3. Población de estudio.....	120



3.4. Tamaño de la muestra .....	121
3.5. Selección de la muestra .....	121
3.6. Técnica de recolección de datos.....	122

## CAPÍTULO 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	124
4.1.1. Diagnóstico de la migración internacional de retorno y los emprendimientos turísticos (fase 1).....	124
4.1.1.1. Elementos relevantes para la puesta en marcha de un programa piloto.....	127
4.1.1.2. Dificultades asociadas al retorno y al proceso migratorio.	128
4.1.1.3. Falta de cultura organizacional y desconocimiento de gestión...	130
4.1.1.4. La capacitación como elemento clave.....	131
4.1.1.5. Características de personas participantes en el programa.	132
4.1.2. Características y perfiles de los migrantes retornados (fase 2)....	135
4.1.2.1. Validación de la encuesta sobre migraciones internacionales de retorno y emprendimientos turísticos...	135
4.1.2.2. Información general.....	139
4.1.2.3. País de destino y capacitación.....	143
4.1.2.4. Retorno y situación actual.....	149
4.1.2.5. Retorno y emprendimientos.....	156
4.1.2.6. Emprendimientos turísticos.....	161
4.1.2.7. Autoevaluación del perfil emprendedor.....	165
4.1.3. Análisis de factores y variables determinantes en la creación de emprendimientos turísticos (fase 3).....	168
4.1.3.1. Factores y variables determinantes del emprendedor.....	170
4.1.3.2. Factores y variables determinantes del entorno turístico...	172
4.1.3.3. Factores y variables determinantes del entorno institucional.	173
4.1.3.4. Factores y variables determinantes de la planificación ...	174
4.1.4. Descripción de las variables.....	175
4.1.5. Validez y fiabilidad de las escalas utilizadas (encuesta 2).....	186
4.1.5.1. Selección de expertos.....	186
4.1.5.2. Confiabilidad del instrumento.....	187
4.1.5.3. Factores y variables determinantes del emprendedor.....	188
4.1.5.4. Factores y variables determinantes del entorno turístico. .	189
4.1.5.5. Factores y variables determinantes del entorno institucional.	190

4.1.5.6.	Factores y variables determinantes de la planificación ...	191
4.1.6.	Análisis factorial: reducción de variables.....	192
4.1.6.1.	Factores relacionados con el emprendedor.....	193
4.1.6.2.	Factores relacionados con el entorno turístico.....	208
4.1.6.3.	Factores relacionados con el entorno institucional.....	226
4.1.6.4.	Factores relacionados con el proceso de planificación....	230
4.1.7.	Análisis de regresión logística.....	234
4.1.7.1.	Análisis de regresión logística del emprendedor.....	235
4.1.7.2.	Análisis de regresión logística del entorno turístico.....	249
4.1.7.3.	Análisis de regresión logística del entorno institucional...	264
4.1.7.4.	Análisis de regresión logística del proceso de planificación..	267
4.2.	Prueba de hipótesis .....	270
4.2.1.	Prueba de la hipótesis específica 1 .....	270
4.2.2.	Prueba de la hipótesis específica 2 .....	271
4.2.2.1.	Contraste de las hipótesis relativas al emprendedor.....	271
4.2.2.2.	Contraste de las hipótesis relativas al entorno turístico....	276
4.2.2.3.	Contraste de las hipótesis relativas al entorno institucional..	281
4.2.2.4.	Contraste de las hipótesis relativas a la planificación.....	283
4.2.3.	Modelo corregido de factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos .....	284

## CAPÍTULO 5. IMPACTOS

5.1.	Lineamientos estratégicos del programa de emprendimientos turísticos..	286
5.1.1.	Objetivos.....	286
5.1.2.	Dimensiones estratégicas del ecosistema emprendedor.....	286
5.1.2.1.	Lineamientos estratégicos del emprendedor.....	286
5.1.2.2.	Lineamientos estratégicos del entorno turístico.....	291
5.1.2.3.	Lineamientos estratégicos del entorno institucional.....	294
5.1.2.4.	Lineamientos estratégicos del proceso de planificación...	297
5.2.	Propuesta de actuación.....	299
5.2.1.	Condiciones previas y premisas iniciales.....	299
5.2.2.	Agentes institucionales.....	300
5.2.3.	Fases y funciones de los agentes .....	301
5.2.3.1.	Fase de difusión y publicidad.....	302
5.2.3.2.	Fase preparatoria.....	302

5.2.3.3.	Fase de detección y selección de participantes del programa	303
5.2.3.4.	Fase de capacitación, orientación y diseño del proyecto...	303
5.2.3.5.	Fase de implementación y seguimiento del proyecto.....	304
CONCLUSIONES.....		307
RECOMENDACIONES.....		310
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		312
ANEXOS.....		321

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Edad de los migrantes retornados.....	139
Tabla 2. Género de los migrantes retornados.....	140
Tabla 3. Nivel de instrucción.....	141
Tabla 4. Razones por las que emigró.....	142
Tabla 5. País al que emigró.....	143
Tabla 6. Tiempo de residencia en el país de destino.....	144
Tabla 7. Capacitación recibida en el país de destino.....	145
Tabla 8. Tipo de capacitación recibida.....	146
Tabla 9. Sector laboral de trabajo en el país de destino.....	147
Tabla 10. Utilidad actual de los conocimientos.....	148
Tabla 11. Razones por las que retorno a Ecuador.....	149
Tabla 12. Tiempo de retorno en Ecuador.....	150
Tabla 13. Problemas de integración social.....	151
Tabla 14. Problemas de integración económica.....	152
Tabla 15. Sector laboral donde trabaja actualmente.....	153
Tabla 16. Apoyo institucional público y privado para la inserción laboral.....	154
Tabla 17. Cómo mejorar la inserción laboral.....	155
Tabla 18. Emprendimiento luego de retornar.....	156
Tabla 19. Tipo de emprendimiento.....	157
Tabla 20. Dificultades para emprender.....	158
Tabla 21. ¿En qué sector le gustaría emprender?.....	159
Tabla 22. Disponibilidad de dinero para invertir.....	160
Tabla 23. Disponibilidad para invertir en un proyecto turístico.....	161
Tabla 24. Área en la que desea invertir.....	162
Tabla 25. Aspectos relevantes para los emprendimientos turísticos.....	163
Tabla 26. Disponibilidad para invertir en un proyecto piloto.....	164
Tabla 27. Autoevaluación de los migrantes de las variables que influyen en el	166

emprendizaje.....	
Tabla 28. Jerarquización de las variables que influyen en el emprendizaje.....	167
Tabla 29. Prueba de KMO y Bartlett.....	194
Tabla 30. Varianza total explicada.....	195
Tabla 31. Comunalidades.....	196
Tabla 32. Matriz de componente rotadoa.....	196
Tabla 33. Prueba de KMO y Bartlett.....	198
Tabla 34. Varianza total explicada.....	198
Tabla 35. Comunalidades.....	199
Tabla 36. Matriz de componente rotadoa.....	200
Tabla 37. Prueba de KMO y Bartlett.....	202
Tabla 38. Varianza total explicada.....	202
Tabla 39. Comunalidades.....	203
Tabla 40. Matriz de componente rotadoa.....	203
Tabla 41. Prueba de KMO y Bartlett.....	205
Tabla 42. Varianza total explicada.....	205
Tabla 43. Comunalidades.....	206
Tabla 44. Matriz de componente rotadoa.....	206
Tabla 45. Prueba de KMO y Bartlett.....	208
Tabla 46. Varianza total explicada.....	209
Tabla 47. Comunalidades.....	209
Tabla 48. Matriz de componente rotadoa.....	210
Tabla 49. Prueba de KMO y Bartlett.....	211
Tabla 50. Varianza total explicada.....	212
Tabla 51. Comunalidades.....	212
Tabla 52. Matriz de componente rotadoa.....	213
Tabla 53. Prueba de KMO y Bartlett.....	214
Tabla 54. Varianza total explicada.....	214
Tabla 55. Comunalidades.....	215
Tabla 56. Matriz de componente rotadoa.....	216
Tabla 57. Prueba de KMO y Bartlett.....	217
Tabla 58. Varianza total explicada.....	218
Tabla 59. Comunalidades.....	218
Tabla 60. Matriz de componente rotadoa.....	219
Tabla 61. Prueba de KMO y Bartlett.....	220

Tabla 62. Varianza total explicada.....	221
Tabla 63. Comunalidades.....	221
Tabla 64. Matriz de componentea.....	222
Tabla 65. Prueba de KMO y Bartlett.....	223
Tabla 66. Varianza total explicada.....	223
Tabla 67. Comunalidades.....	224
Tabla 68. Matriz de componentea.....	225
Tabla 69. Prueba de KMO y Bartlett.....	226
Tabla 70. Varianza total explicada.....	227
Tabla 71. Comunalidades.....	228
Tabla 72. Matriz de componente rotadoa.....	228
Tabla 73. Prueba de KMO y Bartlett.....	231
Tabla 74. Varianza total explicada.....	231
Tabla 75. Comunalidades.....	232
Tabla 76. Matriz de componente rotadoa.....	232
Tabla 77. Resumen del modelo.....	237
Tabla 78. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	237
Tabla 79. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	238
Tabla 80. Tabla de clasificaci3n.....	238
Tabla 81. Variables en la ecuaci3n.....	239
Tabla 82. Resumen del modelo.....	240
Tabla 83. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	240
Tabla 84. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	241
Tabla 85. Tabla de clasificaci3n.....	241
Tabla 86. Variables en la ecuaci3n.....	242
Tabla 87. Resumen del modelo.....	243
Tabla 88. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	243
Tabla 89. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	244
Tabla 90. Tabla de clasificaci3n.....	244
Tabla 91. Variables en la ecuaci3n.....	245
Tabla 92. Resumen del modelo.....	246
Tabla 93. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	246
Tabla 94. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	247
Tabla 95. Tabla de clasificaci3n.....	247
Tabla 96. Variables en la ecuaci3n.....	248

Tabla 97. Resumen del modelo.....	250
Tabla 98. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	250
Tabla 99. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	251
Tabla 100. Tabla de clasificación.....	251
Tabla 101. Variables en la ecuación.....	252
Tabla 102. Resumen del modelo.....	253
Tabla 103. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	253
Tabla 104. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	253
Tabla 105. Tabla de clasificación.....	254
Tabla 106. Variables en la ecuación.....	254
Tabla 107. Resumen del modelo.....	255
Tabla 108. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	255
Tabla 109. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	256
Tabla 110. Tabla de clasificación.....	256
Tabla 111. Variables en la ecuación.....	257
Tabla 112. Resumen del modelo.....	258
Tabla 113. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	258
Tabla 114. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	259
Tabla 115. Tabla de clasificación.....	259
Tabla 116. Variables en la ecuación.....	260
Tabla 117. Resumen del modelo.....	261
Tabla 118. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	261
Tabla 119. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	261
Tabla 120. Tabla de clasificación.....	262
Tabla 121. Variables en la ecuación.....	262
Tabla 122. Resumen del modelo.....	263
Tabla 123. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	263
Tabla 124. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	263
Tabla 125. Tabla de clasificación.....	263
Tabla 126. Variables en la ecuación.....	264
Tabla 127. Resumen del modelo.....	265
Tabla 128. Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	265
Tabla 129. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....	265
Tabla 130. Tabla de clasificación.....	266
Tabla 131. Variables en la ecuación.....	266

Tabla 132. Resumen del modelo	267
Tabla 133. Prueba de Hosmer y Lemeshow	267
Tabla 134. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow	268
Tabla 135. Tabla de clasificación	268
Tabla 136. Variables en la ecuación	269



## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Importancia económica y social.....	49
Cuadro 2. Áreas de intervención. Desafíos e instrumentos.....	50
Cuadro 3. Importancia económica y social “estimada”.....	50
Cuadro 4. Áreas de intervención. Desafíos e instrumentos.....	52
Cuadro 5. Dimensiones, factores y variables de la hipótesis específica 1.....	113
Cuadro 6. Dimensiones, factores y variables de la hipótesis específica 2.1.....	114
Cuadro 7. Dimensiones, factores y variables de la hipótesis específica 2.2.....	115
Cuadro 8. Dimensiones, factores y variables de la hipótesis específica 2.3.....	116
Cuadro 9. Dimensiones, factores y variables de la hipótesis específica 2.4.....	116
Cuadro 10. Expertos seleccionados para validar la encuesta 1.....	135
Cuadro 11. Análisis de datos mediante W de Kendall.....	136
Cuadro 12. Coeficiente de concordancia W de Kendall.....	137
Cuadro 13. Estadístico Alfa de Cronbach.....	138
Cuadro 14. Factores y variables del emprendedor.....	171
Cuadro 15. Factores y variables del entorno turístico.....	173
Cuadro 16. Factores y variables del entorno institucional.....	174
Cuadro 17. Factores y variables de planificación.....	175
Cuadro 18. Descripción de cada variable y código asignado.....	176
Cuadro 19. Expertos seleccionados para validar la encuesta 2.....	187
Cuadro 20. Alfa de Cronbach de los factores del emprendedor.....	189
Cuadro 21. Alfa de Cronbach de los factores del entorno turístico.....	190
Cuadro 22. Alfa de Cronbach de los factores del entorno institucional.....	191
Cuadro 23. Alfa de Cronbach del proceso de planificación.....	191
Cuadro24. Dimensiones, factores y número de variables.....	193
Cuadro 25. Variables socio-demográficas.....	194
Cuadro 26. Variables agregadas para el modelo logístico.....	197
Cuadro 27. Variables de personalidad.....	197

Cuadro 28. Variables agregadas para el modelo logístico.....	201
Cuadro 29. Variables de motivación.....	201
Cuadro 30. Variables agregadas para el modelo logístico.....	204
Cuadro 31. Variables de capacidades y competencias.....	204
Cuadro 32. Variables agregadas para el modelo logístico.....	207
Cuadro 33. Variables relacionadas con el entorno administrativo.....	208
Cuadro 34. Variables agregadas para el modelo logístico.....	211
Cuadro 35. Variables relacionadas con el entorno político.....	211
Cuadro 36. Variables agregadas para el modelo logístico.....	213
Cuadro 37. Variables relacionadas con la producción y servicios.....	214
Cuadro 38. Variables agregadas para el modelo logístico.....	216
Cuadro 39. Variables del entorno cultural.....	217
Cuadro 40. Variables agregadas para el modelo logístico.....	220
Cuadro 41. Variables de la infraestructura.....	220
Cuadro 42. Variables agregadas para el modelo logístico.....	222
Cuadro 43. Variables del mercado.....	223
Cuadro 44. Variables agregadas para el modelo logístico.....	225
Cuadro 45. Factores y variables del entorno institucional.....	226
Cuadro 46. Variables agregadas para el modelo logístico.....	234
Cuadro 47. Variables del proceso de planificación.....	234
Cuadro 48. Variables agregadas para el modelo logístico.....	233
Cuadro 49. Variables independientes originales y agregadas del emprendedor.	237
Cuadro 50. Variables independientes originales y agregadas del entorno turístico.....	249
Cuadro 51. Variables independientes originales y agregadas del entorno institucional.....	264
<i>Cuadro 52.</i> Variables independientes originales y agregadas del proceso de planificación.....	267
Cuadro 53. Constante y significancia para las variables sociodemográficas del emprendedor.....	272
Cuadro 54. Constante y significancia para las variables de personalidad del emprendedor.....	273
Cuadro 55. Constante y significancia para las variables de motivación del emprendedor.....	274
Cuadro 56. Constante y significancia de las variables de capacidades y competencias del emprendedor.....	275
Cuadro 57. Constante y significancia de las variables administrativas del entorno turístico.....	276
Cuadro 58. Constante y significancia de las variables de la política del entorno turístico.....	277

Cuadro 59. Constante y significancia de las variables producción y servicios del entorno turístico.....	278
Cuadro 60. Constante y significancia de las variables culturales del entorno turístico.....	279
Cuadro 61. Constante y significancia de las variables de infraestructura del entorno turístico.....	280
Cuadro 62. Constante y significancia de las variables de mercado del entorno turístico.....	281
Cuadro 63. Constante y significancia de las variables del entorno institucional	282
Cuadro 64. Constante y significancia de las variables del proceso de planificación...	283
Cuadro 65. Esquema de la propuesta de actuación.....	306

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Esquema de un análisis factorial.....	93
Figura 2. Función Logística con $bo + b1 x + e$ en el eje horizontal.....	103
Figura 3. Diseño de la investigación.....	119
Figura 4. Edad de los migrantes retornados.....	139
Figura 5. Género de los migrantes retornados.....	140
Figura 6. Nivel de instrucción.....	141
Figura 7. Razones por las que emigró.....	142
Figura 8. País al que emigró.....	143
Figura 9. Tiempo de residencia en el país de destino.....	144
Figura 10. Capacitación recibida en el país de destino.....	145
Figura 11. Tipo de capacitación recibida.....	146
Figura 12. Sector laboral de trabajo en el país de destino.....	147
Figura 13. Utilidad actual de los conocimientos.....	148
Figura 14. Razones por las que retorno a Ecuador.....	149
Figura 15. Tiempo de retorno en Ecuador.....	150
Figura 16. Problemas de integración social.....	151
Figura 17. Problemas de integración económica.....	152
Figura 18. Sector laboral donde trabaja actualmente.....	153
Figura 19. Apoyo institucional público y privado para la inserción laboral.....	154
Figura 20. Cómo mejorar la inserción laboral.....	155
Figura 21. Emprendimiento luego de retornar.....	156
Figura 22. Tipo de emprendimiento.....	157
Figura 23. Dificultades para emprender.....	158
Figura 24. ¿En qué sector le gustaría emprender?.....	159
Figura 25. Disponibilidad de dinero para invertir.....	160
Figura 26. Disponibilidad para invertir en un proyecto turístico.....	161
Figura 27. Área en la que desea invertir.....	162
Figura 28. Aspectos relevantes para los emprendimientos turísticos.....	163

Figura 29. Disponibilidad para invertir en un proyecto piloto.....	164
Figura 30. Modelo teórico propuesto de factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos.....	169
Figura 31: Gráfico de sedimentación de los factores socio-demográficos.....	195
Figura 32: Gráfico de sedimentación de los factores de personalidad.....	199
Figura 33: Gráfico de sedimentación de los factores de motivación.....	202
Figura 34: Gráfico de sedimentación de los factores de capacidades y competencias...	205
Figura 35: Gráfico de sedimentación de los factores administrativos.....	209
Figura 36: Gráfico de sedimentación de los factores políticos.....	212
Figura 37: Gráfico de sedimentación de los factores de producción y servicios..	215
Figura 38: Gráfico de sedimentación de los factores del entorno cultural.....	218
Figura 39: Gráfico de sedimentación de los factores de infraestructura.....	221
Figura 40: Gráfico de sedimentación de los factores de mercado.....	224
Figura 41: Gráfico de sedimentación de los factores del entorno institucional...	227
Figura 42: Gráfico de sedimentación de los factores de planificación.....	231
Figura 43. Región de rechazo de $H_0$ .....	270
Figura 44. Modelo corregido de factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos.....	284

## RESUMEN

El objetivo es evaluar las potencialidades y factores determinantes de la población migrante internacional retornada para el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba-Ecuador. La investigación es correlacional y explicativa, el diseño del estudio parte de técnicas de análisis cualitativo, descriptivo y probabilístico en un estudio de caso. La investigación se compone de tres fases que se suceden en el tiempo: Fase 1. Diagnóstico situacional de la migración internacional de retorno y los emprendimientos turísticos, cuya muestra fue de 15 entrevistas en profundidad aplicadas a responsables institucionales o técnicos, representantes de asociaciones e investigadores; Fase 2. Análisis de las características de los migrantes internacionales retornados, la muestra fue de 271 encuestas a migrantes retornados; Fase 3. Análisis de los factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos, con una muestra de 30 encuestas aplicadas a expertos en migración internacional y emprendimientos turísticos. Las entrevistas en profundidad recogieron información sobre características, evolución e impacto de las migraciones, políticas públicas, migraciones internacionales y emprendimiento turístico; a través de las encuestas se obtuvieron las características y potencialidades de los migrantes para el emprendimiento; por otra parte se identificaron las variables y factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos. Entre los hallazgos más importantes se detectó una apuesta institucional para el desarrollo de emprendimientos turísticos, el 67% de migrantes retornados tiene una actitud y aptitud positiva hacia el emprendimiento. Mediante el análisis factorial confirmatorio se identificaron los factores determinantes del emprendedor, entorno turístico, el entorno institucional y el proceso de planificación. Finalmente, se plantearon los lineamientos estratégicos y una propuesta de actuación para el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba.

**Palabras Clave:** Migración, Emprendimientos Turísticos, Factores, Programa Piloto.

## ABSTRACT

The aim is to assess the potential and determining factors of international migrants who have returned for the development of tourist ventures in the city of Riobamba, Ecuador. The research is correlational and explanatory; the study design comes from some qualitative, descriptive and probabilistic analysis techniques through a case study. The research consists of three phases that occur over time: Phase 1. Situational Diagnosis of the returned international migration and tourist ventures, whose sample consisted of 15 in-depth interviews applied to institutional decision-makers or technical managers, representatives of associations and researchers; Phase 2. Analysis of the characteristics of returned international migrants, the sample was 271 surveys applied to returned migrants; Phase 3. Analysis of factors and determining variants for the development of tourist ventures, with a sample of 30 surveys applied to experts in international migration and tourism ventures. In-depth interviews collected information on characteristics, evolution and impact of migration, public policies, number of international migrations and tourist ventures; the characteristics and potential of migrants for entrepreneurship were obtained through surveys; on the other hand, the variables and determining factors for tourist ventures were identified. Among the most important findings there is an institutional commitment for the development of tourist ventures, 67% of returning migrants have a positive attitude and competence towards entrepreneurship. Through a confirmatory factor analysis, the determining factors of the entrepreneur were identified as well as the tourist environment and the institutional environment. Finally, the strategic guidelines and an action proposal for the development of tourism ventures in the city of Riobamba are proposed.

**Keywords:** Migration, Tourist Enterprises, Factors, Pilot Program.

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Situación Problemática**

En Ecuador se puede evidenciar desde hace más de un siglo los movimientos migratorios a nivel nacional e internacional; luego de la reforma agraria, en la década de los 70 del siglo pasado, se intensifica la migración del campo a la ciudad, creciendo las urbes de una manera acelerada y desordenada, incrementándose los cordones de miseria, mientras en el campo la productividad disminuyó considerablemente. “Existe una relación directa entre migración, marginación y desarrollo humano; tanto que aquellas zonas con los menores niveles de desarrollo y con una existencia importante de marginación son aquellos que tienen las más altas tasas de expulsión de población” (ONU, 2010).

En el año 1999 se observó la mayor caída del sistema financiero del país, la crisis bancaria y cambiaria producida en 1998 y 1999 en la presidencia de Jamil Mahuad, el dólar experimentó una abismal subida de 8.000 a 25.000 sucres, originando la migración de dos millones de ecuatorianos hacia España, Estados Unidos e Italia, en busca de trabajo y mejores días para su familia (Álvarez, 2008).

Herrera, Moncayo y Escobar (2012) sostienen que la desaceleración de la migración se produce principalmente en el flujo hacia Europa y es causada por factores externos: la implantación de la visa Schengen a los ciudadanos ecuatorianos y, desde 2008 en adelante, la crisis financiera global que se traduce en una caída drástica del empleo en el principal destino de la migración ecuatoriana: España. La agudización de la crisis en los países de destino no solo ha inhibido la salida de nuevos emigrantes del Ecuador sino que ha frenado los procesos de reunificación familiar e inclusive está incentivando el retorno (Izaguirre, 2011; Moncayo, 2011; Schramm, 2011). En cuanto a la inmigración,



los flujos que han llegado al país siguen siendo mayoritariamente transfronterizos, de Perú y Colombia, con un leve crecimiento de la llegada de otras nacionalidades.

Debido a la recesión mundial que golpea a los principales países de destino de los migrantes latinoamericanos y andinos (Estados Unidos, España e Italia), los trabajadores migratorios se ven afectados por situaciones como la falta de empleo, la reducción de horas laborales y la disminución de sus ingresos. Esta recesión no solo tiene consecuencias para ellos, sino para la cadena de personas, familias e instituciones nacionales y supranacionales que están de una u otra manera vinculados y que van desde las familias receptoras de remesas, pasando por las empresas remesadoras y otros intermediarios financieros; hasta el nivel macro: las economías de los estados. Por lo tanto, esta crisis en su relación con las migraciones implica desafíos en diversos niveles (Genta, 2009).

De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014), en los últimos diez años retornaron al país 299.067 migrantes, de los cuales 4.988 corresponden a la provincia de Chimborazo y 1.705 a la ciudad de Riobamba. Lo que pone de manifiesto la importancia del problema objeto de estudio. Los retornados provienen en un 46% de España, un 26% de Estados Unidos y un 6% de Italia (OIM, 2012).

Según el Sistema Integrado de Indicadores Sociales de Ecuador (2014), la ciudad de Riobamba muestra una tasa de pobreza por necesidades básicas insatisfechas del 28%, mientras que a nivel del cantón Riobamba se incrementa al 46,4% y en la provincia de Chimborazo llega al 66,5%. La tasa a nivel del cantón Riobamba, se sitúa sensiblemente sobre la media estatal 36% e indica importantes debilidades en cuanto tiene que ver con el desarrollo económico y el bienestar social.

Aunque para analizar este tema haya que tener en cuenta diferentes factores y aspectos estructurales, es relevante estudiar el modelo productivo del cantón para poder profundizar en este indicador social que subraya una significativa incidencia de la pobreza dentro del cantón Riobamba. Con respecto a la tasa de participación laboral es destacable que más de la mitad de ella; es decir, el 54,6% tiene alguna actividad económica (SIISE, 2014).

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2011), en las Agendas para la Transformación Productiva de la provincia de Chimborazo, observa que las principales actividades productivas de la zona son los sectores: agropecuario, manufacturero y de servicios; tienen un gran peso y absorben a la mitad de las personas activas, su aporte para la creación de riqueza es mucho más limitado. Dicho de otro modo, es un escenario en el que el modelo productivo, basado en los sectores agropecuario, manufacturero y de servicios, muestra importantes debilidades en términos de productividad y para la creación de riqueza y, por ende, desarrollo económico y social.

Dentro de este proceso es necesario establecer líneas de investigación y programas públicos que puedan también conformar el cambio de matriz productiva, tal y como subraya el Plan del Buen Vivir, en el cantón Riobamba, en aras de un sector agropecuario, manufacturero y de servicios con mayor productividad y valor añadido, un mayor peso de la industria o el desarrollo paulatino del sector turístico. Para ello es fundamental la puesta en marcha de emprendimientos en estas áreas, que puedan conformar e iniciar un verdadero cambio de matriz productiva en Riobamba.

Las potencialidades que plantean los flujos migratorios para el emprendimiento turístico no sólo se corresponden a las remesas, cada vez más en estos últimos años se detecta la vuelta y el retorno de personas migrantes de origen ecuatoriano (Izaguirre, 2011; Schramm, 2011; Ramírez, 2013). Estos emigrantes retornados, junto a los posibles capitales económicos que poseen muestran en muchos casos también toda una serie de capacidades de tipo intangible asociadas a los capitales sociales y humanos, destrezas y competencias aprendidas en el lugar de destino migratorio. Estas habilidades, sobre todo en lo que corresponde a nuevas lógicas organizacionales dentro del mercado laboral o a conocimientos tecnológicos ofrecen una gran potencialidad para la puesta en marcha de emprendimientos productivos con posibilidades de éxito y sostenibilidad en el tiempo.

Las potencialidades turísticas con que cuenta la provincia de Chimborazo y concretamente el cantón Riobamba, no han sido aprovechadas adecuadamente hasta el momento. Se requiere desarrollar el grupo prioritario de negocios turísticos para la provincia de Chimborazo como: turismo ecológico y de aventura, turismo de

observación, turismo etnológico y arqueológico, turismo de salud y comunitario (MCPEC, 2011).

Así, este proyecto es un claro exponente de la posible colaboración entre instituciones académicas, públicas y privadas a través de una investigación social netamente aplicada, con un elevado criterio de factibilidad por el gran interés demostrado por los involucrados. Nace con una clara vocación para ofrecer las herramientas precisas y adecuadas a la sociedad para su desarrollo y promoción.

## **1.2. Formulación del problema**

¿De qué manera, los migrantes internacionales retornados pueden desarrollar emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba-Ecuador en el año 2016?

Los problemas específicos son los siguientes:

- a. ¿Cómo el colectivo migrante internacional retornado influye en el desarrollo de emprendimientos turísticos?
- b. ¿Cuáles son los factores y variables determinantes que influyen en el desarrollo de emprendimientos turísticos?

### 1.3. Justificación

Se justifica por cuanto es un problema de actualidad y de trascendencia social y económica, en los últimos diez años se observa en la ciudad de Riobamba que 1.705 migrantes internacionales han retornado (INEC, 2014). Existe una justificación teórica, por cuanto el propósito de la investigación es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente sobre la migración internacional de retorno, que en estos últimos años ha cobrado relevancia dentro del estudio de las migraciones internacionales y la movilidad humana, y el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba. También tiene una justificación práctica, por cuanto su desarrollo ayudará a determinar estrategias para resolver varios problemas que la misma ocasiona. Finalmente se justifica metodológicamente al orientar con nuevas estrategias para generar conocimiento válido y preciso.

El proyecto se encuentra alineado con el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, la Agenda para la Transformación Productiva Territorial del país y de la provincia de Chimborazo y el Plan de Desarrollo Turístico 2020.

El poder contar con datos permanentes y confiables permitirá conocer cuál es el impacto que está teniendo y pueden tener las migraciones internacionales de retorno y los emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba, a fin de delinear las políticas públicas locales necesarias para un abordaje integral, y coordinar las acciones pertinentes para la incidencia de este ámbito. En el Plan de Desarrollo Turístico 2020 se propone promover una cadena productiva turística armonizada, que dinamice actividades económicas tales como el alojamiento, la alimentación y el transporte, entre otros servicios, con alta incidencia en la valorización del patrimonio cultural y natural. Con el propósito de impulsar el turismo de manera planificada a largo plazo promoviendo la multiplicación de fuentes de empleo como base económica para el país y en especial en las comunidades locales.

El modelo productivo actual de la ciudad de Riobamba, basado en las actividades productivas de los sectores: agropecuario, manufacturero y de servicios (MCPEC, 2011), muestra importantes debilidades en términos de productividad y para la creación de riqueza y, por ende, desarrollo económico y social. Todo ello, lleva a un contexto en

el que se hace perentoria la reflexión en torno al modelo de crecimiento en la ciudad de Riobamba y el papel que tiene que jugar la matriz productiva dentro de todo este proceso, aprovechando incluso el debate que se está dando a nivel nacional en este ámbito a través del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, ya que tal y como indica dicho plan “en la matriz productiva se asienta la esencia de la realidad económica y social del país” (SENPLADES, 2013)

Este plan, que se convierte en el documento rector de las políticas públicas para el Ecuador subraya a través de su décimo objetivo la necesidad del cambio de matriz productiva, impulsando sectores como la industria, la innovación en el sector agrario, los servicios de alto valor añadido o el desarrollo turístico. Todo ello bajo la premisa de la innovación y el conocimiento (SENPLADES, 2013).

Para contribuir con el cambio de la matriz productiva en el área turística en la ciudad de Riobamba, se debe aprovechar los capitales económicos y conocimientos aprehendidos en los países de destino de los migrantes, con el fin de “fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva” (SENPLADES, 2013).

Según datos del Banco Central del Ecuador (2014), por concepto de remesas en la provincia de Chimborazo se receptaron USD 58.3 millones, monto que representó el 10.1% del total provincial? La distribución de este flujo recayó mayoritariamente en su capital Riobamba, que representó el 62.0% (USD 36.2 millones) del total recibido en la provincia. Igualmente, el remanente se distribuyó en Alausí, Chunchi, Cumandá, Guamate, entre otras. Esta comparativa nos ofrece una buena perspectiva de la relevancia de las remesas en la provincia y de las potencialidades que ofrecen para la puesta en marcha de emprendimientos productivos y el impulso del desarrollo económico y social.

Dentro de los potenciales que plantean los flujos migratorios para el emprendimiento no solo se encuentran las remesas, cada vez más en estos últimos años se detecta la vuelta y el retorno de personas migrantes de origen ecuatoriano (Schramm, 2011; Ramírez, 2013). Estos migrantes retornados, junto a los posibles capitales económicos que poseen muestran en muchos casos también toda una serie de capacidades de tipo intangible asociadas a los capitales sociales y humanos y a las destrezas y competencias

aprehendidas en el lugar de destino migratorio. Estas habilidades, sobre todo en lo relacionado a nuevas lógicas organizacionales dentro del mercado laboral o a conocimientos tecnológicos ofrecen una gran potencialidad para la puesta en marcha de emprendimientos turísticos con posibilidades de éxito y sostenibilidad en el tiempo.

A través de este proyecto de investigación se desea profundizar en la relación entre migraciones internacionales de retorno y emprendimientos turísticos, analizar las características y perfiles idóneos de los migrantes retornados e identificar las variables determinantes para el desarrollo exitoso de los emprendimientos turísticos en un escenario prospectivo y colaborar a su vez en el cambio de matriz productiva en la ciudad de Riobamba. Para ello, se quiere partir de lo que ya existe y plantear cauces de colaboración, cooperación y coordinación con todos los agentes socioeconómicos e instituciones públicas implicadas, para así poder aprovechar al máximo las capacidades y capitales de los migrantes y sus familias. Todo ello desde un acercamiento en el que toma relevancia la innovación social como fuente y base para el desarrollo económico y social.

Así, este proyecto es un claro exponente de la posible colaboración entre universidad-sociedad y de transferencia de conocimiento a través de una investigación social netamente aplicada. Nace con una clara vocación para ofrecer las herramientas precisas y adecuadas a la sociedad para su desarrollo y promoción, que es precisamente uno de los objetivos que tiene la universidad.

Las instituciones interesadas y que requieren del proyecto para contribuir con soluciones al problema planteado son: Asociación de Migrantes Retornados de la Provincia de Chimborazo, Universidad Nacional de Chimborazo, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Riobamba, Ministerio de Turismo Zona 3, Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana Zona 3.

## **1.4. Objetivos de la Investigación**

### **1.4.1. *Objetivo General***

Evaluar las potencialidades y factores determinantes de la población migrante internacional retornada para el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba-Ecuador en el año 2016.

### **1.4.2. *Objetivos Específicos***

- a. Realizar un diagnóstico de la situación actual del colectivo migrante internacional retornado y su influencia en el desarrollo de emprendimientos turísticos.
- b. Determinar mediante el análisis factorial confirmatorio los factores y variables determinantes que influyen en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

## **CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO**

El marco teórico comprende los antecedentes del problema, las bases teóricas y el marco conceptual o glosario.

Los antecedentes describen los estudios anteriores que han abordado la misma situación problemática, organizado a nivel internacional, **nacional** y local. En las bases teóricas, se describe brevemente la literatura, la teoría y conceptos relacionado con el estudio.

### **2.1. Marco filosófico o epistemológico de la investigación**

#### ***2.1.1. La epistemología de la migración internacional***

La migración internacional se la define como “el movimiento de personas, es decir no nacionales o extranjeros, que cruzan las fronteras nacionales con otros propósitos, que no sean el turismo o las estancias breves” (Messina & Lahab, 2006).

“Existen multitud de disciplinas que ofrecen diferentes perspectivas desde las que abordar la realidad migratoria. Si bien es verdad no todas son relevantes desde el punto de vista teórico, es necesario apuntar que no existe una sola teoría coherente y unificada de las migraciones internacionales, solo una serie de teorías y diferentes concepciones metodológicas que se han ido desarrollando en gran medida de forma aislada unas de otras” (Díaz, 2007).

El movimiento migratorio internacional tiene sus inicios en el siglo XV, con la expansión colonial europea, cuyo principal interés estuvo centrado en la explotación económica de los territorios colonizados y la expansión cultural. En la actualidad, la migración está relacionada con los procesos de globalización comercial, tecnológica,



social y cultural. Los problemas económicos, medioambientales, políticos y sociales que ocurren en la actualidad, han motivado los flujos migratorios hacia los países desarrollados.

El estudio de las migraciones internacionales y la generación de conocimiento científico tienen sus inicios en Gran Bretaña y Estados Unidos a finales del siglo XIX, por cuanto estos dos países recibían una gran cantidad de migrantes y los consecuentes problemas sociales que se producían. Los primeros estudios se centraron en la caracterización sociodemográfica y los cambios sociales que se producían como efecto de la migración.

Entre los primeros investigadores se encuentran a Ravenstein, William Isaac Thomas y Florian Znaniecki.

Ravenstein consideraba que la mayoría de las migraciones eran voluntarias, por lo que sobre los estímulos para emigrar se puede hablar de facilidades educacionales, salubridad del clima o carestía de vida. Es curioso comprobar cómo, ya desde el principio de los estudios sobre las migraciones, el clima es una variable a tener en cuenta. Las migraciones, para Ravenstein, forman parte y expresan un proceso de desarrollo económico, social, y cultural que se difunde a partir de los centros de industrialización y de comercio, creando nuevos centros en las zonas de dispersión. Se trata de núcleos en expansión mejor conectados, donde hay más vida, intercambios y oportunidades (Díaz, 2007).

William Isaac Thomas y Florian Znaniecki son dos autores interesados en conocer las regularidades sociales relacionadas con las migraciones (Thomas, Znaniecki, & Zaretsky, 1996). En contraste con Ravenstein estos autores adoptan una perspectiva sociológica de la realidad social. Mientras que para Ravenstein lo más importante era el volumen de migrantes y sus características sociodemográficas, estos sociólogos proponen un estudio cualitativo, y reclaman la posibilidad de usar la comparación libremente para contrastar tradiciones, costumbres, valores sociales y actitudes individuales, a través de las cuales consideran que es posible obtener conocimiento sobre las instituciones y organizaciones sociales.

En cuanto tiene que ver con las teorías económicas de las migraciones, “los orígenes de la perspectiva económica *neoclásica*, se encuentran en los escritos del autor Ravenstein. Esta tradición de pensamiento sigue viva en el trabajo de distintos geógrafos,

economistas y demógrafos. Afirman que el ser humano se mueve de áreas muy pobladas a áreas menos pobladas y de áreas pobres a áreas más prosperas, ligando las migraciones con los ciclos de negocios. Su concepto principal reside en el “capital humano”, postulando que la gente decide invertir en migración del mismo modo que deciden invertir en educación, ya que esta aumenta su capital humano y trae futuras ganancias (Díaz, 2007).

Las teorías *pull*, *push* consideran las migraciones como unidireccionales. Esta concepción dualista, propia del paradigma modernizador tiene un trasfondo evolucionista, ya que concibe el progreso humano de forma unidireccional y etnocéntrica, ya que su modelo son las sociedades capitalistas. Esta aproximación tiene su influencia en el enfoque neoliberal aunque es muy limitado a la hora de explicar los flujos internacionales. Por otro lado existen autores que ven una necesidad en el complementar las decisiones individuales con mecanismos institucionales (supra-individuales) básicos (Díaz, 2007).

Las teorías *neo-liberales* evolucionan con la introducción de la perspectiva de la modernización encuadrada dentro de las teorías del desarrollo, que suponen que el crecimiento económico traería como consecuencia la retirada del excedente de mano de obra en la agricultura y la incorporación de trabajadores al sector industrial urbano, como consecuencia, se entenderá que las migraciones forman parte de un proceso unidireccional de movimiento de personas desde el campo a la ciudad o desde las sociedades tradicionales a las sociedades modernas (Díaz, 2007).

A nivel micro, el punto de partida para el análisis es la decisión individual de la persona que lleva a cabo la conducta migratoria. La decisión de emigrar responde a la situación en la que se encuentra el individuo y a la percepción de las oportunidades que podrá aprovechar a su llegada. La teoría defiende que la decisión será tomada considerando costes-beneficios de la migración. En esta línea, autores como W. W Rostov formula una serie de etapas inevitables por las cuales regiones y países progresarían hasta salir de su atraso económico y acercarse a los países desarrollados (Eisenstadt, 1978).

Del mismo modo la teoría de la *modernización* aplicada a las migraciones internacionales entronca con las teorías dinámicas de la colonización de los economistas clásicos como Adam Smith, David Ricardo o Stuart Mill. Todos estos científicos

sociales discutieron sobre la importancia de las migraciones internacionales como una posibilidad de externalizar las economías domésticas consiguiendo, por tanto, un radio de acción mayor de difusión de la civilización. A partir de los años 70, los procesos migratorios que se analizan son los que tienen su origen en los países de desarrollo y se dirigen hacia los países desarrollados. Tratar el problema de las migraciones internacionales desde el punto de vista de los países de destino implica, según este esquema, reconocer que la emigración supone, “una respuesta al retraso del desarrollo” o “como una solución individual o familiar ante unas condiciones de vida desfavorables” (Mason & Tapinos, 2000).

Joaquín Arango (1985), amplía las leyes de Ravenstein de siete a doce, incluyendo tres leyes nuevas, la primera la formula diciendo que “la principal causa de las migraciones son las disparidades económicas, y el móvil económico predomina entre los motivos de las migraciones”. Además añade que la “mayoría de los inmigrantes son adultos”, “que las grandes ciudades crecen más por inmigración que por incremento vegetativo”, y que “las migraciones tienden a aumentar con el desarrollo económico y con el progreso de la tecnología y el transporte” (Arango, 1985).

En la práctica, la pareja de factores *pull-push* ha sido usada por los investigadores como un instrumento conceptual que permite identificar una serie de causas y efectos de unas migraciones particulares que tienen su origen en el destierro y en el lugar de acogida marcadas por la necesidad de integración. Se trata de un análisis estructural puesto que pone el acento en el papel de la falta de oportunidades económicas, las presiones demográficas, ecológicas, políticas y culturales en los lugares de origen, las cuales motivan la inmigración. Por otro lado resalta las necesidades laborales, el envejecimiento poblacional y la mundialización de la cultura como factores de atracción de emigrantes hacia los países desarrollados (Díaz, 2007).

A partir de los años 80 la versión tradicional de estas teorías empieza a reformularse, ya que las migraciones empiezan a no beneficiar ni al país receptor ni al país emisor. Si Michael Todaro (1988), definió la emigración como un fenómeno económico, resultado de una decisión perfectamente racional (Todaro, 1988); Oded Strak (1993), ha intentado mejorar su propuesta tomando a la familia, y no al individuo, como unidad de análisis primordial, partiendo de la idea de “familia equipo” (Stark, 1988).

En los últimos años la teoría del *sistema migratorio* ha cobrado fuerza en el estudio del fenómeno migratorio. Esta, trata de incluir un mayor número de disciplinas en el estudio de las migraciones internacionales, con el fin de cubrir todas las dimensiones existentes en la experiencia migratoria. La tendencia principal es analizar los sistemas regionales de migración. Esta nueva aproximación afirma que las migraciones se producen por la existencia de diversos vínculos entre el país receptor y emisor, vínculos basados principalmente en la colonización. Sin embargo la globalización ha creado un mundo más interconectado hace que se creen otro tipo de flujos migratorios, entre lugares sin vínculos históricos, o culturales. Del mismo modo, las políticas migratorias restrictivas hacen que los canales de salida de inmigrantes se desvíen hacia donde “sea más fácil” (Díaz, 2007).

### **2.1.2. La epistemología de los emprendimientos**

En estos últimos tiempos se puede observar un auge de los emprendimientos empresariales debido a los procesos de globalización comercial, tecnológica, social y cultural; por otro lado los problemas económicos, medioambientales, políticos y sociales que ocurren en la actualidad, han motivado a instituciones públicas, privadas y sociales a participar activamente en la búsqueda de soluciones, considerando al emprendimiento como una alternativa importante para mejorar la situación económica y social de la humanidad.

Según Orrego Clara (2009), en el ámbito académico, el emprendimiento ha sido calificado por algunos estudiosos como un campo *emergente*, como una disciplina en etapa de construcción, y entre ellos hay quienes argumentan que su debilidad estriba en la etapa preteórica en la que se encuentra; sin embargo, evidencia en las últimas décadas un incremento en las publicaciones de los principales *journals* de administración y emprendimiento (Busenitz, Shepherd, & Chandler, 2003).

El emprendimiento ha sido abordado desde diferentes perspectivas epistemológicas, entre los más importantes tenemos: la teoría económica institucional, la teoría social cognitiva y la complejidad autopoiesica.

### **2.1.2.1. La teoría económica institucional**

Douglas North (1990-2005) desarrolló la teoría económica institucional, teniendo en cuenta los factores del entorno que inciden en la creación de empresas y al empresario como agente responsable y catalizador, que tiene incidencia en organizaciones políticas, económicas, sociales y educativas.

La interacción entre instituciones (“reglas de juego”) y organizaciones (“jugadores”) dará forma a la evolución y al cambio institucional y, consecuentemente, éste influirá en el desempeño económico a largo plazo. En nuestro planteamiento, las instituciones corresponden a los factores formales e informales condicionantes de la creación de empresas y las organizaciones que tendrán mayor interés serán las empresas y los empresarios que las dirigen, más concretamente los empresarios que las crearon, influyendo en el crecimiento y desarrollo económico de un país o región. También serán relevantes otras organizaciones y sus agentes relacionados directa o indirectamente con la creación de empresas, tales como los organismos de asistencia al nuevo empresario, entre las que se incluyen administraciones o asociaciones de empresarios, sindicatos, patronales, universidades, etc. (Pulido, Díaz, & Hernández, 2005)

En esta teoría se considera las instituciones formales como responsables de generar las leyes, los reglamentos y los procedimientos gubernamentales mientras que las instituciones informales incluyen las ideas, las creencias, las actitudes y los valores de las personas, o sea la cultura de una sociedad determinada. Las instituciones afectan el desempeño económico, ya que el marco institucional existente condiciona, mediante la estructura de incentivos y oportunidades, las acciones de los diversos agentes que actúan en la sociedad. Es así como los futuros empresarios y sus empresas, como agentes económicos más, verán limitadas sus acciones por esta estructura institucional. Las reglas de juego afectarán a la aparición y desarrollo de la nuevas empresas (Pulido, Díaz, & Hernández, 2005).

La teoría de Douglas North, se fundamenta en que las instituciones públicas deben conducir, controlar e incentivar a la sociedad, con la generación de políticas económicas que determinarán el desarrollo a largo plazo. El proceso de aprendizaje acumulativo de los seres humanos, desarrollado a través del tiempo y transmitido por sus creencias culturales de generación en generación, configura la manera en que se desarrollan las

instituciones. Por tanto, el tiempo es la dimensión en la cual los procesos de aprendizaje colectivos van moldeando la evolución institucional a través de sus diferentes elecciones continuas (North, 1994 en Casero, Pulido et al, 2005). Las instituciones son una creación humana, evolucionan y son alteradas por los seres humanos, por lo que la teoría de North comienza por el individuo (Pulido, Díaz, & Hernández, 2005).

La Teoría Económica Institucional es la teoría que actualmente proporciona un marco conceptual más consistente y apropiado para el estudio de la influencia de los factores del entorno en la función empresarial y la creación de empresas (Veciana, 1999).

### **2.1.2.2. La teoría social cognitiva**

Albert Bandura (1986), desarrolló la teoría social-cognitiva, donde se destaca el modelo del determinismo recíproco que viene a decir que los factores ambientales, los cognitivos, personales, de motivación, emoción, etc, interactúan todos entre sí recíprocamente. En general, este enfoque, propone que los individuos escogen desarrollar tareas en las cuales se sienten confiados, cómodos y perciben competencia (Bandura, 1986).

De acuerdo a Philipsen (1998) las teorías de las características emprendedoras sustentan que los individuos con propensión a emprender cuentan con ciertas características que los distinguen del resto de individuos. Estas teorías buscan identificar tales características clave para el éxito empresarial, incluyendo variables psicológicas, sociológicas y antropológicas. Es así como los emprendedores son considerados el núcleo de la creación de nuevas empresas, y son ellos quienes capitalizan capacidades intelectuales y psíquicas en el proceso de creación de valor, descubriendo y transformando oportunidades en empresas (Martínez & Cantillo, 2013).

Con el fin de desarrollar nueva teoría del emprendimiento, los investigadores requieren comprender los factores que pueden influir en la intención emprendedora (Carter, Gartner, y Reynolds, 1996; Reynolds, Carter, Gartner, y Greene, 2004; Rotefoss y Kolvereid, 2005). Los factores que podrían influenciar en un emprendedor son varios y comprenden varias combinaciones de atributos personales, rasgos de personalidad, experiencia y disposición (Arenius y Minniti, 2005; Baron, 2004; Krueger et al.; Shane,

Locke, y Collins, 2003). Diferentes estudios establecen que la propensión para emprender depende de diferentes factores resaltándose la auto-confianza (Bandura, 1986).

La auto-confianza emprendedora (Entrepreneurial self-efficacy - ESE) es vista como el conjunto de capacidades que puede modificar la convicción de una persona sobre su posibilidad de lograr las tareas requeridas para iniciar y establecer una nueva empresa exitosamente (Bandura, 1986). Más específicamente, la auto-confianza emprendedora es definida como el grado en el cual una persona considera que es capaz de iniciar exitosamente un nuevo negocio (Martínez & Cantillo, 2013).

### ***2.1.2.3. La teoría de la complejidad autopoiesica***

De acuerdo a Martínez José y Cantillo Ernesto (2013), un tercer enfoque epistemológico del emprendimiento corresponde a la complejidad autopoiesica, la cual parte de la idea de Porras (2006) orientada a demostrar que dado que el emprendimiento consiste en una acción emprendedora de un individuo o de un colectivo, ésta implica un proceso dinámico que se origina de, y a su vez, se desencadena en, interacciones simultáneamente ordenadas y caóticas, las cuales se cosifican durante dicho proceso no necesariamente en el imaginario estrecho de la empresa, sino en la organización como sistema vivo con energía y fuerza magmática endógenas, en permanente retroalimentación exógena por los demás emprendimientos ambientales, ya que “los sistemas vivos, como sistemas auto-organizadores, experimentan la paradoja de la autonomía y la dependencia. Así la auto-organización, si bien estipula clausura organizativa, no condiciona aislamiento, pues se hace necesario el continuo interactuar con el ambiente” (Maturana, 1995 en Porras 2006).

Así mismo, la energía endógena de las organizaciones actúa como fuerza desequilibradora dentro del mercado, y simultáneamente la fuerza magmática endógena reacciona como fuerza de equilibrio dentro de la red relacional que va abarcando e impactando en su proceso emprendedor de concepción y diseño, gestación y constitución, germinación e iniciación, florecimiento y desarrollo inicial, maduración y consolidación, y finalmente, transferencia y transformación (Porras, 2006).

Así como los seres vivos, son “entes autónomos, que tienen vida como unidades independientes, que generan en su operar fenómenos generales en tanto se parecen... pero también opera en convivencia con otros para su realización individual como seres autónomos” (Maturana, 1997), las organizaciones también lo son ya que operan con autonomía, por eso no se encuentra organizaciones idénticas, por eso se encuentran organizaciones en el mismo sector y en la misma actividad con sus diferencias y propias características individuales, por eso lo que funciona en la una no necesariamente funciona en la otra, por eso la gestión y las decisiones fluye de manera distinta. Así pues, el emprendimiento referido a la acción emprendedora de un individuo o de un colectivo humano, está asociado estrechamente a la organización de lo vivo, es decir, la organización es un organismo vivo con esencia autopoiesis, por lo tanto, estamos ante la Organización Compleja Autopoiesis (OCA), soportada en las teorías de la auto-organización con procesos y relaciones dinámicas que permanentemente generan y regeneran decisiones, compromisos, estrategias, políticas, acciones, actividades, ajustes y cambios de rumbo, satisfacciones, conflictos, recomposición organizacional, alianzas, fusiones, rupturas y nuevas organizaciones (Porras, 2006).

## **2.2. Antecedentes de la investigación**

En las consultas realizadas, no se encuentra ninguna investigación a nivel internacional, nacional o local respecto a las migraciones internacionales de retorno y desarrollo de emprendimientos turísticos; por tanto, la presente investigación es única y la primera que se realiza en Ecuador y de manera particular en la ciudad de Riobamba. Sin embargo, existen trabajos relacionados con el problema objeto de estudio.

La relación existente entre migraciones -tanto internas como internacionales- y desarrollo económico y social ha sido contrastada a través de la literatura especializada sobre el tema (Massey, 1988; Papademetriou y Martin, 1991; Ratha, Mohapatra y Scheja, 2011). Más aún si se tiene en cuenta que en torno a un 3% de la población mundial actual es migrante internacional (United Nations, 2009).



Este nexo se da tanto en el país de acogida como en el de origen. Con respecto al país de acogida las investigaciones realizadas subrayan que las migraciones se convierten en un elemento fundamental para el crecimiento de los países receptores de emigración. Así, lo atestiguan estudios realizados en países como Estados Unidos (Hanson, 2012) o europeos (Kahanec y Zimmermann, 2009). Por citar un ejemplo concreto, para el caso de España se estima que el 50% del crecimiento del PIB en el periodo que transcurre de 2003 a 2006 fue fruto del aporte de la población inmigrante en el mercado laboral (Presidente, 2006: 35).

En la actualidad son más los autores que plantean que también las migraciones son un potencial para el desarrollo económico y social. Esta perspectiva se sustenta sobre todo en la teoría transnacional (Portes, 2011).

Partiendo de esta premisa en el análisis científico del desarrollo económico a través de las migraciones internacionales se ha hecho especial hincapié en el estudio de las remesas y su impacto económico en el país de origen (Orozco, 2001; Castles y Delgado, 2007). De hecho, el peso económico de estas es muy relevante y en algunos países supone un importante porcentaje del conjunto del Producto Interior Bruto. Por citar algún ejemplo en la década del 2000 el peso de las remesas para algunos países latinoamericanos se situaba en torno al 8-14% del PIB (Solimano, 2002). Según estimaciones del Banco Mundial en el año 2009 el total de remesas mundiales ascendía a 305.000 millones de dólares (World Bank, 2010), repartiéndose principalmente entre Asia -India y China- y Latinoamérica y Caribe. Aunque en los últimos tiempos y debido a la recesión económica estos flujos económicos hayan mermado siguen siendo muy relevantes para la mayoría de los países que se sitúan en las regiones que se han citado anteriormente (Orozco, 2009).

El uso de las remesas es un tema controvertido (Durand, 2007) y frecuentemente se han concentrado en gastos dirigidos al consumo directo y no productivo (Bindfor, 2002). Sin embargo, la literatura especializada viene subrayando desde hace tiempo el potencial de estas para la puesta en marcha y la dinamización de la economía productiva a través de los emprendimientos en los países de origen (Collier, Pirazza, & Randazzo, 2011).

Estos emprendimientos pueden darse a través de diferentes situaciones relacionada por los flujos migratorios. Por un lado las familias de migrantes pueden utilizar las remesas para la puesta en marcha de emprendimientos productivos. Por el otro, el migrante retornado puede utilizar tanto los capitales económicos como los conocimientos, habilidades y relaciones sociales aprendidos en el país de destino (Tovar & Victoria, 2013). Se tiene un escenario en el que el aprovechamiento de los diferentes capitales obtenidos por las personas migrantes -económicos, humanos y sociales- se convierten en un elemento fundamental (Batista & Vicente, 2010).

En otras palabras, las migraciones internacionales pueden ser un motor para el desarrollo económico y social del país de origen (Newland & Tanaka, 2010). Siempre y cuando se de una estructura y un contexto de oportunidad garantizado por los organismos políticos y el tejido social y económico favorezca el aprovechamiento de estos capitales asociados a las migraciones (Postelnicu, 2010), ya que estos no pueden sustituir la responsabilidad de las instituciones públicas en aras al desarrollo económico y social del país de origen (Castles & Delgado, 2007).

Ecuador no es ajeno a esta lógica y los flujos migratorios han tenido una gran relevancia en las últimas décadas. Gioconda Herrera (2012) establece tres fases o periodos dentro de estos flujos migratorios internacionales: La *primera* oleada se dio a mediados de los 50 del siglo pasado hacia países del norte de América o Venezuela y fue sobre todo una emigración urbana. La *segunda* se da a lo largo de la década de los 80. En este caso la emigración fue más rural y masculinizada y como consecuencia de este hecho se formaron las primeras redes y familias transnacionales. La *tercera* fase se pone en marcha a partir de finales de los 90 y aparecen nuevos destinos como España o Italia. En este caso también es resaltable la feminización de estos flujos (Herrera, 2012).

Así, puede verse como se han dado ciertos cambios en los destinos y las características de los flujos ecuatorianos hacia el extranjero, sobre todo a partir de finales de los 90 y como consecuencia de la grave crisis económica que se dio en este periodo (Goycochea & Ramírez, 2002), hasta llegar a constatarse que en torno a un 10% de la población ecuatoriana reside en el extranjero (FLACSO, 2008).

En este escenario las migraciones internacionales se convierten en un potencial para el desarrollo económico y el emprendizaje productivo. Así, el total de las remesas

ecuatorianas en el año 2010, ascendió a 2.500 millones de dólares, lo que supone un 6% del PIB ecuatoriano (Cerezo, 2011), siendo la segunda fuente económica exterior del país, tras la venta de petróleo, según datos oficiales del Banco Central del Ecuador.

Con respecto a la procedencia es destacable que Estados Unidos es el país más importante y en segundo lugar se sitúa España (Mundial, 2011). En todo caso, las posibilidades de las remesas han de ser matizadas, ya que gran parte de las remesas es utilizado para el consumo (Camacho, 2007), el 82,5% del total exactamente (Rodríguez, 2012).

En relación a las potencialidades emprendedoras de la población retornada de origen ecuatoriano es resaltable, que el retorno de estas personas se ha convertido en Ecuador en un elemento prioritario de la política exterior (Bocagni, 2011). De hecho, a través de la Secretaria Nacional de las Migraciones (SENAMI) anteriormente y del Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana en la actualidad se han implementado programas oficiales de retorno, entre los que pueden destacarse algunos que se han centrado en los emprendimientos productivos en el país de origen, como por ejemplo el programa Cucayo, en el que se establecían una serie de ayudas de fondo perdido -entre el 25 y el 50% del capital de la inversión requerida- para poner en marcha negocios o ampliar alguno ya existente en el Ecuador (Moncayo, 2011). Junto a programas impulsados por organismos políticos también se han puesto en marcha otros implementados por entidades sociales, como por ejemplo la Fundación española CREA (Rodríguez, 2012).

La provincia de Chimborazo tiene un porcentaje de emigración de un 3,61%, muy cercana a la media nacional 3,62%, pero alejada de cifras como las de Cañar 10,7% o Azuay 6,83% (Alvarez-Román, 2008).

Sin embargo, es destacable que en cantones del sur de la provincia como Chunchi, Alausí o Cumandá el porcentaje es sensiblemente mayor. De hecho, el porcentaje de población emigrada en Chunchi es de un 9,14% (Alvarez Verdezoto, 2013) y casi un 75% de las familias tienen algún miembro migrante (RIMUCH, 2010), situándose entre los cantones ecuatorianos con una incidencia migratoria mayor. En estos cantones el peso de las migraciones sobre la economía es muy alto y las remesas son uno de los principales ingresos económicos para las familias.

Aunque los flujos migratorios han sido un importante incentivo para el desarrollo económico de la provincia e incluso para la puesta en marcha de emprendimientos productivos, la mayoría de ellos se han llevado a cabo de forma individual y sin formar parte de los programas establecidos por los organismos públicos.

Así, el impacto de programas como “El Cucayo” ha sido limitado y son muy limitados los casos de emprendimientos productivos que hayan tenido algún tipo de respaldo institucional o social. Entre estas excepciones cabe subrayar la labor realizada por la Red Interinstitucional de Movilidad Humana de Chimborazo (RIMHUCH), que ha trabajado en diferentes cantones para la puesta en marcha de centros productivos. En concreto, en el sector de Chunchi se ha propuesto una empresa de recolección de leche y otra de producción de cárnicos. En la zona de Cumandá industrias relacionadas con balanceados de animales y producción de etanol. Y Por último, en Riobamba se ha planteado la puesta en marcha de un servicio de asistencia del hogar y una inversión para la producción de energía solar (RIMUCH, 2010).

### **2.2.1. Antecedentes internacionales**

Sanmartín Ortí, Anna. (2009). *El vínculo migración y desarrollo en el marco de la política pública española*. Revista Migración y desarrollo, (13), 61-78. En este artículo se aborda el caso específico español. Se realiza una revisión de los elementos contextuales y las concepciones sobre la inmigración que confluyen en una apuesta política por establecer mecanismos de intervención que favorezcan y potencien esta relación. Entre ellos, el enfoque del codesarrollo, una propuesta específicamente europea y, en la actualidad, recogida e implementada por los actores que en España trabajan en los ámbitos de la cooperación y las migraciones. La conclusión a la que llega la autora es que la política oficial española ha encontrado en la defensa del vínculo migración y desarrollo, y en la implantación del codesarrollo como medidas concretas a aplicar, un espacio de presencia y liderazgo en el debate internacional, así como un recurso útil que da respuesta a una política hacia dentro y hacia fuera, en la gestión de las migraciones. Un tipo de intervenciones que permiten además, articular la división competencial de sus diferentes niveles administrativos, con un reparto de tareas donde

existen intereses estratégicos para los actores. La posibilidad de ocupar mayores competencias por parte de las administraciones municipales y autonómicas en el ámbito migratorio y de la cooperación, resulta fundamental en la implantación del codesarrollo desde España.

UCMTA - Unión de Cooperativas Madrileñas de Trabajo Asociado (2010), *Guía de asistencia técnica al itinerario de atención a personas migrantes y a sus familiares, para el empleo y el autoempleo*. C/Valverde nº 13 - 4º pl. Madrid- España. Este trabajo tiene como objetivo la aportación de las personas migrantes al desarrollo, no solo de sus países de origen sino igualmente de los países de acogida es, sin duda alguna, el capital humano, sus capacidades y competencias, muy por encima de las remesas. Capacidades y competencias que por lo general se refuerzan precisamente a través del proceso migratorio. De esta reflexión partió el diseño del proyecto «REDES CAP: Redes de apoyo a las capacidades de las personas migrantes para el desarrollo», desarrollado entre octubre de 2009 y enero de 2011, por cuatro organizaciones: la Unión de Cooperativas Madrileñas de Trabajo Asociado –Madrid (España)–, representativa del movimiento cooperativo y del sector empresarial de la Economía Social; la Asociación Rumiñahui Hispano-Ecuatoriana, de migrantes ecuatorianos y con representación, igualmente, en el país de origen, entre las familias de migrantes y dos organizaciones ecuatorianas: la Fundación Eugenio Espejo, en Quito y Guayaquil y la UNORCAC – Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi (provincia de Imbabura)–. A lo largo del proyecto se elaboró y aplicó una metodología de trabajo destinada a acompañar a las personas migrantes y a sus familiares en los procesos de retorno –cuando así libremente lo decidían–, en la búsqueda de empleo y en procesos de emprendimiento, tanto en España como en Ecuador. Se apoyó de una parte en procedimientos y modelos de trabajo en los que la UCMTA, como el resto del movimiento cooperativo y de la Economía Social, cuenta con una larga experiencia y de otra en los trabajos y manuales elaborados durante un proyecto anterior: REDES – Modelo de Redes Transnacionales para la Optimización de las Remesas– financiado por la UE, a través del programa Europe Aid – AENEAS. Tras el aprendizaje que supuso REDES, la metodología de trabajo se ha centrado en poner de relevancia habilidades y competencias y en reforzar capacidades profesionales y emprendedoras de las personas migrantes, así como en el trabajo coordinado, desde ambos países –de origen y acogida– con las familias transnacionales. Todo ello, validados procedimientos y herramientas a

través del proyecto, conforma esta Guía de Asistencia Técnica a personas migrantes y sus familiares que se pone a disposición de otras organizaciones, tanto de migrantes como de la Economía Social, interesadas en trabajar en los ámbitos del empleo y el autoempleo colectivo.

Gómez y otros (2010), publicó: *Migraciones y codesarrollo en la relación entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe*. En la Universidad de Valdivia. Editado por CELARE. Santiago de Chile. La investigación tiene por objeto estudiar las relaciones entre las migraciones internacionales y el desarrollo desde el marco específico de la política europea, y concretamente en base a las políticas, planes, programas y proyectos puestos en marcha desde la Comisión Europea con el objetivo de gestionar de manera adecuada los flujos migratorios procedentes de América Latina y el Caribe (ALC) y fomentar una conversión de dichas migraciones en un motor para el desarrollo. El análisis parte del conocimiento de los flujos migratorios contemporáneos entre ALC y la UE para estudiar los vínculos existentes entre las migraciones y el desarrollo en la relación UE-ALC, analizando algunas de las intervenciones pioneras puestas en marcha desde la Comisión Europea con la doble finalidad de mejorar y facilitar el desarrollo de los países emisores de migrantes hacia la UE –fomentando que estos sean partícipes y actores protagonistas del desarrollo de sus territorios de origen– e incorporando, a su vez, acciones que mejoren la integración en destino y la sensibilización social sobre la situación de los migrantes y sus aportaciones al bienestar de la UE.

Cardozo Alejandro (2010), en la tesis doctoral: *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos*. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Buenos Aires. Argentina. Los objetivos apuntan a analizar y describir el proceso emprendedor en cada contexto y en particular focalizando en los siguientes puntos: a) Medir las diferencias de nivel de actividad emprendedora entre dichos países; b) Investigar los factores que determinan dichas diferencias de niveles; c) Identificar políticas que puedan contribuir a reforzar la actividad emprendedora. Se concluye que los emprendedores se hacen con el aprendizaje y la experiencia. El desarrollo empresarial tendría poco que ver con una cuestión genética y todo que ver con el ambiente familiar, escolar, social y laboral al cual está expuesto el individuo. A pesar de las diferentes visiones de los investigadores existen ciertos conceptos básicos compartidos como el rol del empresario como tomador de decisiones y su contribución

en la generación de riqueza y valor en una sociedad; por lo expuesto en este trabajo y a pesar que una de las investigaciones presentadas así lo propugna, como se ha mencionado anteriormente no existiría tal consenso en lo referente a la influencia del ambiente en el proceso empresarial. En lo referente a lo estrictamente económico sí se puede ubicar un consenso a nivel académico en que las pequeñas nuevas empresas son la mayor fuente de crecimiento del trabajo, fuente de innovaciones y proveedoras de oportunidades. Es difícil asegurar el origen de las nuevas empresas; el estudio citado de la OCDE (1999) indicaría que países con incremento de la demanda, diversidad de actividad económica, alto predominio de adultos jóvenes bien educados tenderían a tener los más altos índices de nacimientos de empresas. Surge también de lo expuesto diferentes tendencias para promover el desarrollo empresarial desde un punto de vista de políticas públicas. Quizá la más asentada es aquella que considera que la creación de empresas es potenciada al hacer el ambiente nacional más favorable a empresarios nacientes y que esto a su vez tendrá impacto en la performance. Otra sugiere (sobre todo en lo referido a dicha performance) que el empresariado aumenta si el medio requiere a los emprendedores que “disputen”. Esta disputa de recursos intensifica las habilidades empresariales de los emprendedores y las mejores firmas sobrevivirán dentro de un proceso de selección ambiental.

Peraza Laura (2010), en la tesis de grado: *Estudio Prospectivo sobre los Centros de Emprendimiento en Colombia: Tendencias, Escenarios y Estrategias en la Generación de Oportunidades Laborales Alternativas*. Universidad del Rosario. Colombia. El objetivo es realizar un estudio prospectivo sobre el sector de los programas de emprendimiento en Colombia. Parte de una revisión teórica del concepto de emprendimiento y las características del emprendedor, logrando una aproximación conceptual al término. Se hace también una descripción del sector que se estudia, delimitando así el objeto de análisis y sus características. Posteriormente se aplican las herramientas prospectivas, con la participación de expertos de diversas organizaciones, con el objetivo de identificar variables clave que afecten el desarrollo del sector y que posteriormente permitan plantear hipótesis con las cuales se diseñan escenarios de futuro. Finalmente, se identifica el escenario apuesta del sistema, es decir aquel escenario hacia el cual se deben encaminar los esfuerzos estratégicos y planteando acciones para alcanzarlo. A final se establecen las conclusiones y reflexiones sobre la investigación.

Canterbury (2010), publica el artículo: *Repensando el debate sobre migración y desarrollo bajo el capitalismo neoliberal*, en la revista Migración y Desarrollo, vol. 7, núm. 15, 2010, 5-48. La teoría neoliberal de la migración se centra en el impacto de la migración en el desarrollo tanto de los países que son emisores de fuerza de trabajo como de aquellos que son sus receptores. Considera a la migración como un componente integral de un proceso continuo de desarrollo capitalista, y no como un fenómeno que se analiza por separado, un error que presentan los estudios que hasta ahora se han realizado sobre las relaciones entre los dos conceptos. Dicha teoría tipifica al desarrollo como capitalista, no como desarrollo alternativo, y desconoce la dinámica de clase en el impacto de la migración sobre el desarrollo, que es el principal interés de este artículo de corte histórico-estructural. Se adopta una postura alternativa, en el sentido de que la dirección y el flujo de la migración están determinados por los flujos globales de capital, actualmente apoyados por arreglos superestructurales, que comprenden un complejo de instituciones internacionales, programas de investigación, informes, políticas prescriptivas y formuladores de políticas que promueven el libre flujo de capitales y el manejo administrativo de la migración, para el avance del modelo de acumulación centrado en el imperialismo. El enfoque neoliberal sobre la migración y el desarrollo conserva la desigualdad de clase en la sociedad.

Stefoni Carolina (2011), *Migración, remesas y desarrollo. Estado del arte de la discusión y perspectivas*. Polis, Revista de la Universidad Bolivariana, Volumen 10, N°30, 2011, p. 495-521. Recuperado el 29 de junio del 2015, de <http://www.scielo.cl/pdf/polis/v10n30/-art23.pdf>. El presente artículo analiza distintas dimensiones de la discusión sobre la relación remesas y desarrollo. Se contextualiza el origen y sentido de estos flujos, dando importancia a la situación histórica que propicia la actual importancia de estas; se analizan también las distintas definiciones de remesas y los principales discursos que han articulado la relación remesa y desarrollo, para comprender los elementos políticos e ideológicos que subyacen cuando se plantea que las remesas constituyen una vía de desarrollo económico de las comunidades. Las remesas constituyen recursos privados que hacen parte del salario familiar, donde uno de sus miembros, empujado por las precarias condiciones económicas en su comunidad y país, ha debido salir a otros lugares para obtener trabajo y sostener al resto de la familia. De ahí que su principal objetivo sea cubrir los gastos asociados a la reproducción social y económica de la familia (alimentos, salud, vestuario,



mejoramiento de las casas, entre otros). Las remesas por tanto no son ni pueden reemplazar el rol de las políticas públicas en el desarrollo económico y social de las economías nacionales.

Julca Ema (2011), En La Tesis Doctoral: *Evaluación de Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de Turismo: El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)*. Universidad D Salamanca. El objetivo es evaluar el desarrollo de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo de la Universidad San Martín de Porres (Lima, Perú) con la finalidad de establecer una relación entre el desarrollo de dichas competencias y los rasgos propios de cada alumno (nivel socioeconómico, edad biológica y entorno familiar). Entre sus principales conclusiones se tiene que la universidad latinoamericana conceptualizada desde una perspectiva constitutiva y funcional, presentan dos escenarios bien definidos y contradictorios entre sí. El primero conceptualiza a la universidad desde una perspectiva de mercado, poniendo énfasis en la formación para cubrir las demandas de profesionales dentro de un mercado consumista; mientras que el segundo, pone énfasis en la formación para el desarrollo del país, a tal punto que se puede asignar a la universidad la función de asesora del sistema en función a las políticas de desarrollo que de manera libre y soberana debería adoptar cada nación. El emprendimiento se conceptualiza como una característica que puede surgir en todos los seres humanos; pero, si el emprendimiento está relacionado con el área empresarial, la connotación que este adquiere está relacionada con el inicio de nuevos proyectos productivos o de mejoramiento de las condiciones de trabajo. El emprendimiento empresarial en el sector turismo puede darse en múltiples áreas y de variadas formas; pero, como toda actividad comercial inmersa en la era de la globalización, el turismo se encuentra en una situación de constantes cambios que exigen que los objetos de promoción turística varíen en función a los nuevos paradigmas de consumo natural, cultural o de esparcimiento.

Suárez Federico y otros (2011), en el proyecto “*Fortalecimiento del diálogo y de la cooperación entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe para el establecimiento de modelos de gestión sobre migración y políticas de desarrollo*”. Comisión Europea: DCI-MIGR/2010/259-532. Recuperado el 29 de junio del 2015. Disponible en: <http://www.fiiapp.org/wp-content/uploads/2015/.pdf>. El manual se ha

confeccionado para su uso desde la función pública y quiere constituir una herramienta que sea útil para el desarrollo de las personas migrantes, de sus familias o grupos de afines, y, en un plano más general, para las ciudades, regiones y países de los cuales han salido esos preciados recursos humanos. De modo más preciso, su utilidad está al servicio de la expansión de las capacidades individuales, sociales y nacionales. En las principales conclusiones se tiene que el enfoque de las capacidades nació como alternativa al del PIB de modo que no considera desarrollo la mera acumulación de bienes de consumo ni de riqueza financiera. La teoría de las capacidades, o del desarrollo humano, considera que la libertad de elegir entre oportunidades y de participar en la sociedad son bienes centrales para la calidad de vida de los migrantes. Tener voz y voto en el proceso es tan importante como cuál sea el resultado final. De modo que este enfoque está estrechamente unido a la defensa de los derechos humanos. Saber aprovechar la diversidad de capacidades internas de los trabajadores migrantes para producir modos innovadores de desarrollar la ocupación como asalariado y para generar nuevos empleos en calidad de emprendedor. Un ejemplo sería el reconocimiento y aprovechamiento “de las disposiciones culturales específicas”, en otras palabras, de la pluralidad de formas y contenidos en el cuidado de las personas. Valorar lo que se podría denominar “el tercer idioma laboral”. Es decir, la síntesis de las culturas laborales o de los modos de trabajar y producir en los que se ha socializado el migrante a lo largo de su periplo ocupacional internacional. En otras palabras, propiciar la adaptación creativa de las habilidades y técnicas aprendidas a lo largo del itinerario migratorio. No mutilar el capital de destrezas comunicativas y de relación que expanden las oportunidades.

Martínez Alejandro (2012), en su tesis doctoral: *Migración y Emprendizaje: el caso de los emigrantes españoles en México*. Universitat Autònoma de Barcelona. España. El objetivo de esta investigación es estudiar los procesos de creación de las empresas de origen español en México y los beneficios potenciales para estos empresarios, ahora mexicanos, que el Tratado de Libre Comercio de México con la Unión Europea han supuesto, partiendo de la hipótesis de que los procesos migratorios tienen un contenido que va más allá del carácter laboral del posicionamiento de la empresa y/o los trabajadores en los países huésped, sino que también tiene que ver ese posicionamiento con lazos de interrelaciones sociales de amistad y familia, así como de transferencia de conocimientos para establecer empresas y negocios. Se concluyó que las empresas son

de carácter familiar, transmitidas y heredadas por generaciones en el país, creadas a partir de los lazos de amistad y de relaciones amparadas por las asociaciones regionales, con lazos entre ellas para la comercialización de sus productos y de servicios a la comunidad mexicana, así como plana transferencia de conocimientos. Del estudio de las pequeñas y medianas empresas, en el sentido de analizar la introducción de innovaciones y creatividad que conduzca a enfrentar la fuerte competencia, tanto endógena como exógena, y la poca motivación que estas tienen para introducirse en el mundo de las exportaciones y la internacionalización, dio como resultado el observar que éstas se encuentran al margen de la alta tecnología, en el sentido de introducir nueva maquinaria, innovar los productos, habilitar a sus trabajadores en las nuevas tecnologías, así como se observa el bajo uso de los medios de comunicación masiva para contactar no sólo a usuarios sino proveedores y compradores.

Carvalho, Freitag, Filho, y Borges (2013). *El aprendizaje empresarial en los emprendimientos sustentables del sector turístico del cerrado brasileño*. Estudios y Perspectivas en Turismo. 2013, vol.22, n.3 [citado 2015-06-29], pp. 568-582. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eyp/v22n3/v22n3a10.pdf>. ISSN 1851-1732. En este estudio se buscó mostrar cómo se da el aprendizaje empresarial de emprendedores que actúan en las regiones turísticas de Goiás. Adoptando el estudio de casos múltiples y el modelo de Rae (2004) para el análisis de los resultados, se observaron variadas formas de aprendizaje empresarial en el sector turístico: a través de la formación personal y social, mediante las experiencias del contexto y por medio de la negociación con emprendimientos. Se concluye que el aprendizaje de la formación personal y social ocurre mediante diferentes experiencias desarrolladas por los emprendedores. A través de la búsqueda comparada de información en sitios, aprendiendo con personas con las cuales se tiene afinidad profesional, participando de cursos de formación emprendedora, aprendiendo con la familia y procurando explotar los recursos locales. Mediante las experiencias del contexto, el aprendizaje empresarial se desarrolla a través del desenvolvimiento de mejoras en los procesos adecuando las nuevas demandas organizacionales, aprendiendo con la demanda de los clientes identificando sus necesidades e intereses, viajando y conociendo otros mercados. Desde el punto de vista práctico la investigación presenta evidencias en cuanto a la necesidad de profesionalización de los procesos de aprendizaje empresarial, demandando

esfuerzos por parte de los emprendedores investigados y programas gubernamentales volcados a la formación profesional de personas que actúan en el sector turístico.

Espada y Zambrano (2013), *La iniciativa empresarial de los migrantes en el país de acogida: una nueva mirada al codesarrollo*. Memoria del Foro Bienal Iberoamericano de Estudios del Desarrollo, 2013. Simposio de Estudios del Desarrollo. Nuevas rutas hacia el bienestar social, económico y ambiental. Sede: Universidad de Santiago de Chile, Chile, del 7 al 10 de enero de 2013. Disponible en: <http://www.riedesarrollo.org/memorias/-2013/mesas/mesa5/5.II.pdf>. El objetivo es explorar nuevas vías del codesarrollo aprovechando la espontaneidad del proceso en sí mismo, las potencialidades de los migrantes y las oportunidades de emprendimiento que, con mejor suerte, se ofrecen en los países desarrollados. Entre sus principales conclusiones se tiene que el concepto de codesarrollo constituye un término en evolución. En él, coexisten concepciones dispares que van, desde instrumentos para controlar la migración, facilitando incluso el retorno de los migrantes a sus países de origen, hasta planteamientos que valoran las relaciones de igualdad entre colectivos de población en todos los frentes. En la revisión de la literatura sobre prácticas de codesarrollo se recoge, de forma permanente, su expresión como forma de cooperación que beneficia tanto al país de acogida, como a la comunidad de origen --debiendo impulsarse, por tanto, iniciativas en ambos lados--. Sin embargo, cuando se plantean acciones a emprender en el país de acogida, se observa un vacío en el ámbito económico muy significativo. Esto es particularmente notorio en aspectos de emprendimiento empresarial, a pesar de que los proyectos de codesarrollo involucran, de por sí, una participación económica importante. En general, las actividades de codesarrollo en los países de acogida se orientan, mayoritariamente, al fomento de organizaciones asociativas con un elevado componente socio-cultural.

Shinkun Yu (2013), en la tesis doctoral: *La actividad emprendedora de los inmigrantes. Un estudio de los emprendedores chinos en Andalucía*. Universidad de Sevilla. España. Recuperado el 29 de junio del 2015. Disponible en: <http://fondosdigitales.us.es/tesis/>. El objetivo principal del presente trabajo es verificar la influencia del capital social en la actividad emprendedora de los inmigrantes chinos. Se concluye que la actividad emprendedora tiene una doble dimensión: la dimensión cuantitativa se refiere los flujos de entrada y salida que determinan el stock de empresas en cada momento en una economía. La dimensión cualitativa se refiere a nivel

microeconómico a la orientación emprendedora de las empresas en funcionamiento conformada por la innovación, la asunción de riesgos y la proactividad (Miller, 1983). A partir de la revisión de literatura y los datos estadísticos oficiales disponibles, se puede observar que los inmigrantes suelen presentar una alta actividad emprendedora. En España, desde el final de los años noventa del siglo XX, la inmigración presentó un crecimiento progresivo y los inmigrantes suelen ser más emprendedores que los nativos españoles. En el caso de los inmigrantes chinos, se puede observar un crecimiento aún más significativo de la actividad emprendedora. De este modo, el colectivo chino se ha convertido el más emprendedor entre los inmigrantes (el 42% de los inmigrantes chinos dados de alta en la Seguridad Social son empresarios).

Carreón y otros (2014), *Emprendedurismo Migrante y Comerciante. Estado del conocimiento*. Tlatemoani, Revista Académica de Investigación. N° 18, abril 2015. Universidad de Málaga. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/15/-emprendimiento.html>. El objetivo del presente trabajo es exponer las relaciones conceptuales entre las dimensiones del emprendedurismo en una localidad mexicana. Para llevar a cabo tales propósitos se realizó una revisión teórica y empírica con la finalidad de discutir los conceptos y hallazgos circunscritos al espíritu empresarial. El espíritu empresarial supone la implementación de políticas de fomento productivo en comunidades y localidades que establecen alianzas estratégicas con trasnacionales a través de pymes. Asimismo, es el resultado de un proceso de representación social en el que su núcleo central está conformado por valores, habilidades y conocimientos de emprendimiento transmitidos de generación en generación. Son las experiencias en su estancia como migrantes en los EU las que complementan las representaciones sociales y develan habitus heredados en Xilitla y adquiridos en EU. Es en el habitus adquirido de donde se derivan campos discursivos de poder que hicieron líderes a los ex migrantes ya que se los considera por parte de la comunidad como ejemplos a seguir en cuanto a espíritu empresarial se refiere. Palabras tales como; “marketing”, “business”, “commitment” o “capabilities” han sido incorporados en la comunidad como símbolos de poder discursivo y significados de comercio. Aunado a los campos discursivos, la formación de microempresarios se llevó a cabo a partir de la confianza y la cooperación que se tradujeron en alianzas estratégicas de la comunidad para con trasnacionales. En suma, la localidad de Xilitla adquirió las capacidades empresariales suficientes para promoverse como pueblo mágico, ecoturista y caficultor. Una vez que su imagen de

migrante fue transformada en una imagen de comercio, la comunidad y sus autoridades están ante la posibilidad de enfrentar contingencias ambientales que trastorquen su desarrollo local.

Virginia Navajas (2014), en la tesis doctoral: *Emprendimiento y migración: Análisis del proceso y factores críticos*. Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba. Argentina. 2014. Los objetivos generales son: a) Conocer las principales dificultades a las que se enfrentan los inmigrantes que inician una actividad por cuenta propia, convirtiéndose en emprendedores. Para conseguir este objetivo será necesario, a su vez, diseñar y desarrollar un mapa conceptual que analice la problemática detectada por los expertos en la materia para aproximarse a la realidad del emprendimiento inmigrante; b) Diseñar y desarrollar un proceso de búsqueda de conocimiento mediante la MCVL para determinar las variables relevantes en la categorización de las empresas inmigrantes en España, así como su importancia. Las principales conclusiones, se constata que los problemas a los que se enfrentan los inmigrantes que quieren desarrollar una actividad económica por cuenta propia se intensifican tras la crisis económico financiera que se inició en el año 2008. Por ejemplo, para poder obtener la nacionalidad española, el inmigrante necesita encontrarse integrado laboralmente, por lo que el autoempleo se convierte en algunos casos en una opción como salida al desempleo. En consecuencia, este emprendimiento no es de calidad sino una salida a una situación laboral inestable y provoca una alta mortalidad en las empresas. Sin embargo, se debe reseñar que esta situación afecta a muchas esferas relacionadas con el emprendimiento, no sólo se genera entre los inmigrantes, por lo que en los últimos años en algunas ocasiones aparece un emprendimiento de poca calidad con una alta tasa de mortalidad. El sistema en el cual está basada la asignación de recursos financieros por parte de la banca no es el más adecuado para atender las necesidades específicas del colectivo que se estudia, pues deja en una situación de orfandad a un amplio nicho de mercado que si bien antes quedaba cubierto por las cajas de ahorros y su obra social, en la actualidad no cuenta con los recursos que necesita. El producto financiero más utilizado para la financiación de colectivos con alto riesgo es el microcrédito. Éste se constituye en una herramienta fundamental para estos colectivos, ya que no ofrecen a las entidades bancarias ni la seguridad ni las garantías que el actual control de riesgos exige a las entidades de crédito.

### **2.2.2. Antecedentes nacionales**

Cadena y Monge (2009), en la tesis de grado: *Propuesta para la Creación de una Incubadora de Empresas Turísticas en la Universidad de Especialidades Turísticas*. Quito, Ecuador. El trabajo, tiene como objetivo desarrollar una propuesta para la creación de una incubadora de empresas turísticas al interior de la Universidad de Empresas Turísticas. Entre sus principales conclusiones se tiene que las empresas del país tienen que desarrollar acciones urgentes para mejorar su posición competitiva, las empresas turísticas no son la excepción, considerando que el sector turístico en la actualidad tiene un desarrollo importante. El mayor reto a nivel individual, empresarial y estatal es propiciar la generación de emprendimientos sostenibles. Los ecuatorianos por naturaleza, tienen espíritu emprendedor, pero no es canalizado y complementado con una formación y capacitación adecuadas para mantener los emprendimientos en el tiempo. Las instituciones educativas en el país, han visto la necesidad de apoyar el espíritu emprendedor de sus estudiantes, por lo que algunas, están haciéndolo a través de cátedras de emprendimiento, o con la creación de incubadoras, o con centros de transferencia tecnológica.

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad – MCPEC (2010), en la *Agenda para la Transformación Productiva*. Consejo Sectorial de la Producción. Ecuador. Los objetivos planteados son: a) Estructurar un sistema de fomento al “emprendimiento dinámico” mediante un conjunto de mecanismos que promuevan la creación de redes, servicios y productos, que pongan en marcha iniciativas productivas generadoras de valor (transformación productiva), contribuyan al desarrollo territorial, la inclusión económica-social, sean ambientalmente sostenible y contribuyan al bienestar de la población. b) Integrar los sistemas de fomento al emprendimiento, innovación y potenciación del talento humano a través de la educación y capacitación técnica. La Agenda contiene el diagnóstico, las estrategias, las políticas transversales, sectoriales y territoriales, los programas emblemáticos que responden a dichas políticas, los indicadores de la agenda y el presupuesto requerido para ponerla en marcha. Todo esto en concordancia con el PNBV. Se inicia con la definición del rol del Estado en la diversificación y transformación productiva, no solo en base a una concepción teórica sino en la práctica como se está haciendo efectiva en el Ecuador, a

partir de los procesos de planificación y acción pública. Luego, se presenta un diagnóstico, donde se pone en evidencia las brechas y desequilibrios del sector productivo desde el punto de vista interno y externo, tomando en cuenta la concentración de los recursos, los productos y los mercados. De manera transversal, se ponen en evidencia los cuatro principios fundamentales de la política de transformación productiva, explicitando sus principales políticas y acciones, además de su modelo de gestión. Luego, en el marco de las estrategias de diversificación productiva se define el rol del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, haciendo énfasis en sus objetivos del cambio productivo y de una construcción de institucionalidad eficiente para la implementación y ejecución de las políticas. Seguido se evalúa la estrategia de diversificación productiva enfocándose en los ocho pilares de la política que facilitan el camino hacia la nueva visión de desarrollo: cambio en la matriz productiva, reducción de la heterogeneidad estructural, democratización de recursos, empleo de calidad, talento humano, competitividad y productividad sistémica, crecimiento verde y cambio cultural e imagen país. El siguiente punto, es la definición de la estrategia territorial, cuyo objetivo es potenciar el desarrollo endógeno para construir los territorios, donde la interacción con los actores sea un elemento indispensable. Se enmarca en cuatro puntos fundamentales: las agendas de desarrollo productivo, el diseño de planes de mejora competitiva, la diversificación productiva con enfoque territorial, el desarrollo de MIPYMES y la democratización de los recursos. Las estrategias enunciadas aterrizan en políticas transversales y políticas sectoriales. Las primeras contemplan el fomento a la inversión y la innovación, el tema comercial, los emprendimientos, la infraestructura, logística y transporte, el financiamiento público y privado, la calidad y el fortalecimiento de capacidades integrales. Las segundas hacen referencia a los direccionamientos de cada una de las organizaciones responsables del manejo de las políticas sectoriales: agricultura, turismo, industrias, otras.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES (2010), *Agenda Zonal para el Buen Vivir. Propuestas de Desarrollo y Lineamientos para el Ordenamiento Territorial*. Zona de Planificación 3: provincias de Chimborazo, Cotopaxi, Pastaza y Tungurahua. Quito. Ecuador. La construcción de un nuevo modelo de Estado, con énfasis en estas estructuras zonales desconcentradas, comprende cuatro grandes desafíos: la territorialización de la política pública para atender necesidades específicas de los distintos territorios; el establecimiento de criterios de ordenación del



territorio a partir de funciones y roles específicos; el fomento de dinámicas zonales que aporten a la concreción del Plan Nacional para el Buen Vivir y la estrategia de acumulación y (re)distribución en el largo plazo (PNBV: 401; RO 165); y, propiciar una nueva estructura administrativa que articule la gestión de las intervenciones públicas en los territorios zonales. Es por ello que este proceso apunta también a fomentar el debate de un nuevo ordenamiento geopolítico para el país, en función de mejorar las acciones del poder Ejecutivo en todo el territorio nacional. La Agenda Zonal para el Buen Vivir se proyecta como una apuesta que “refuerza la articulación entre la planificación nacional y territorial al identificar las dinámicas y particularidades específicas para la formulación de políticas públicas”; y permite la definición inicial de un modelo territorial con “lineamientos para el uso del suelo y las intervenciones estratégicas articuladas a una propuesta nacional”. La primera parte de la Agenda incluye un diagnóstico de los principales componentes del sistema territorial de la Zona de Planificación 3, que sustentan el modelo territorial actual: ecológico ambiental; económico; de asentamientos humanos; movilidad, energía y conectividad; sociocultural; y de gestión territorial. La segunda parte analiza la problemática y las dinámicas, capacidades y potencialidades del territorio, que permiten definir una propuesta de modelo territorial deseado. Además, se incorporan las principales estrategias para un desarrollo territorial armónico y equilibrado, así como los lineamientos para la inversión pública prioritaria.

Galván Pamela (2010), en la tesis: *Retorno Migratorio y Reinserción: Ecuador 2010-2011*. En la Universidad Internacional del Ecuador. El objetivo es analizar si la situación socio económica actual de los retornados que se han acogido al Plan Fondo concursable “El Cucayo”, propuesto por la SENAMI, en el periodo 2010-2011 en la provincia de Pichincha ha tenido efectos favorables al momento de reinsertarse en el medio. Las principales conclusiones son:

- El retorno se produce principalmente por la inestabilidad económica que sufre el migrante en el extranjero, o a su vez, por haber cumplido con sus objetivos al momento de partir. La investigación se centró en el Fondo concursable “El Cucayo”, parte del programa “Bienvenidos a Casa”. Estos programas están bajo la tutela estatal en el manejo de los recursos económicos y pretenden incentivar el comercio y emprendimiento de negocios en el país.

- Del grupo focal se puede concluir que la experiencia de acogerse al Fondo ha sido favorable resaltando lo enriquecedor de la acumulación de capital financiero y humano, así como también la ayuda gubernamental para iniciar los emprendimientos y para mantener a flote el negocio. Los migrantes reconocen, sin embargo, que al contrastar estos beneficios la ganancia económica en el país es menor, pero a razón de tener estabilidad, un negocio propio. Apoyando también en una reinserción, de tipo exógena en su mayoría favorable, pero totalmente vinculada a la mejora económica.
- Los factores del capital humano se mueven por la atracción del capital económico, siendo este factor trascendental dentro de la movilidad humana tanto como para la migración como para el retorno. Esta relación básica es la que dicta la dirección del flujo migratorio.

Cagigal García Luis (2010). *Migración y desarrollo: el caso Ecuador-España*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado en 29 de junio de 2015, de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2010/jlcg.pdf>. El presente documento analiza algunos de estos elementos, predominantemente económicos, basados en la experiencia del intenso flujo migratorio que ha existido en la presente década entre Ecuador y España y plantea el reto que supone incluir y evaluar los impactos culturales de la migración en el desarrollo, cuestiones que merecen ser investigadas. En conclusión hay que destacar que el concepto de desarrollo, supera con creces al concepto de crecimiento económico, y a pesar de no haberlo incluido explícitamente dentro de este análisis, por la alta complejidad de su valoración, debe ser reconocido y destacado el principio de que los efectos sociales, particularmente los cambios culturales, que forman parte del denominado “codesarrollo espontáneo”<sup>5</sup> y las “remesas culturales” en el nuevo saber, pensar y actuar que generan las migraciones, tienen una mayor incidencia, en la calidad de vida de las personas, que los multiplicadores del ingreso en los que se ha centrado este análisis.

UNICEF-SENAMI (2010), *Programa conjunto juventud, empleo y migración*. El Oro. Ecuador. Disponible en: [http://www.unicef.org/ecuador/LIBRO\\_DE\\_EL\\_ORO\\_Parte1.pdf](http://www.unicef.org/ecuador/LIBRO_DE_EL_ORO_Parte1.pdf). Los objetivos del programa son: a) Proporcionar una breve introducción del contexto socioeconómico y de los problemas de desarrollo que abordó el programa. b) Enumerar los resultados y productos asociados del programa conjunto, según la versión

final del documento de ese programa o su última revisión aprobada. d) Explicar el aporte general del programa conjunto para con el plan y las prioridades nacionales. El Fondo para el logro del ODM se estableció en 2007 por medio de un acuerdo histórico firmado entre el Gobierno de España y el sistema de las Naciones Unidas. Con una contribución total de aproximadamente \$ 900 millones, el F-ODM ha financiado 130 programas conjuntos en ocho ventanas temáticas, en 50 países de todo el mundo. El reporte final del programa conjunto es elaborado por el equipo del programa conjunto. Refleja la revisión final del programa llevado a cabo por el Comité de Gestión del Programa y el Comité Directivo Nacional para evaluar los resultados con los resultados y productos esperados. El informe está dividido en cinco (5) secciones. La sección I ofrece una breve introducción sobre el contexto socioeconómico y los problemas de desarrollo dirigidos por el programa conjunto, y enumera los resultados de los programas conjuntos y productos asociados. La sección II es una evaluación de los resultados del programa conjunto. La sección III recoge las buenas prácticas y lecciones aprendidas. La sección IV abarca la situación financiera del programa conjunto, y la Sección V recoge otras observaciones y / o información adicional.

Schramm (2011), en el artículo: *Retorno y reinserción de migrantes ecuatorianos. La importancia de las redes sociales transnacionales*. Publicado en la Revista CIDOB d'Afers Internacionals, núm. 93-94, p. 241-260. El artículo se centra en el papel ambiguo que cumplen las relaciones sociales transnacionales en las fases migratorias de retorno y reintegración de migrantes ecuatorianos. Fruto de un estudio llevado a cabo en Ecuador en 2008, se presenta una tipología de emigrantes retornados, mejor dicho, de transcurros migratorios típicos, que contribuye al mejor entendimiento de las interacciones entre la red social y el proceso migratorio. Entre los resultados figuran también algunas reflexiones sobre el potencial innovador y las condiciones para un retorno sostenible. Entre las principales conclusiones se tiene:

- Los estudios anteriormente citados dibujan una visión pesimista del potencial innovador de los migrantes retornados. Por razones metodológicas no se han podido medir los efectos innovadores sobre estructuras económicas y de poder, pero sí se han podido identificar efectos a escala individual y relacional sobre los que valdría la pena profundizar en estudios posteriores. Según las ideas de Cerase (1974) y Cassarino (2000), se deduce que el potencial innovador depende de varios factores,

como las circunstancias en la sociedad de origen, la voluntad de volver, cierta voluntad de aceptar orientaciones ajenas a pesar del distanciamiento con la sociedad de llegada, el tiempo en que se puede preparar el retorno, así como la condición de la red social durante todo el proceso migratorio. A través de las medidas adecuadas se podría aprovechar mejor este potencial innovador, siempre y cuando se tuviesen en cuenta las necesidades de los migrantes y de sus familias.

- Las bajas cifras de solicitantes de los programas de retorno, tanto en España como en Ecuador, demuestran su mal ajuste a las necesidades reales de los migrantes (El País, 19.09.2008). Para el programa de retorno español APRE, el Ministerio de Trabajo e Inmigración registró en noviembre 2009 un total de 8.724 solicitudes, de las cuales un 44% eran de Ecuador, mientras que el programa ecuatoriano Cucayo10 interesó solamente a 1.719 migrantes, de los cuales fueron seleccionados 181 desde el 2007 hasta noviembre del 2009.
- El retorno, como parte del proyecto migratorio, es un derecho de cualquier persona y debería poder realizarse, también en las otras fases migratorias, en condiciones dignas. Por otro lado, hay que entender que el retorno para muchos es la última opción, y no siempre se puede considerar una solución adecuada ni para el migrante ni para ambas sociedades involucradas; no sólo por la falta de potencial innovador, sino también por la ética y los valores con los que los estados se han comprometido. Estos deberían poder entender a los migrantes más allá de su necesidad de fuerza de trabajo, es decir, como personas que tienen sus propios proyectos de vida que buscan alcanzar usando estrategias específicas como la migración.

Herrera, Moncayo y Escobar (2012), realizan la investigación titulada: *Perfil Migratorio del Ecuador 2011*. Publicado por la Organización Internacional para la Migraciones (OIM). Este informe analiza la dinámica migratoria del Ecuador durante el período 2000–2010, proporciona una fotografía actual de los flujos migratorios en el país y una mirada sobre los cambios y continuidades de estos flujos en los últimos diez años, para el establecimiento de modelos de gestión sobre migración y políticas de desarrollo, que tiene como objetivo contribuir en la mejora de las capacidades de las instituciones nacionales y regionales para la elaboración y actualización de fuentes de información sobre las migraciones. Las principales conclusiones son:

- Luego del éxodo de finales de la década de 1990 que cambió el panorama migratorio del país, se puede señalar cuatro características fundamentales de los flujos migratorios en los últimos diez años: una desaceleración del flujo de salida de ecuatorianos/as del país, un crecimiento moderado de la inmigración, un crecimiento importante de la migración forzada y una tendencia al aumento de emigrantes retornados, escenario que debido a la actual coyuntura económica de los países de destino, es bastante probable que se incremente en el futuro cercano.
- La desaceleración de la migración se produce principalmente en el flujo hacia Europa y es causada por factores externos: la implantación de la visa *Schengen* a los ciudadanos ecuatorianos y, desde 2008 en adelante, la crisis financiera global que se traduce en una caída drástica del empleo en el principal destino de la migración ecuatoriana: España. La recuperación económica del país puede ser un factor indirecto de retención de la población aunque dicho crecimiento no se ha traducido en la creación significativa de empleo.
- En los primeros cinco años de este siglo, sentaron las bases para que más tarde se produjeran dos avances fundamentales: la creación de la Secretaría Nacional del Migrante en 2007, encargada de la articulación de las políticas migratorias en el país, y el reconocimiento de derechos específicos para la población migrante en la Constitución de 2008.
- Una de las perspectivas que predomina en el Plan de Desarrollo Humano para las Migraciones 2007–2010, el principal instrumento de política pública diseñado por el Estado en ese periodo, es el vínculo entre migración y desarrollo, tanto en la comprensión de las causas de la emigración, como de su impacto en la comunidades de origen y sus potencialidades para producir desarrollo. Sin embargo, al momento las acciones realizadas desde esta perspectiva, tales como el Plan “Bienvenidos a Casa” o el Plan de Codesarrollo Cañar/Murcia han tenido baja cobertura, problemas de implementación y resultados más bien modestos.

Castillo Ana (2011), en la tesis de maestría: *Impacto socioeconómico de la entrega del capital semilla del Programa Fondo Concursable “El Cucayo” a personas migrantes retornadas y a las expectativas de su proyecto de retorno*. Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN). Universidad de Posgrado del Estado. Quito-Ecuador. El objetivo principal de este trabajo de investigación será evaluar el impacto económico y social de

la entrega del capital semilla del CUCAYO en las expectativas de los proyectos de retorno de personas migrantes ecuatorianas beneficiarias de las dos primeras asignaciones, noviembre y diciembre del 2008. Las principales conclusiones: de la muestra de personas migrantes retornadas, utilizada para esta investigación, el 16% de quienes han sido beneficiados de los recursos no reembolsables del CUCAYO hasta mayo del 2010 y que siguen participando en este programa del Estado ecuatoriano. El análisis de sus resultados y la correlación con la hipótesis planteada, reveló que las personas migrantes, migran y retornan como resultado de una crisis financiera, económica y social, lo que apunta a una caracterización de la persona migrante que al sentir otra crisis optará por el retorno al país de destino o la opción por un tercer país.

Nieto Carlos (2012), en el artículo: “*Migración de retorno y capital humano*”, en: Universitas, enero-julio de 2012. Quito: Editorial Abya-Yala, pp. 53-67. El presente artículo se interesa en la relación entre migración y desarrollo. La afirmación de que los migrantes acumulan valioso capital humano durante la migración es uno de los fundamentos del discurso dominante impulsado por las instituciones internacionales. Sobre la base de un trabajo cualitativo con migrantes peruanos que han retornado de Italia (entrevistas realizadas en Italia y Perú) se relativizan estas afirmaciones y se intenta demostrar que la realidad es mucho más compleja y contradictoria. Los resultados sugieren que no existe una evolución uniforme de las diferentes dimensiones del capital humano sino más bien una evolución asimétrica y contradictoria. Se ha identificado dos grupos de emigrantes retornados en función de la acumulación de capital humano durante la migración. En el caso de trabajadores migrantes que realizan trabajos de poca cualificación no existe acumulación de capital humano susceptible de ser puesto en valor luego del retorno y que por el contrario se aprecia una pérdida absoluta y relativa del capital humano inicial.

Álvarez Soledad (2012), publicó: *Estado del arte de los estudios migratorios ecuatorianos*. En la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO-Sede Ecuador. El objetivo de este documento es realizar un estado del arte sobre los estudios migratorios ecuatorianos producidos desde diversas disciplinas de las ciencias sociales en Ecuador y en el extranjero durante el período 2008 – 2012 (primer trimestre). Las principales conclusiones a las que llega la autora son:

### **a) *Proceso migratorio***

- Persiste un vacío investigativo sobre el proceso emigratorio de ecuatorianos-as a ciertos históricos destinos migratorios como Canadá y Venezuela, que desde la década de 1970 han venido recibiendo a flujos de inmigrantes connacionales. El flujo migratorio a Estados Unidos data de finales de 1950 y presumiblemente es el más numeroso, existen muy pocas investigaciones en torno al mismo en ese destino.
- Es fundamental profundizar aún más en lo que implica vivir de indocumentado en los diversos destinos migratorios. Además, es urgente indagar en los impactos sociales que para los migrantes indocumentados ha tenido transitar por la ruta clandestina Ecuador-México-Estados Unidos y cargar con las violencias del camino y más tarde insertarse en ese destino migratorio.
- Tampoco existen trabajos sobre la emigración intra-regional ecuatoriana, sobre todo de profesionales y estudiantes a otros destinos de América Latina como Chile, Argentina y Brasil. Un mejor conocimiento sobre esta situación podría desembocar en mejorar los procesos de cooperación con estos países.
- Respecto a los contextos de salida, hay un predominio de trabajos centrados en la zona del Austro ecuatoriano, en Quito, Guayaquil y en menor número en Loja. Es fundamental conocer las dinámicas migratorias de otras provincias como Tungurahua, Manabí, El Oro, Cotopaxi, Chimborazo, Zamora y de muchas zonas de Pichincha y Guayas para entender las especificidades de los procesos de salida, de los vínculos transnacionales que se mantienen (o no) y los impactos de la migración en el desarrollo local y regional.
- Vinculado con el contexto contemporáneo de crisis global, el retorno migratorio se ha posicionado como una novedosa temática analítica que habría de seguir siendo estudiada. Por un lado, sería deseable analizar ese vínculo entre crisis del capitalismo, políticas migratorias en origen y destino y experiencias individuales y retorno. Y, por otro, explorar de manera diferencial la experiencia del retorno, cuando es voluntario y cuando es forzado, es decir cuando los migrantes son deportados. Sobre ese último punto prácticamente no existen investigaciones. Así mismo, habría que indagar si acaso se están gestando, o si se esperan gestar, procesos de re-emigración al mismo u otro destino después de que los emigrantes han retornado a Ecuador.

### **b) Migración, Estado y políticas**

- Si bien existen interesantes contribuciones en este eje, es fundamental impulsar nuevos estudios que hagan un análisis institucional del rol del Estado ecuatoriano en materia migratoria, así como estudios que tracen las trayectorias de las políticas migratorias en los países receptores.
- Sería importante realizar estudios históricos sobre las leyes y políticas migratorias en destino y origen, así como analizar el rol de éstas en el caso ecuatoriano al ser un Estado receptor, emisor, de tránsito y retorno. En esa misma línea sería importante analizar los planes, programas y políticas públicas diseñadas y ejecutadas tanto en Ecuador como en los países de destino y tránsito.
- Sería importante continuar con investigaciones que en torno al “éxito” o “fracaso” de los programas y políticas binacionales de co-desarrollo entre España y Ecuador, y de las políticas migratorias en general adoptadas por países de origen, tránsito y destino, enfatizando si acaso existen contraposiciones entre políticas que son creadas "desde arriba" sin tomar en cuenta las trayectorias de los migrantes ni la realidad del proceso migratorio.
- Existe un vacío analítico en torno a la relación entre Estado plurinacional y procesos migratorios, y también entre la concepción del Sumak Kawsay, o la propuesta política del Buen Vivir y las migraciones.

### **c) Migración y desarrollo**

- Es necesario mapear los distintos nichos laborales que existen en los lugares de destino, en los que se pueda identificar los perfiles, y cruzar con variables de género, etnia, condición socio-económica, lugar de origen y año de partida con el fin de construir una aproximación histórica de cuáles son los segmentos laborales ofertados para ecuatorianos/as, y mirar si han existido procesos de movilidad laboral y social y que características tienen.
- Es importante rastrear aquellas iniciativas micro empresariales llevadas a cabo en los países de destino con el fin de contar con elementos para promover este tipo de



emprendimientos cuando han sido exitosos. Hay que hacer una conexión entre estas iniciativas y el área del comercio de la nostalgia, de la que poco se ha investigado.

- La mayoría de las investigaciones se han centrado en el trabajo doméstico de las mujeres y en el trabajo agrícola y de construcción de los hombres. Es necesario diversificar el conocimiento de los procesos de inserción de los ecuatorianos-as y explorar otros nichos laborales para dar cuenta de las experiencias y condiciones laborales de hombres y mujeres en los diversos destinos. Así mismo es importantes rescatar la trayectorias exitosas ya se vía negocios y auto emprendimientos, o a través de mecanismos de movilidad profesional y educativa para entender qué mecanismos influyeron en el éxito de estas experiencias.
- Es urgente actualmente conocer los niveles de desocupación de los y las migrantes en los tres principales destinos, sobre todo después del impacto de la crisis financiera global y en particular, de la recesión española.
- Es necesario profundizar en estudios sobre el impacto de las remesas en los no-migrantes y las economías locales y regionales.
- Es necesario evaluar otros aspectos del desarrollo que no sean solo las remesas: cuál es el impacto de la migración en el capital humano, cuál es la relación entre migración y el cambio demográfico, la migración y patrones de consumo, tasas de empleo y otros indicadores socioeconómicos.
- También es necesario entender la relación entre migración y desarrollo desde las experiencias de asociatividad y emprendimientos tanto individuales y colectivos y su relación con la existencia o no de capital social.
- No existen estudios que den cuenta de la posible relación entre la renovada propuesta del actual gobierno de implementar una economía social y solidaria y el rol que podrían cumplir las remesas de los migrantes.
- Se sugiere abrir la mirada analítica para comprender cuál ha sido el impacto que la migración ecuatoriana ha traído en el desarrollo local en los lugares de destino y cómo esa mano de obra ha influido en que el país mejore su condición socio-económica.
- La relación entre retorno migratorio y desarrollo local aún se encuentra en fase exploratoria, por lo tanto vale la pena fomentar investigaciones al respecto, al igual que entre ambiente y migración.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES (2013), *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Ecuador. Sus objetivos son: Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad. Mejorar la calidad de vida de la población. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad territorial y global. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas. Impulsar la transformación de la matriz productiva. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica. Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana. En el Plan se recoge la nueva estrategia de desarrollo que se pretende implantar en el país, de manera que posibilite un nuevo modelo de acumulación y redistribución que supere la estrategia de crecimiento primario-exportadora recuperada por el neoliberalismo, donde el objetivo de la transformación productiva estructural se visualiza como la forma de aprovechar las ventajas del país, definidas en torno de la biodiversidad, la petroquímica, la bioenergía y los servicios ambientales, que sean compatibles en el largo plazo con la sostenibilidad ambiental y con las mejoras de las condiciones de vida de la población (SENPLADES, 2013).

Jacquez y Ramírez (2013), en la obra: *La Política Migratoria en el Estado Ecuatoriano*. Publicado por el Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN). Universidad de Posgrado del Estado. Quito-Ecuador. El propósito de este trabajo es comprender de mejor manera las rupturas entre las políticas y programas en asuntos migratorios en el último sexenio por el actual gobierno, así como avanzar en la tesis que el autor ha planteado en otros estudios sobre el surgimiento y conformación de un Estado-nación cada vez más transnacional como efecto de las políticas implementadas por el gobierno de la Revolución Ciudadana. Los autores concluyen que: el gobierno de la Revolución Ciudadana es donde más se ha avanzado en el enfoque de derechos a lo largo de la historia de la República, convirtiéndose en el periodo de mayor ruptura en el manejo de la política migratoria. A lo largo del texto se rastrearon varios elementos en

esta dirección que quedaron estipulados en la Constitución de la República y poner en el primer orden ciertas nociones nuevas como son, entre otras: el principio de ciudadanía universal, estipulado en la Carta Magna, el enfoque de diplomacia ciudadana, establecido en la nueva política consular y el enfoque transnacional que aparece por primera vez en el Plan Nacional de Desarrollo Humano de las Migraciones y posteriormente en la Constitución y en otros documentos gubernamentales.

Pazuelos y Villarreal (2013), en el artículo: “*Más allá de las remesas. Transformaciones socioeconómicas y proyectos de migración y desarrollo en Ecuador*”. Revista Migración y Desarrollo Vol. 12, segundo semestre, pp. 107-132. El trabajo tiene por objetivo contrastar los objetivos y programas de la política migratoria ecuatoriana con las transformaciones socioeconómicas que están teniendo lugar en el país. A modo de conclusión, los autores afirman que las iniciativas de vinculación entre migración y desarrollo establecidas por el gobierno ecuatoriano han estado acompañadas de reformas socioeconómicas que tienen como objetivo modificar la matriz productiva del país y mejorar efectivamente el bienestar de la población. Plantear una respuesta concluyente sobre la medida de la incidencia de la transformación productiva, los cambios en las condicionales laborales del país y las políticas públicas migratorias, en relación con las posibilidades reales de inserción de la migración de retorno es algo precipitado, no obstante, se sostiene la hipótesis provisional de que la inserción de los migrados al mercado de trabajo ecuatoriano no está siendo todo lo satisfactoria que se deseara si se consideran criterios generales, aunque es difícil discernir —salvo que se realicen análisis micro a nivel sectorial, empresarial o regional—, dadas las distintas situaciones laborales (formación, capacidades, aprendizajes) del grupo de ecuatorianos retornados, que exigen un análisis de mayor profundidad y concreción que el abarcado en este texto.

Rodríguez Montserrat (2013), en la tesis de maestría: *La cooperación internacional para el desarrollo en Ecuador. Caso: negocio propio desde España a Ecuador*. De la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México. El propósito de esta investigación es presentar la realidad ecuatoriana, sirviendo de ejemplo con crisis, apoyos, cooperación y resultados a través del análisis de caso de un programa con cooperación triangular donde el apoyo local fungió como parte aguas para los resultados positivos de su etapa final. Las conclusiones más significativas del trabajo son:

- Los problemas económicos y sociales que se desprenden de la migración comienzan a desarrollar movimientos transnacionales y acuerdos de cooperación bilateral entre los países receptores y de expulsión y se han presentado además acuerdos regionales que generan respuesta a los retos de desarrollo local para los migrantes de las regiones donde los movimientos transnacionales se hacen cada vez más frecuentes.
- Las organizaciones de la sociedad civil tienen un papel importante en los proyectos de desarrollo local para los temas migratorios. Son las OSC quienes acompañan a los gobiernos a poner en práctica y ser gestores de proyectos, programas y procesos para mejorar las condiciones de vida, los elementos sociales y otorgar oportunidades a poblaciones vulnerables con condiciones específicas para un objetivo en común. La Ayuda Oficial al Desarrollo no es suficiente, y menos para los países de renta media que aun necesitan de capital para potenciar sus proyectos a corto y largo plazo. Las empresas son ahora parte de los donantes con sus causas de Responsabilidad Social Empresarial, Organismos No Gubernamentales y Gobiernos con Cooperación Bilateral; Cooperación Sur-Sur, Cooperación Triangular, son opciones que quedan al alcance de países como Ecuador, donde la necesidad existe todavía.
- Durante el Programa Negocio Propio Desde España a Ecuador, se combatieron los problemas económicos y migratorios en España y Ecuador, además de compartir conocimientos técnicos entre estos países. La OSC en Ecuador agregó metodologías a las capacitaciones para alcanzar las metas. La importancia de la adaptación de los modelos a cada cultura y modelo de vida es indispensable para obtener resultados positivos en cada proyecto de desarrollo local en la cooperación internacional. La apropiación del modelo extranjero y su transformación por parte de los ecuatorianos fue lo que determinó una serie de casos de éxito al final del último año de ejecución.

Albarracín Jenny (2015), en la tesis: *Migración de Retorno en el Cantón Cuenca, Periodo 2005-2013*. En la Universidad de Cuenca. Ecuador. La investigación tiene por objetivo identificar las características sociodemográficas de los migrantes de retorno del cantón Cuenca, así como determinar y analizar las razones de su regreso. Los años de retorno, el desempleo y los diversos problemas en las economías de los países de destino, empujaban a especular que fue la crisis lo que incentivó a retornar. Más en la pregunta ¿por qué motivo principal regresó a vivir a Ecuador?, la crisis no documentó la proporción que se esperaba, al extremo de que ni siquiera aparece como una de las motivaciones, los resultados estaban más apegados a cuestiones de tipo emocional

relacionados con la familia, el porcentaje alcanzaba un 48%. Un 13% señaló que su razón de regreso fue el deseo de iniciar o emprender un negocio, un 12% porque había sido deportado, y, otros por cuestiones como empleo insatisfactorio, desempleo, salud, estudio, etc.

### **2.2.3. Antecedentes locales**

Álvarez José (2008), *Emigración en la provincia de Chimborazo*. Universidad Nacional de Chimborazo, Red de Movilidad Humana de Chimborazo, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo y Fondo de las Naciones Unidas. Edición Gráficas Riobamba. Ecuador. El objetivo de la investigación es contar con un diagnóstico de la magnitud y características del fenómeno migratorio por cantón, en la provincia de Chimborazo, para orientar la toma de decisiones por parte de organismos públicos y privados en el marco de la política de desarrollo social. Los instrumentos de recolección de datos fueron el cuestionario y guía de entrevista. La conclusión a la que se llegó es que en la provincia de Chimborazo, la migración presenta iguales características que la nacional, se agudiza la salida de los ciudadanos a partir del año 1999 hasta el año 2003, a partir del 2004, por las restricciones impuestas por la Comunidad Europea respecto a ingreso de extranjeros, se disminuye drásticamente hasta el año 2007. Se presenta niveles elevados de pobreza, el 67.3% de sus habitantes es pobre por sus necesidades básicas insatisfechas. Se observa que el 88,2% de personas emigraron en busca de trabajo o por mejorar su situación económica, perdieron la esperanza de mejorar su condición social y económica en sus lugares de origen, por no existir fuentes de trabajo y proyectos de desarrollo que permitan elevar su nivel de vida. Al emigrar mejoran su situación económica y le hace ver ante los demás como un triunfador, produciéndose el “síndrome migratorio” que motiva para que otros también emigren. Entre los principales problemas producidos por la emigración son: desorganización familiar, problemas psicológicos, bajo rendimiento educativo, mal uso del tiempo libre, indisciplina y agresividad. Las propuestas de intervención sugeridas para disminuir el impacto de la emigración son: crear fuentes de trabajo, salarios justos y atención al sector rural.

Álvarez José (2010), *Migración Interna en la ciudad de Riobamba*. En la Universidad Nacional de Chimborazo. Edición Editorial Freire. Ecuador. El objetivo de la investigación es contar con un diagnóstico de la magnitud y características del fenómeno migratorio interno en la ciudad de Riobamba, para orientar la toma de decisiones por parte de organismos públicos y privados en el marco de la política de desarrollo social. Los instrumentos de recolección de datos fueron el cuestionario y guía de entrevista. La conclusión a la que se llegó es que la migración interna en la ciudad de Riobamba presenta similares características de lo que sucede en vía de desarrollo, como es el desplazamiento del área rural al área urbana (campo-ciudad) de manera preferencial. En la última década se produce el mayor flujo migratorio a nivel internacional debido a múltiples factores en el orden político, social y económico; el fenómeno migratorio interno se presenta con similares características, el movimiento migratorio interno hacia la ciudad de Riobamba desde el año 1999 se da en un 54%. Coincidiendo exactamente con el fenómeno migratorio internacional ocurrido a nivel de la provincia de Chimborazo y del país. La ciudad de Riobamba, recibió a migrantes procedentes de la provincia de Chimborazo en un total de 82%, de los cuales el 56,4% provienen de las parroquias rurales del mismo cantón Riobamba. El 66% de jefes de hogar migraron por cuestiones de trabajo.

Romero, Murillo y Montalvo (2010), *Estudio de capacidades empresariales en Chimborazo*. Universidad Nacional de Chimborazo, Red de Movilidad Humana de Chimborazo. Imprenta Mega Impresiones. Riobamba. Ecuador. El objetivo es determinar las capacidades empresariales en los tres cantones de mayor incidencia migratoria de la provincia de Chimborazo: Chunchi, Cumandá y Riobamba, para generar su desarrollo local y sostenible. Concluyen que existen recursos potenciales empresariales en las zonas, que en la actualidad no han sido aprovechadas al máximo de su capacidad generando el descontento de sus accionistas, la recuperación de estos espacios posibilita el crecimiento del mercado y la consecuente generación de recursos y el incremento de beneficios a los productores y a su cantón. En la zona de Riobamba, a pesar de la gran influencia migratoria, la participación de los actores se ha visto limitada, sin embargo el estudio se enfocó en la prestación de servicios con potencialidad de crecimiento, tomando en cuenta que el mercado de panaderías y la industria textil generan una oferta de 41 y 29 establecimientos respectivamente; razón por la que el estudio se enfocó en los servicios de hogar.

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad – MCPEC (2011), *Agenda para la Transformación Productiva. Provincia de Chimborazo*. Ecuador. El objetivo de la agenda es potenciar el desarrollo endógeno (desarrollo que se ajusta a la naturaleza de un territorio) para construir una zona más competitiva, más equitativa y con mayores oportunidades en los mercados interno y externo. Las sinergias entre los agentes son un componente esencial para activar la producción, a través de factores relacionados con el conocimiento y la innovación. El desarrollo provincial debe dar cuenta de las vocaciones productivas y las ventajas comparativas existentes, concentrándose en potenciar los recursos locales sobre los que se basa una producción que es diferente a la de otros territorios, y garantizando la competitividad. Para esto es necesario un proceso de intervención multisectorial (en todos los sectores que son territorialmente más potentes), para favorecer la complementación entre agricultura, industria y servicios. Además, busca un sentido de pertenencia a un territorio, aspecto muy poderoso para que las empresas interactúen en un espacio local común y produzcan un doble efecto: dinamizar la producción e integrar a la sociedad (con especial atención en el respeto por los derechos laborales). Pero, además, se percibe la necesidad de una cohesión y complementación de las políticas de los niveles nacional y subnacional, con los proyectos o programas locales de desarrollo territorial. No hay que dejar de lado la articulación con otras provincias, con otros territorios, que hacen parte de las dinámicas productivas o de procesos integrados de competitividad sean urbanos o rurales, internos o externos. De otra parte, hay que establecer un sistema de coordinación entre los productores que interactúen, para definir normas que estructuren las formas de trabajar y actuar de los productores, para que se pueda aprovechar de mejor manera los emprendimientos innovadores. La dotación de bienes públicos contribuye al crecimiento y al desarrollo territorial, que involucra mejorar la productividad, dotar de infraestructura productiva, aprovechar la conectividad y el acceso a la información, establecer centros de investigación y formación, construir sistemas de riego, crear líneas de crédito dirigido, entre otros. El grupo de negocios turísticos proyectados y que deben desarrollarse en la provincia de Chimborazo son: turismo ecológico y de aventura, turismo de observación, turismo etnológico y arqueológico, turismo de salud y comunitario.

### **a) Turismo ecológico de aventura**

#### ***Importancia Económica y Social:***

Facturación Regional Total:	USD 7.777.120, 15vo. PUESTO
Número de empresas:	264
Generación de empleo:	1.318 puestos

**Cuadro 1. Importancia económica y social. Fuente: Agenda para la Transformación Productiva. Provincia de Chimborazo. 2011**

#### ***Tendencias esperadas de mercado:***

- La demanda turística tiene proyecciones de crecimiento mayores al 5%, en todos los países sudamericanos, según la Organización Mundial de Turismo.
- Dentro de este sector, el turismo alternativo se encuentra en crecimiento, especialmente de aventura y ecológico, que son aquellos en los que el Ecuador tiene una gran dotación de recursos y ha sido poco explotado aún.
- Otro tipo de turismo que está teniendo gran demanda en el mercado internacional es el llamado turismo temático, como por ejemplo el de rutas gastronómicas, geográficas, étnicas, culturales, de observación y de interés científico.
- Según el Trade Map, la demanda mundial de servicios turísticos creció en un 4% anual entre el año 2004 y el 2008, y en este último su valor fue de 852 mil millones de USD.

#### ***Factores Productivos de Apoyo:***

Chimborazo se caracteriza por una gran concentración y abundancia de condiciones geográficas y paisajísticas aptas para turismo ecológico como el Parque Nacional Sangay y el Parque de Reservas Chimborazo y de aventura, con una gran Biodiversidad a través de sus múltiples pisos ecológicos. Basta con decir que en esta región se encuentran tres de los más grandes volcanes del Ecuador y de Sudamérica: el Cotopaxi, el Altar, el Tungurahua (de especial interés para vulcanólogos) y el Chimborazo.

También hay que destacar el hecho de que se ha desarrollado una concentración de infraestructura turística básica y especializada en este tipo de servicios, y se ha desarrollado desde hace más de 20 años, un conglomerado empresarial compuesto



principalmente por Mipymes especializadas en turismo ecológico y de aventura, en donde se observa un espíritu emprendedor a través de experiencias creativas para el desarrollo de nuevos productos turísticos.

Adicionalmente a la infraestructura, también se ha implementado un buen nivel de conectividad que se ha especializado en la información y promoción turística de la Provincia. También en este negocio resulta de particular importancia la existencia de suficiente transporte e infraestructura vial de acceso que permite en un solo día recorrer por carreteras de primer orden toda la provincia y la conexión con las cuatro regiones turísticas de la Región # 3.

***Áreas de intervención - Principales desafíos e instrumentos:***

DESAFÍO	INSTRUMENTO
Desarrollo de productos o paquetes turísticos integrales	Plan para conformar un callejón de turismo ecológico y de aventura y establecimiento de paquetes turísticos acordes a los atractivos. (Ministerio de Turismo)
Inserción en el mercado nacional e internacional (nicho)	Estrategias de promoción del turismo a nivel nacional e internacional
Potencializar el turismo comunitario en los parques nacionales	Estrategias de inserción de las comunidades de la región en el turismo ecológico. (Emprende Ecuador)
Desarrollo de la infraestructura y los Servicios acordes a las necesidades de la demanda turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de fortalecimiento de capacidades: buenas prácticas, atención al cliente, inocuidad y calidad. (Ministerio de Turismo)</li> <li>• Convenios con instituciones: gastronomía, manejo de la información, señalética, promoción</li> </ul>

**Cuadro 2. Áreas de intervención. Desafíos e instrumentos. Fuente: Agenda para la Transformación Productiva. Provincia de Chimborazo. 2011**

***b) Turismo de observación, turismo etnológico y arqueológico, turismo de salud y comunitario.***

Este grupo de negocios turísticos presentan las mismas características e importancia, por esta razón, se resume lo que corresponde a cada grupo:

***Importancia Económica y Social “Estimada”:***

Facturación Regional Total:	USD 1.343.744
Número de empresas:	100
Generación de empleo:	1.300 puestos

**Cuadro 3. Importancia económica y social “estimada”. Fuente: Agenda para la Transformación Productiva. Provincia de Chimborazo. 2011**

***Tendencias esperadas de mercado:***

- A pesar de la crisis del año 2009, la Organización Mundial de Turismo, prevé una recuperación moderada de las llegadas turísticas internacionales, del 1 al 3%. La demanda turística tiene proyecciones de crecimiento mayores al 5%, en todos los países sudamericanos.
- El turismo alternativo, cultural, rural, ecoturismo, turismo temático, de salud y bienestar ha tenido una evolución muy favorable en los últimos años y se prevé que continúe creciendo luego de la recesión.
- Otro tipo de turismo que está teniendo gran demanda en el mercado internacional es el llamado turismo temático, como por ejemplo el de rutas gastronómicas, geográficas, étnicas, culturales, de observación y de interés científico.

***Factores Productivos de Apoyo:***

Chimborazo se caracteriza por una gran concentración y abundancia de condiciones geográficas y paisajísticas aptas para turismo de observación, con una gran biodiversidad a través de sus múltiples pisos ecológicos. Basta con decir que en esta región se encuentran tres de los más grandes volcanes del Ecuador y de Sudamérica: el Cotopaxi, el Altar, el Tungurahua (de especial interés para vulcanólogos) y el Chimborazo.

También hay que destacar el hecho de que se ha desarrollado Concentración de infraestructura turística básica y un conglomerado empresarial compuesto principalmente por Mipymes especializadas en turismo alternativo en donde se observa un espíritu emprendedor a través de experiencias creativas para el desarrollo de nuevos productos turísticos.

Adicionalmente a la infraestructura, también se ha implementado un buen nivel de conectividad que se ha especializado en la información y promoción turística de la Provincia.

También en este negocio resulta de particular importancia la existencia de suficiente transporte e infraestructura vial de acceso que permite en un solo día recorrer por

carreteras de primer orden toda la provincia y la conexión con las cuatro regiones turísticas de la Región # 3.

DESAFÍO	INSTRUMENTO
Desarrollo de productos o paquetes turísticos integrales de observación especializados en fauna y flora	Plan para conformar un callejón de turismo ecológico y de aventura y establecimiento de paquetes turísticos acordes a los atractivos. (Ministerio de Turismo)
Incrementar la demanda de turismo de observación	Interacción con agencias de turismo internacionales que se especialicen en turismo científico.
Elevar el nivel de calidad de los servicios de la infraestructura turística (restaurantes, hoteles, paraderos)	Programa de capacitación a establecimiento turísticos del MINTUR
Promoción del turismo de observación a través de portales especializados	Programa de Conectividad (CORPEI)

**Cuadro 4. Áreas de intervención. Desafíos e instrumentos. Fuente: Agenda para la Transformación Productiva. Provincia de Chimborazo. 2011**

## 2.3. Bases teóricas

### 2.3.1. Migración

“Los desplazamientos territoriales del hombre han sido parte de su propia historia; agudizado en determinados periodos, atenuados en otros; han estado condicionados por diferentes factores de naturaleza ambiental, demográfica, económica, cultural, religiosa y sociopolítica. Así, la formación de naciones, estados e imperios, de una parte, y las guerras de otra, han dado lugar a migraciones tanto voluntarias como forzadas” (Bueno Sánchez, 2010)

“Las migraciones internacionales son un proceso humano atado a la expansión del capitalismo global. En el caso ecuatoriano, es posible advertir dos etapas migratorias, orientada la primera a Estados Unidos, y a España la segunda; esta última especialmente a partir de la mayor crisis acaecida en el país, a fines del siglo XX. En todos los casos, las remesas enviadas por quienes migran juegan un papel importante en la economía y han contribuido a la disminución de la pobreza y la desigualdad” (Acosta, 2006).

La movilidad humana es el resultado a la creciente tendencia a la globalización, que acarrea problemas y retos en distintas ciudades y países alrededor de todo el mundo, lo cual requiere de la cooperación, la responsabilidad, y la solidaridad regional e internacional.

La migración es un fenómeno complejo, que tiene implicaciones sociales, económicas, culturales y jurídicas. Es un proceso que rompe con la noción del migrante como un simple trabajador que se desplaza y cambia de residencia y/o trabajo. Los migrantes, hombres y mujeres, son al mismo tiempo integrantes de un grupo de edad, miembros de una familia perteneciente a una o más comunidades locales, regionales y nacionales.

### **2.3.1.1. Definición**

La migración es el “movimiento de población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo que abarca todo movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o sus causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos” (OIM, 2006:38).

La migración “es el desplazamiento con traslado de residencia desde un lugar de origen a un lugar de destino que implica el cruce de algún límite geográfico” (CEPAL, 2011).

También se entiende por “migración económica o laboral el fenómeno social que se caracteriza por los desplazamientos de población motivados por factores de expulsión de fuerza de trabajo de pueblos o país des de origen y por factores de atracción de fuerza de trabajo de comunidades de destino. La migración se presenta como parte del fenómeno de la globalización “capitalismo globalizado”, donde la fuerza de trabajo también se ha visto forzada a movilizar, en menor escala que los capitales y bienes de consumo, con el propósito de enfrentar las presiones de la competitividad que se resuelve por la reducción de los costos de la mano de obra. Aquí se encuentra una de las razones por la que la migración laboral se da de manera irregular” (Alvarez-Román, Emigración en la provincia de Chimborazo, 2008).

### **2.3.1.2. Las migraciones urbanas y rurales**

Cuando analiza la migración se debe hacerlo desde dos perspectivas: la emigración es el movimiento desde un punto de partida, y la inmigración el de llegada. Así también se diferencia entre la migración interna, la que se produce dentro de un país o región y la migración internacional, que se produce entre países.

A partir de los años 50, la migración comienza a tomar fuerza por el proceso de industrialización, se ha explicado por la búsqueda de mejores oportunidades de empleo, oportunidades de éxito, acceso a la cultura y la educación. Una de las variables que desempeña un papel fundamental en la determinación de la evolución de la población, su estructura y composición a escala nacional es la migración. Por tanto, es fácil concluir que se requiere un buen nivel de conocimiento sobre este proceso demográfico para el diseño de políticas productivas, económicas y sociales.

### **2.3.1.3. Causas de la migración**

En la Revista Tecnológica ESPOLciencia (2004), se sostiene que las causas socioeconómicas de la migración en el Ecuador se ha dado para buscar recursos económicos que aseguren el bienestar de hijos y familiares de migrantes, se destacan algunos problemas como:

- Políticas gubernamentales sin visión, con escasa o ninguna asignación para salud, educación y vivienda, pago de la deuda externa, congelamiento de depósitos bancarios y devaluación monetaria.
- Desempleo abierto y disfrazado frente a una masa medianamente formada que oferta su trabajo por un salario que no cubre el costo de sus necesidades básicas.
- Aumento de índices de inflación y pobreza.
- Además se recalca que las asignaciones a la agricultura, ganadería y pequeña industria son muy pocas, lo cual ha estancado el desarrollo de estos gremios.

Las causas de los movimientos migratorios son múltiples y normalmente se hallan interrelacionadas. De entre todas estas causas cabe señalar como las más importantes las

siguientes: El crecimiento demográfico y su desigual distribución geográfica. Los efectos de la Revolución Industrial y los avances científicos y sanitarios han motivado un descenso importante de la tasa de mortalidad, junto con el mantenimiento de la alta tasa de natalidad existente. La expansión demográfica ha llevado a los excedentes de población a desplazarse a zonas de expansión económica. Además, el desplazamiento del recurso humano por la máquina en el proceso de producción tuvo como resultado la formación de un excedente de mano de obra, con escasos recursos económicos. Este excedente de trabajadores poco cualificados se ve obligado a buscar nuevos territorios para sus actividades laborales (Abu-Warda, 2008:39).

En resumen, las principales causas de la migración internacional se encuentran las circunstancias socioeconómicas, la falta de empleo, salarios bajos y condiciones laborales deprimidas, de manera que la mayor parte de los migrantes se desplaza en busca de un mejor nivel de vida y de la posibilidad de salir de la pobreza. Las crisis políticas causados por regímenes autoritarios, guerras, creencias religiosas, etc.

#### **2.3.1.4. Efectos de la migración**

De acuerdo a estudios realizados por la Comisión Episcopal de Pastoral Social de la Conferencia Episcopal Ecuatoriana – CEPASE, (2006) el proceso migratorio en el Ecuador trae consigo un sinnúmero de beneficios y costos económicos y sociales, como:

- **Efectos en el individuo:** Según investigaciones realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), la emigración ecuatoriana se caracteriza por estar formada preferentemente por una población joven, mestiza, con un nivel de educación media, y provenientes de familias de 3 a 5 miembros. Uno de los temas más preocupantes de la emigración es la separación familiar que conlleva altos costos sociales y graves impactos psicológicos que afectan al emigrante y con más fuerza a los hijos.
- **Efectos en el país:** Gastos en educación y fuga de cerebros. Disminución del desempleo e incremento de la inflación. Reducción de la pobreza. Incremento de la inversión y el consumo

En los países de origen, la emigración supone un descenso de la población, acompañado de un proceso de envejecimiento de la misma, debido a que el colectivo de emigrantes se compone principalmente de jóvenes. Con esto, desciende el nivel productivo al perder el país de origen un número importante de población activa. Además, la emigración generalizada puede producir la desertización demográfica. Esta desertización trae consigo el impacto negativo para la vida económica de la zona. Sin embargo, existen importantes ventajas para los países de origen tanto en el ámbito social como económico. En primer lugar, las emigraciones alivian la densidad de población y reducen el paro provocado por el desplazamiento del hombre por la máquina. En segundo lugar, las remesas emigrantes que favorecen la balanza de pagos del país de origen sirven para que aumente el nivel de vida y el intercambio comercial. A nivel político, se favorece la estabilidad socio-política interna al poder emigrar los opositores que cuestionan al sistema establecido en el país de origen. Además, los emigrantes favorecen el entendimiento político y cultural entre los dos países (Abu-Warda, 2008:39).

Los efectos positivos de la migración tienen que ver con la disminución de la presión sobre los recursos naturales, la infraestructura y los presupuestos públicos. Así mismo, las remesas internas que envían los emigrantes a sus lugares de origen representan una fuente importante de recursos. Y ciertamente la salida de población en edad activa puede contribuir a descomprimir mercados de trabajo poco dinámicos. Además, los países de destino son desarrollados con niveles de exigencia elevados, permite mejorar la calificación del trabajador, volviéndolo más competitivo.

Entre los efectos negativos, se puede mencionar la pérdida del talento humano, que deja a las zonas de origen con menos capacidad productiva y de innovación. La salida de miembros de la familia la resquebraja y genera familias mono parentales o aquellas donde la crianza la realizan los abuelos u otros parientes cercanos.

### **2.3.1.5. Desarrollo**

El desarrollo es una condición social, en la cual las necesidades auténticas de la población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales.

La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. Todos los grupos sociales tendrían acceso a las organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición y que sus culturas y tradiciones sean respetadas.

De acuerdo con Sunkel y Paz (2000), el desarrollo significa lograr una creciente eficacia en la manipulación creadora de su medio ambiente, tecnológico, cultural y social así como sus relaciones con otras unidades políticas y geográficas.

Es decir el desarrollo busca mejorar las condiciones de vida, haciendo una comparación entre migración y desarrollo, son procesos inseparables, ya que la migración no puede ser un sustituto para el desarrollo y el desarrollo no es necesariamente dependiente de la migración, pero cada uno de estos dos procesos puede influir de manera profunda en el otro.

En fin el desarrollo es un proceso que implica crecimiento, avance y progreso, con el objetivo de aumentar las capacidades humanas, agrandar el alcance de las opciones de los seres humanos y crear un ambiente confiable y seguro donde los ciudadanos puedan vivir con dignidad e igualdad, ya sea lo puede considerarse como un proceso que trasciende las fronteras territoriales de los Países.

### **2.3.2. *Emprendimientos***

Un emprendedor es aquel que se hace cargo de su propio destino y construye sus propios negocios. Toma la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto. Es una persona orientada hacia el futuro, capaz de asumir riesgos para involucrarse en la identificación y el desarrollo de nuevas ideas. Tiene una fuerte inclinación por el logro, la autoconfianza y la independencia. El turismo es un ámbito propicio y fructífero para el Emprendedor, siendo que permite el desarrollo de todas estas competencias. También es posible estimularlas a partir de la enseñanza y la capacitación (Rataric, Caviglia, & Villa, 2008).



### **2.3.2.1. El origen del término “entrepreneurship”**

El término “entrepreneur” fue introducido en la bibliografía económica por Richard Cantillon en 1755 en su obra “Essai sur la Nature du Commerce en General” para identificar a quienes corrían el riesgo y tomaban la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto innovador. Algunas décadas más tarde, fue Jean Baptiste Say el primero en elaborar el concepto de empresario emprendedor y su aclaración conceptual como sujeto económico distinto del capitalista (Drucker, 1997; Nuño, 1994; Cunningham y Lischeron, 1991; Ripsas, 1998; Díaz, 2002; Lasch y Yami, 2008).

Existen motivos que explican porque se generaliza el uso del término emprendedor en sustitución del término empresario. La principal razón es la imagen negativa que se asocia a la figura del empresario (Díaz, 2002). Por su parte, la figura del emprendedor denota una imagen positiva y heroica, constituyendo un icono de admiración asociado a la capacidad de determinados individuos para llevar a cabo sus iniciativas a pesar de los riesgos implícitos.

Emprender es la virtud del inicio, de la misma forma que la perseverancia es la virtud de la continuidad. Ambos conceptos constituyen la virtud de la fortaleza, la esencia de la cual es “no dejar de hacer algo bueno y valioso por el esfuerzo o el riesgo que pueda comportar” (Marina, 2013). En este sentido, una cosa es ser emprendedor y otra es ser empresario. No todos los emprendedores son empresarios, ni todos los empresarios son emprendedores. No es lo mismo ser el propietario de un pequeño y modesto negocio que ser un emprendedor que apuesta por la creatividad y la innovación sea en su propio negocio como dentro de una gran corporación.

El “entrepreneurship” nace en Estados Unidos como una disciplina metodológica y cultural cuyo objetivo es impulsar a los emprendedores y a la creación de empresas. Se ha intentado encontrar un vocablo español que sintetizara a la perfección el término anglosajón que se venía utilizando hasta el momento. Veciana afirma que el término “entrepreneurship” engloba tres conceptos – empresario, función empresarial y creación de empresas – y que es de difícil traducción al castellano (Veciana, 1999).

Filológicamente, el término inglés “entrepreneurship” proviene de agregar la terminación “ship” a la palabra “entrepreneur”. La terminación “ship” indica el aspecto genérico de un término. Así pues, si se asume que la traducción de “entrepreneur” es la de empresario, “entrepreneurship” debe hacer referencia a todo lo concerniente al empresario, su función y a la creación de empresas.

Así pues, se puede utilizar la palabra “entrepreneur” o “emprendedor” para designar al empresario y su derivado “entrepreneurship” o “emprendimiento” para referirse a las competencias, comportamientos y habilidades que requieren los emprendedores pero también al fenómeno de creación de empresas y a la función empresarial incipiente.

En realidad, otros términos como “emprendizaje”, “empresarialidad” y “emprendeduría” (variantes utilizadas a menudo en España), “emprendedurismo” y “emprendurismo” (variantes utilizadas en países hispano-americanos) son traducciones alternativas de la palabra inglesa “entrepreneurship”. Todos estos vocablos se utilizan para describir en el ámbito empresarial el espíritu emprendedor o el ímpetu por iniciar algo. Desde este punto de vista, es preferible utilizar la alternativa “emprendimiento”, que el Diccionario de la Lengua Española de la RAE incorpora en su vigésima tercera edición con los significados de “acción y efecto de emprender (acometer una obra)” y “cualidad de emprendedor”.

### ***2.3.2.2. Investigación de la actividad emprendedora***

Los pioneros en la investigación de la actividad emprendedora son: Cantillon, Schumpeter, Kirzner, Knight, Hayek, Casson, Gartner, Shane y Venkataraman. El auge de la investigación académica en el campo del emprendimiento, ha conocido un gran desarrollo debido al reconocimiento del hecho que las nuevas empresas emprendedoras generan una gran parte de la tasa de crecimiento del empleo de los países, y que son una poderosa fuente de innovación (Amit, Glosten y Muller, 1993; Díaz, 2002). Para Low y MacMillan (1988) es evidente que la creación de empresas es una fuerza crítica para el crecimiento económico de un país ya que supone la creación de nuevos puestos de trabajo, el aumento para el estado de los ingresos procedentes de impuestos, el

incremento de las exportaciones y, en definitiva, comporta un aumento de la productividad nacional.

Se observa un incremento del número de artículos publicados en revistas científicas y en el número de revistas académicas dedicadas exclusivamente a la investigación sobre el emprendimiento. Existen más de 1.000 publicaciones anuales en el campo de la función empresarial, concurren más de 50 congresos y se editan más de 25 publicaciones especializadas cada año (Díaz, 2002).

Según la base de datos Social Sciences Citation Index, el número de artículos publicados por año, que contienen el término “entrepreneurship” en el título, sigue una evolución de tipo exponencial. El número de estudios sobre el emprendimiento empieza a adquirir cierta relevancia durante la segunda mitad de la década de 1980, pero no es hasta la década de 2000-2010 cuando la disciplina genera un crecimiento en publicaciones siguiendo un ritmo exponencial, partiendo de 57 referencias en el año 2000 hasta alcanzar las 268 en el 2010.

El interés por el estudio de la actividad emprendedora también se refleja en la creciente publicación de informes con amplia cobertura geográfica, que permiten establecer criterios uniformes y consecuentemente realizar comparaciones. El programa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es una evaluación anual de los niveles nacionales de la actividad emprendedora. Se inició en 1999 en diez países y se ha ido extendiendo hasta 59 países en el año 2010 (55 países en el 2011). El programa incluye el estudio del papel del emprendimiento en el crecimiento de las economías nacionales. Uno de sus principales puntos fuertes es la aplicación uniforme de sus definiciones y recolección de datos entre los países que permiten la comparación. El proyecto GEM tiene como objetivo evaluar sistemáticamente dos parámetros: el nivel de actividad emprendedora (empresas nacientes) y el nivel de supervivencia de las empresas jóvenes una vez han superado la fase inicial. El estudio mide la actividad emprendedora como proporción de la población adulta (entre 18 y 64 años) que están implicados en el proceso de creación de una nueva empresa. También mide la proporción de población adulta que está implicada en una empresa con menos de 42 meses de existencia.

Después de más de 200 años de estudio sobre la función empresarial, aún no se ha desarrollado ninguna teoría ampliamente aceptada que explique o prediga cuando

aparecerá el próximo empresario o se creará la próxima empresa. Esto es una característica propia de un campo joven y en vías de desarrollo. Los principales temas de investigación sobre el emprendimiento (Díaz, 2002) son:

- Características y comportamiento de los empresarios
- Características demográficas y económicas de las pequeñas empresas
- Emprendimiento y pymes en los países en vías de desarrollo
- Características directivas de los empresarios
- El proceso empresarial: creación de empresas y desarrollo empresarial
- Capital riesgo y financiación de las pymes
- Dirección empresarial
- Empresas de alta tecnología
- Estrategia y crecimiento de las empresas emprendedoras
- Alianzas estratégicas
- Corporate entrepreneurship o intrapreneurship
- Empresas familiares
- Autoempleo
- Incubadoras y sistemas de apoyo a la función empresarial
- Redes de contactos
- Factores que influyen en la creación de empresas y su desarrollo
- Políticas gubernamentales para la creación de empresas
- Mujeres, minorías, grupos étnicos y emprendimiento
- Educación y formación en emprendimiento
- Estudios culturales comparativos
- Emprendimiento y sociedad
- Franquicias

Varias disciplinas han estudiado el emprendimiento como la economía, la sociología, las finanzas, la historia, la psicología y la antropología. No existe, por tanto, una única teoría. Amit, Glosten y Muller (1993) identifican los principales retos para el desarrollo de una teoría sobre el emprendimiento y sus conclusiones sugieren que puede ser demasiado ambicioso esperar una única teoría completa y robusta, debido precisamente a la interdisciplinariedad del emprendimiento. En el mismo sentido, no existe consenso entre los investigadores de lo que significa emprendimiento ni de la función de los

emprendedores. Autores como Baygrave y Hofer (1991) afirman que no existe, y ni siquiera debe existir, una definición universal de “entrepreneurship” y que debe ser el investigador quien, en el marco de sus investigaciones, decida y explique qué entiende por emprendimiento y por emprendedor. Sin embargo, otros autores como Vesper (1983), Gartner (1985) y Amit, Glosten y Muller (1993) afirman que esta incapacidad para llegar a un acuerdo sobre una definición común ha frenado el progreso de la investigación.

### **2.3.2.3. El emprendedor**

Según recogen Pedro Bueno (1994) y William B. Gartner (1988), entre otros, algunas definiciones del término “emprendedor” propuestas por investigadores de reconocido prestigio son las siguientes:

Knight (1921) describe al emprendedor como el que asume inversiones inciertas. El emprendedor se caracteriza por su bajo nivel de aversión al riesgo.

Para Schumpeter (1942), los emprendedores son líderes y los principales contribuidores al proceso de destrucción creativa, característica esencial del capitalismo.

McClelland (1961) encuentra que las características del emprendedor son, por una parte, un tipo especial de comportamiento, y por otra, un interés por ocuparse en actividades que implican emprender por su prestigio y por su riesgo.

Dauids (1963) basa sus estudios en la definición del emprendedor como el creador de un nuevo negocio.

Draheim (1972) basa sus estudios en la definición de la actividad emprendedora como el acto de creación de una nueva empresa donde ninguna existía antes. Define al emprendedor como la persona que crea una nueva empresa. Utiliza el término para indicar que el fundador tiene una participación en acciones en la compañía y que su intención es crecer y prosperar más allá del estado de autoempleado.

El premio Nobel Hayek (1979) pone de manifiesto el papel del emprendedor como ágil captador y utilizador de información. El emprendedor tiene la habilidad de captar información que le lleva a encontrar oportunidades capaces de generar un beneficio.

Brockhaus (1980), define al emprendedor como el principal propietario y gestor de una empresa no empleado por ninguna otra.

Hull, Bosley y Udell (1980), definen al emprendedor como la persona que organiza y dirige una empresa asumiendo los riesgos para la obtención de beneficios. Esta definición se extiende a los individuos que han adquirido una empresa ya existente con la intención de expandirla.

Según Casson (1982), el emprendedor toma decisiones sobre la asignación de recursos escasos que son el resultado de un juicio, es decir, que no se trata de una decisión que resulta de una regla basada en la utilización de información disponible y al alcance de todos. La esencia de su planteamiento está en que el resultado de las decisiones depende de quien las toma.

Gartner (1985), define al emprendedor como la persona que “inicia una nueva empresa donde antes no había ninguna”.

Kirzner (1985), los emprendedores perciben oportunidades de obtención de beneficios e inician acciones para completar las necesidades insatisfechas o para hacer de forma más eficiente lo que ya se está haciendo.

Begley y Boyd (1989) formaliza algunas de las ideas de Knight. Algunas características de los emprendedores son esenciales para la creación de nuevas empresas de éxito.

Estas características incluyen la creatividad, la adaptabilidad, el conocimiento tecnológico, la visión de futuro, el liderazgo, los conocimientos organizativos y de gestión, la habilidad de tomar decisiones rápidas y de actuar de manera ágil en entornos cambiantes e inciertos, integridad personal, educación y bagaje cultural.

Actualmente se aplica el término emprendedor a las personas que tienen una sensibilidad especial para detectar oportunidades y la capacidad de movilizar recursos externos para explotar estas oportunidades. Emprendedor es quien descubre la oportunidad, concibe el proyecto y lo pone en práctica. Incluso en las circunstancias

más adversas, el emprendedor pone en juego su imaginación y esfuerzo para descubrir oportunidades y transformarlas en negocio.

Se describe al emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento.

“Quienes aceptan el reto de incorporarse a la categoría de los emprendedores corren dos grandes peligros: uno, el menos grave, es fracasar; el otro, el más grave, es caer en la marginalidad. Lo más probable, estadísticamente hablando, a juzgar por la realidad, es que quien decide ser su propio jefe acabe sin pena ni gloria” (Nueno, 1994).

Algunos investigadores (Vesper, 1985) piensan que lo importante es la creación de nuevas iniciativas empresariales. Otros, en cambio, creen que innovación y emprendimiento son conceptos íntimamente asociados y por tanto, cuando se habla de emprendimiento, la innovación es una característica esencial en la creación de las nuevas empresas (Meyer, 2011). Para otros, desde una perspectiva más global, la innovación es la clave del crecimiento económico, de la productividad y de la difusión del conocimiento (Baumol, 1990).

Cunningham y Lischeron (1991) exponen que tanto los autoempleados y como los propietarios de pequeñas empresas no son realmente considerados “emprendedores” sino “pequeños empresarios”.

El término emprendedor ha sido a menudo aplicado al fundador de un nuevo negocio o a la persona que “inicia una nueva empresa donde antes no había ninguna” (Gartner, 1985). Desde este punto de vista, cualquiera que hereda o compra una empresa ya existente, o los gestores y directores que como empleados dan la vuelta a una empresa, no son por definición emprendedores. Otros investigadores reservan el término emprendedor para aplicar sólo a la actividad creativa del innovador. Con esta última definición la mayoría de los que persiguen actividades emprendedoras serían excluidos.

Un artículo de Carland et al. (1984). “Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: a Conceptualization” expone las diferencias conceptuales entre el emprendedor y el empresario.

Por un lado, el emprendedor es un individuo que crea y gestiona una empresa con el propósito principal de obtener beneficios, desarrollo y crecimiento (profit and growth).

El emprendedor se caracteriza principalmente por un tener un comportamiento innovador y por emplear prácticas de gestión estratégica en su empresa. Por su parte, el empresario de una pequeña empresa es un individuo que crea y gestiona una empresa con el propósito principal de promover y conseguir objetivos personales. La empresa es la principal fuente de ingresos y consume la mayor parte de recursos y tiempo de esta persona. El propietario percibe que la empresa es una extensión de su personalidad estrechamente ligada a los deseos y necesidades de la familia.

#### **2.3.2.4. Características personales del emprendedor**

La decisión de crear una empresa y convertirse en emprendedor ha sido explicada por la literatura científica por la intervención de tres categorías de factores. La primera categoría se refiere a las características personales, sus expectativas, motivaciones, percepciones, habilidades y conocimiento. La segunda concierne a las características de las organizaciones en las cuales el emprendedor ha desarrollado su actividad profesional con anterioridad. La tercera está relacionada con los factores ambientales o del entorno, como es el clima social. Lafuente y Salas (1989) demuestran empíricamente a partir de su estudio que existe una relación entre las expectativas de trabajo y las tendencias emprendedoras, es decir, con la probabilidad de que un individuo decida iniciar una carrera emprendedora.

Sexton y Similor (1986) realizan un análisis de los factores que hacen que un individuo sea emprendedor e identifican tres ejes o escuelas: el eje personal (genética, educación, entorno familiar), el eje social (circunstancias étnicas, desplazamiento, entorno geográfico e industrial) y el reticular (acceso a recursos).

Por su parte y en la misma línea, Cunningham y Lischeron (1991) identifican diversas escuelas de pensamiento con visiones muy distintas sobre la actividad emprendedora y las clasifican de acuerdo con su interés en estudiar las características personales, las oportunidades, la gestión o la necesidad de adaptación de una empresa existente.

Chell, Haworth y Brealey (1991) resumen en tres las características distintivas de la actividad emprendedora: la motivación o intención de crear riqueza y acumulación de



capital, la habilidad para reconocer oportunidades para la generación de riqueza y la capacidad para reconocer las oportunidades que deben perseguirse.

Veciana (1999) identifica y estudia cuatro factores de éxito de las nuevas empresas. Uno de ellos está directamente relacionado con las diferentes capacidades estratégicas y directivas del empresario e incluye la raza y género, la ocupación de los padres, la formación como empresarios y la experiencia previa en la creación de empresas.

### ***a) Rasgos de personalidad***

Según las escuelas que evalúan las cualidades personales de los emprendedores existen determinados rasgos de personalidad que definen al emprendedor. El número de estudios en este campo es uno de los más elevados en la investigación sobre la actividad emprendedora.

A partir de más de 50 estudios de investigación, Jeffry Timmons (1985, 1990), resume las características más comunes que identifican al emprendedor y las capacidades de la mentalidad emprendedora:

- Compromiso total, determinación y perseverancia
- Voluntad de conseguir y crecer
- Iniciativa y responsabilidad personal
- Persistencia en la solución de problemas
- Consciencia de las propias limitaciones y sentido del humor
- Capacidad de buscar consejo y retroalimentación
- Confianza en las propias capacidades
- Capacidad de tolerar la ambigüedad, la tensión y la incertidumbre
- Saber tomar riesgos calculados y saber compartir el riesgo
- Poca necesidad de estatus y poder
- Integridad y fiabilidad
- Decisión, urgencia y paciencia
- Capacidad de superar los fallos y aprender de ellos
- Capacidad de crear equipos y hacer héroes

Timmons clasifica estas características en seis grupos:

- Confianza y determinación
- Liderazgo
- Búsqueda de oportunidades
- Tolerancia al riesgo, a la ambigüedad y a la incertidumbre
- Creatividad, autoconfianza y habilidad para la adaptación
- Motivación por la excelencia

Según Chell, Haworth y Brealey (1991), el emprendedor prototipo tiende a gestionar un negocio en expansión, prospera sobre la base del cambio, es aventurero, persigue oportunidades, es capaz de generar nuevas ideas, es proactivo, innovador y tiende a demostrar un comportamiento inquieto.

Freire (2005) señala las características psicológicas del emprendedor como: el deseo de emancipación, la moderación en la ambición por el dinero, la plena dedicación al proyecto, el espíritu de sacrificio, la capacidad de trabajo, la voluntad permanente de aprender, la capacidad de compartir el éxito, su determinación, su optimismo e ilusión, su capacidad de liderazgo y de asumir riesgos y responsabilidades, y su actitud de superación continua frente a los obstáculos.

Debido a la naturaleza de la actividad emprendedora, el emprendedor necesita sintetizar información, integrar diversas entradas de información a la vez y estar alerta de la visión global. El estilo cognitivo se define como la vía predominante en una persona en determinadas circunstancias para captar, procesar y evaluar información. El procesamiento de la información desde una aproximación intuitiva ofrece mayores posibilidades de incluir muchos de los aspectos críticos de la actividad emprendedora que desde una aproximación racional (Carland et al., 1988). Los emprendedores se basan en un pensamiento intuitivo. Aunque la intuición es importante, es más importante para ciertos tipos de emprendedores o en ciertas fases del proceso emprendedor, por ejemplo, en la etapa de generación de ideas. Olson (1985) sugiere que la aproximación más efectiva para el procesamiento de la información varía según las diferentes fases del proceso emprendedor. Defiende que en la fase de invención, en la que el emprendedor está preocupado por la identificación de oportunidades para nuevas aplicaciones de los descubrimientos técnicos o en intentar crear un nuevo producto o

servicio, el pensamiento tiende a ser intuitivo, sintético y holístico. Esto cambia en fases posteriores en las que el emprendedor pasa a aplicar un enfoque más racional, analítico y lineal, sobre todo cuando desarrolla planes para financiar el negocio, para concretar la producción o la distribución.

### ***b) Género***

El número de empresas creadas por personas pertenecientes a minorías ha ido creciendo con el paso del tiempo, lo que refleja un cambio social considerable. Así mismo, la creación de empresas por mujeres emprendedoras también se ha ido incrementando de manera considerable. Sin embargo, los estudios todavía demuestran que es más probable el éxito empresarial cuando la empresa está creada por hombres no pertenecientes a minorías (Cooper y Gimeno-Gascón, 1992).

El número de mujeres emprendedoras ha crecido a un ritmo más elevado en todo el mundo que el de sus homólogos masculinos. El empleo femenino creció sustancialmente durante el S. XX. Además, durante las últimas décadas el número de mujeres auto empleadas creció un 69% mientras que el número de hombres auto empleados sólo aumentó un 13%. Sin embargo, a pesar de que las mujeres han hecho avances en campos profesionales dominados por hombres, sus números son todavía muy discretos. Algunas investigaciones han explorado la hipótesis de que hombres y mujeres difieren en dimensiones relacionadas con la actividad emprendedora (Scherer, Brodzinski y Wiebe, 1990).

### ***c) Formación***

La literatura indica que el nivel educativo de los emprendedores puede ser un elemento distintivo. Collins y Moore (1973) destacan que los emprendedores se caracterizan por su deseo de independencia y por evitar estar en una posición subordinada, lo cual, según los autores, es un indicador del bajo nivel de educación formal. Sin embargo, desde un punto de vista teórico no puede relacionarse el nivel educativo de un individuo con el éxito de sus iniciativas empresariales. Por un lado, los conocimientos que se adquieren en la escuela no son suficientes para conseguir el éxito empresarial. Por otro lado,

muchas de las características que se asocian al emprendedor, como el compromiso, la identificación de oportunidades, la determinación por seguir las y la tolerancia a la ambigüedad, no son el resultado de la educación formal (Timmons, 1990).

Otros estudios como los de Roberts y Wainer (1971), Boswell (1973), Cooper (1973) y Gudgin, Brunskill y Forthergill (1979), la mayoría de ellos sobre emprendimiento técnico, llegan a conclusiones muy distintas. Los individuos con educación universitaria están asociados con firmas que tienen un elevado índice de supervivencia, especialmente cuando sus actividades requieren un conocimiento técnico elevado. La educación es un activo esencial para estas empresas y por tanto se concluye que el nivel formativo está directamente relacionado con el rendimiento de la empresa.

No se han podido determinar, de manera general, relaciones claras entre el nivel de formación y el éxito empresarial (Cooper y Gimeno- Gascón, 1992).

#### ***d) Experiencia***

Los emprendedores aprenden de las experiencias anteriores y tienen la oportunidad de analizar qué les fue bien y en qué fallaron, de tal manera que van adquiriendo lo que podría denominarse una tecnología de creación de empresas.

Los emprendedores que con anterioridad ya han creado una organización tienen mayor probabilidad de éxito y serán más eficientes en la creación de su segunda y tercera empresa (Vesper, 1980).

Parte del conocimiento necesario para establecer un nuevo negocio es conocimiento tácito, que se obtiene generalmente por experiencia personal. Desde esta perspectiva se puede asumir que los emprendedores habituales cuentan con cierto conocimiento tácito acumulado ya que las habilidades adquiridas en ocasiones anteriores son transferibles y aplicables a los siguientes procesos de creación de nuevas empresas.

Lafuente y Salas (1989) detectan en el clúster de emprendedores “familiares” un fenómeno de experiencia previa en tareas de supervisión (el 24,7% tenía experiencia previa en la creación de empresas y el 9% había aprendido a llevar un negocio en pequeñas empresas). El clúster de “arriesgados” con elevado nivel educativo muestra

menos experiencia previa en la creación de empresas. En general han aprendido a llevar un negocio en la universidad o trabajando para grandes empresas. Los “artesanos” y los “gestores” aprenden principalmente de sus padres.

Según concluye Veciana (1999), es de esperar que altos niveles de experiencia conduzcan a mayores niveles de éxito ya que se conocen los problemas con los que el empresario se va a enfrentar. Altos niveles de experiencia en la gestión harían al empresario más preparado para enfrentarse con el nuevo negocio. Sin embargo, no es posible establecer, una relación indiscutible de la experiencia previa en todos sus aspectos y el éxito empresarial. Tan sólo su componente de experiencia en el mismo sector tiene una influencia positiva.

Las empresas que arrancan con mayores disponibilidades de recursos financieros y humanos, tienen, supuestamente, más probabilidades de supervivencia y crecimiento que aquéllas que lo hacen con menos recursos. La experiencia previa que el empresario tenga en la industria o sector donde va a establecerse, le otorga un prestigio que contribuye al éxito en la atracción de socios, de recursos y en la consecución de términos favorables de cooperación. Destacan pues, la importancia de la formación, la experiencia y la reputación como una ventaja competitiva en la nueva empresa. Las habilidades del empresario para captar los diferentes tipos de recursos que necesita la empresa, se manifiestan como uno de los aspectos básicos en este sentido. De sus capacidades de compra, previsión, negociación, liderazgo e información, dependerán la consecución de materias primas en mejores condiciones, buenos equipos productivos, condiciones de financiación más favorables o la selección de un buen equipo humano para la empresa.

#### ***e) Entorno familiar***

Un factor importante a considerar en el potencial emprendedor de los individuos desde un punto de vista social, es la experiencia de los padres.

Parece razonable pensar que aquellas personas que han vivido su infancia influenciados por el modelo de sus padres, propietarios de un negocio, perciben el ser empresario como una posibilidad de elección. Estas personas habrían desarrollado una considerable experiencia por el período transcurrido en el negocio familiar.

Observando el comportamiento emprendedor Shapero y Sokol (1982) manifiestan que la familia, especialmente el padre y la madre, juegan un poderoso papel en establecer el deseo y la credibilidad emprendedora de un individuo. Un gran número de estudios sugieren la importancia de la experiencia de los padres en el comportamiento e intención emprendedora (Engle, Schlaegeol y Dimitriadi, 2011).

Sin embargo, no ha sido posible extraer conclusiones definitivas sobre la influencia de esta circunstancia de éxito empresarial (Cooper y Gimeno-Gascón, 1992).

### **2.3.2.5. Motivaciones del emprendedor**

La necesidad de logro es sin duda uno de los elementos que destaca por su importancia como dimensión que define la personalidad empresarial. David McClelland (1961) fue el primero en relacionar la necesidad de logro o éxito o realización personal (need for achievement) con el emprendimiento.

La necesidad de logro es el grado en el cual un emprendedor desea realizar tareas difíciles y desafiantes, de forma que, cuando se alcanza el éxito siente la satisfacción de haber conseguido un logro personal. En sus estudios, McClelland demuestra que una elevada motivación por el éxito está directamente correlacionada con el emprendimiento. Esta motivación por el logro se manifiesta en determinados comportamientos como son (1) la responsabilidad individual mediante la cual los resultados que se consiguen dependen de sus propias aptitudes y decisiones, (2) acepta riesgos moderados en función de sus capacidades (3) desarrolla una actividad innovadora, fundamentada por el deseo de crear y lograr resultados. El emprendedor busca conocer el resultado de sus decisiones y acciones midiendo la eficacia en la consecución de sus objetivos. El beneficio económico empresarial lo considera como medida del resultado de sus éxitos. El logro, es pues, un fin en sí mismo (Veciana, 2005).

McClelland y Burnham (1976) concluyen que la necesidad de logro es la clave del éxito de los empresarios de pequeños negocios, a los cuales denomina emprendedores. Este trabajo influye en investigadores posteriores que estudian la motivación por el logro

como una característica psicológica distintiva de los emprendedores. Por otro lado, sus trabajos reciben la crítica de otros autores que sugieren que el núcleo central de la investigación sobre el emprendimiento debe ser el proceso emprendedor y como éste tiene lugar en un contexto social multidimensional, y no solo enfocado hacia el perfil del emprendedor (Gartner, 1985; Gartner, 1988; Sandberg, 1987).

Entre los autores que siguen la línea de McClelland cabe destacar el trabajo de Fineman (1977) que identifica 22 parámetros que permiten medir el motivo de logro en el área del emprendimiento y el trabajo recopilatorio de Johnson (1990) de los estudios publicados hasta la fecha y concluyendo que existe una relación positiva entre la motivación por el logro y el emprendimiento, pero que sin embargo se hace necesaria su integración en modelos multidimensionales que incluyan el comportamiento individual, el proceso de creación de nuevas empresas y las variables del entorno.

Tras cada iniciativa emprendedora subyace una motivación que ha impulsado su desarrollo. Motivación es aquello que moviliza al sujeto para ejecutar una actividad.

Una persona está motivada cuando emprende algo con ilusión, superando el esfuerzo que deba realizar para obtenerlo (Coduras, 2006). Se define motivación como el proceso psicológico por el cual alguien se plantea un objetivo, emplea los medios adecuados y mantiene la conducta con el fin de conseguir dicha meta (Maslow, 1954).

Comprender cuales son las motivaciones del emprendedor en el momento de crear su nueva empresa y durante el proceso de crecimiento, es un factor crítico para entender el proceso emprendedor en su globalidad.

En el entorno de la creación de empresas, la literatura académica distingue entre dos motivaciones principales: el aprovechamiento de una oportunidad (teorías de evolución industrial) y la necesidad (teorías de mercado laboral). En el primer caso, la persona emprende porque se le presenta o busca una oportunidad de negocio. En el segundo caso, porque no tiene otras alternativas de trabajo y necesita desarrollar su propia iniciativa para subsistir (Coduras, 2006; Plehn-Dujowich, 2010; Engle, Schlaegel y Dimitriadi, 2011). Los estudios realizados sobre épocas de crisis económicas demuestran que este tipo de situaciones favorecen la agudización del ingenio, del instinto de supervivencia y, por consiguiente la innovación y el emprendimiento. La

gran mayoría de los emprendedores movidos por la necesidad no habrían creado sus empresas si hubieran encontrado un buen trabajo en otra empresa.

El GEM recoge datos sobre el emprendimiento por oportunidad (iniciar un negocio para explotar una oportunidad de negocio percibida) y el emprendimiento por necesidad (iniciar un negocio porque se ven empujados a ello). El emprendimiento por oportunidad refleja la naturaleza voluntaria del emprendedor, mientras que el emprendimiento por necesidad refleja la percepción del individuo de que esta acción es la mejor opción disponible para el empleo. Los resultados obtenidos demuestran que el emprendimiento por oportunidad difiere del emprendimiento por necesidad en dos vertientes: el sector industrial y las aspiraciones de crecimiento. Los emprendedores que se mueven por la oportunidad esperan que sus empresas crezcan y generen nuevos puestos de trabajo (Acs y Audretsch, 2008). Además, el emprendimiento por oportunidad responde mayoritariamente a criterios de innovación y competitividad, de tal manera que es el reflejo el modelo de Schumpeter.

Por su parte, los emprendedores que se mueven por necesidad sólo esperan que sus empresas proporcionen ingresos suficientes para su subsistencia, no persiguen el desarrollo tecnológico ni el crecimiento empresarial ni la creación de empleo.

Al ampliar la búsqueda de motivaciones que impulsan a las personas a tomar la decisión de emprender, se hallan algunas como las siguientes:

- Disfrutar de independencia, libertad o autonomía
- Aumentar el nivel de ingresos económicos
- Poner en marcha una idea
- Seguir la tradición familiar
- Realización personal
- Por vocación

¿Qué motiva al emprendedor? Para Nueno, lo que motiva al emprendedor no es ni homogéneo para todos los emprendedores, ni es lo mismo a lo largo de las distintas etapas en la carrera del emprendedor (Nueno, 1994):

- Satisfacción derivada de un trabajo personal resolviendo problemas difíciles mediante un trabajo en equipo con personas de alto nivel profesional



- Asociarse para resolver un problema técnico y conseguir el reconocimiento por ello en forma de una empresa exitosa
- Para dejar un legado a los hijos
- El prestigio de la imagen personal
- La motivación religiosa
- La seguridad que da la riqueza

El objetivo del estudio de Kuratko, Hornsby y Naffziger (1997) consiste en identificar la existencia de un conjunto de objetivos que motivan a los emprendedores. Los datos proceden de un total de 234 emprendedores de EUA seleccionados de manera aleatoria. Los datos se han obtenido a partir de las respuestas a un cuestionario previamente preparado que incluye 10 cuestiones de tipo demográfico y 16 cuestiones sobre los objetivos de los emprendedores.

Los resultados demuestran que desde un punto de vista demográfico quedan recogidos diversos tipos de emprendedores distribuidos uniformemente en cuanto a edad actual, edad en el momento de creación de la nueva empresa, género, ingresos anuales de las compañías, número de empleados, sector industrial y nivel educativo.

Los resultados del estudio permiten concluir que:

- Los objetivos extrínsecos como la adquisición de riqueza personal, el incremento de ingresos personales y el incremento de oportunidades de otros ingresos han sido identificados como objetivos importantes.
- Los objetivos intrínsecos como el reconocimiento, la superación de un reto, la excitación, el crecimiento y el éxito también han sido identificados como objetivos importantes.
- Los emprendedores consideran que la autonomía conseguida y la seguridad para sus familias también son objetivos relevantes.
- Aunque el éxito económico y financiero supone un objetivo de gran relevancia, la autonomía y la seguridad conseguidas para sí mismos y para sus familias, suponen objetivos tan valiosos como el aspecto económico.

El estudio de Kuratko, Hornsby y Naffziger (1997) sobre las motivaciones implícitas en la creación de nuevas empresas demuestra que algunos objetivos son comunes para

muchos emprendedores. Por ejemplo, Boyd y Gumpert (1983) concluyen que los emprendedores buscan obtener beneficios de tipo económico y personal. Entre las recompensas de tipo personal destacan la libertad y la independencia. En la misma línea Bird (1989) pone de manifiesto el deseo de ganar libertad convirtiendo al emprendedor en su propio jefe. Añade también la autonomía en poder decidir y controlar su propio futuro, la satisfacción de haber superado el reto de creación de su propio negocio y define el emprendimiento como un estilo de vida. Para Bird, el emprendedor dirige sus actuaciones de acuerdo con sus objetivos y motivaciones.

También Burch (1986) identifica a los emprendedores como individuos que buscan la independencia, la riqueza y el aprovechamiento de una oportunidad.

Filley y Aldag (1978) y Cooper y Dunkelberg (1984) distinguen entre dos tipos de motivaciones o expectativas laborales y por tanto, de emprendedores. El primer grupo denominado “artesanos” se caracteriza por la urgencia del individuo en decidir por sí mismo el tipo de trabajo que quiere realizar y en el deseo de hacer su trabajo de manera independiente. El segundo grupo denominado “gestor” busca el beneficio y desea gestionar y ejercer poder. Las dos categorías de individuos consideran diferentes dimensiones de oportunidades de trabajo y por tanto su actividad emprendedora también difiere.

Sobre la base anterior, Lafuente y Salas (1989) realizan un estudio sobre una muestra de 360 emprendedores españoles en 1984 e identifican cuatro tipos de emprendedores según sus expectativas. El grupo de los denominados “artesanos” está integrado por emprendedores cuyas expectativas se fundamentan en la propia naturaleza de su trabajo y en un segundo término tienen en cuenta el rendimiento de su empresa. El grupo de los denominados “familiares” centran sus expectativas en las consecuencias de su trabajo en el bienestar familiar y en segundo término en las expectativas relacionadas con los retos y las incertidumbres. El grupo de los denominados “gestores” se fundamenta en las expectativas de gestión y en un segundo término en las aspiraciones relacionadas con el bienestar familiar. El grupo de los “arriesgados” está directamente relacionado con su vinculación con el riesgo y los retos, siendo irrelevantes las expectativas relacionadas con el bienestar familiar.

Investigadores como Cooper (1973) y Shapero (1975) encuentran que la frustración en el trabajo empuja a los individuos al emprendimiento. A partir de esta afirmación, el análisis de Lafuente y Salas (1989) distinguen tres categorías de motivación reportadas por los emprendedores. El despido o las situaciones de obstaculización del desarrollo personal dentro de las organizaciones son la primera categoría. La segunda responde a situaciones personales en las que el individuo necesita dar un giro a su vida o en las que el individuo se siente moralmente empujado a tomar una decisión fundamental. El tercer grupo está asociado con encontrar una buena oportunidad de crear un negocio, como el hecho de llenar un vacío del mercado o cuando se dispone de los recursos necesarios para crear una firma. Los resultados empíricos obtenidos por los autores revelan que la primera categoría es una de las más frecuentes entre los emprendedores (62,8%). En términos relativos puede establecerse que los emprendedores “artesanos” y “familiares” responden más a menudo a situaciones personales cruciales y que el tipo “gestor” actúa sobre una oportunidad. En consecuencia, no parece haber una única categoría de motivos que guía a los individuos a crear su propia iniciativa emprendedora.

Cooper y Dunkelberg (1984) proponen un orden decreciente de las tendencias emprendedoras de acuerdo con las trayectorias para conseguir un negocio. En la parte superior sitúan a los que crean empresas, en segundo lugar a los que las compran y en tercer lugar a los que las heredan o participan en un proyecto iniciado por otros. Los “gestores” se convierten en emprendedores principalmente por herencias y en segundo lugar por fundación de una empresa. Los “artesanos” principalmente fundan empresas y en segundo lugar las compran. Los “arriesgados” son por compra o fundación. Los “familiares” fundan empresas.

El estudio de Lafuente y Salas (1989) sugieren que los “gestores” y los “arriesgados” crean empresas de comportamiento flexible capaz de adaptarse a diversas situaciones.

Los “familiares” tienden a ser propietarios de empresas más rígidas. Los “artesanos” responden por igual a las dos tipologías. Se concluye que existe una relación entre el tipo de emprendedor y el tipo de empresa. La naturaleza de esta relación sugiere que las firmas cuyos propietarios son “gestores” o “arriesgados” muestran comportamientos adaptativos a los cambios del entorno, mientras que las firmas “familiares” demuestran ser más conservadoras y tienden a modelos más rígidos.

Pueden considerarse dos tipos de rendimiento empresarial: los estrictamente relacionados con los objetivos de la empresa y los relevantes en términos sociales, por ejemplo en creación de empleo.

Hoad y Rosko (1964) y Gudgin, Brunskill y Fothergill (1979) sugieren que el rendimiento de las nuevas empresas está directamente relacionado con el nivel de formación o educación de sus fundadores. Existen más firmas “altamente rentables” entre las asociadas a los “gestores” y a los “arriesgados” que entre los “artesanos” y los “familiares”. Cabe destacar que los “gestores” y los “arriesgados” tienen un comportamiento adaptativo. Además las “arriesgadas” tienen un elevado nivel de formación y han aprendido a gestionar empresas en grandes firmas. Los mejores resultados en términos de crecimiento se dan en los “arriesgados”.

En términos de generación de empleo, el estudio de Lafuente y Salas (1989) concluye que los “arriesgados” son los que presentan mejores resultados en rentabilidad y crecimiento pero no en generación de empleo. Por otro lado, las que presentan una mayor tasa de generación de empleo son las empresas de los “artesanos”.

#### **2.3.2.6. Factores del entorno para la actividad emprendedora**

El concepto de emprendimiento depende de la integración de diversos factores como son el aspecto económico, el entorno cultural, el contexto social y los condicionantes ambientales (Steyaert y Katz, 2004).

##### **a) El contexto macroeconómico**

El contexto económico explica el desarrollo empresarial a través de variables como la riqueza, el crecimiento económico, la estabilidad económica, la inflación y el entorno fiscal. La creación empresarial depende además, de la dimensión de los mercados de bienes y de los factores de producción.

Porter (1990) define la competitividad de un territorio de acuerdo con el desarrollo económico, distinguiendo tres estados específicos (factor-driven stage, efficiency-driven stage e innovation-driven stage).

Los países que se encuentran en la fase “factor-driven stage” compiten por las eficiencias de los bajos costes de producción de bienes y por los productos de bajo valor añadido. Este primer estado está marcado por las elevadas tasas de autoempleo, pequeñas empresas productoras y de servicios. Estos países no crean conocimiento para la innovación.

Algunos valores de referencia de la tasa de actividad emprendedora (TEA) obtenidos del proyecto GEM 2011 para este tipo de países son: 34,9% en Nigeria; 19,3% en Guatemala; 12,8% en Bangladesh.

Para pasar al segundo estado “efficiency driven stage”, los países deben incrementar su eficiencia productiva explotando las economías de escala. Las industrias en este estado son manufactureras o proveen servicios básicos. Disminuye la tasa de autoempleo y el tamaño medio de las empresas crece en función de la riqueza económica. A medida que la economía se desarrolla, disminuye el número de personas que persiguen la puesta en marcha de nuevas actividades empresariales.

Algunos valores de referencia de la tasa de actividad emprendedora (TEA) obtenidos del proyecto GEM 2011 para este tipo de países son: 24,0% en China; 23,7% en Chile; 14,9% en Brasil; 9,6% en México; 9,0% en Polonia.

El estado “innovation-driven stage” está marcado por un incremento en la actividad emprendedora junto con un elevado carácter innovador. La distribución del tamaño de las empresas empieza a cambiar desde las grandes corporaciones hacia la actividad emprendedora e innovadora. Esta fase está marcada por la disminución de la aportación relativa de las empresas del sector manufacturero y el cambio tecnológico se desvía hacia industrias en las que la actividad innovadora es importante.

Algunos valores de referencia de la tasa de actividad emprendedora (TEA) obtenidos del proyecto GEM 2011 son: 12,3% en EUA; 7,3% en el Reino Unido; 5,8% en Suecia; 5,7% en Francia; 5,6% en Alemania; 5,2% en Japón.

Cuando las economías mundiales se derrumban y las empresas se reducen y desaparecen, la gente busca alternativas. Para algunos, esto es una crisis, mientras que para los emprendedores es una oportunidad. Deben aprovecharse estas oportunidades, entre otros motivos por ser a menudo una de las principales claves para salir de las situaciones de desequilibrio económico. Si no se aprovechan las ventajas de las crisis económicas, se está perdiendo una de las más grandes oportunidades. Una gran crisis no debe desperdiciarse (Draper, 2009). Como ejemplos, grandes compañías como GE, IBM, Microsoft, Shell Oil, Merck, Johnson & Johnson, Sun Microsystems, Skype, Kodak, Polaroid, HP y Adobe empezaron durante épocas de recesión económica.

¿Por qué durante las recesiones nacen algunas de las empresas más grandes, longevas, potentes y mejor gestionadas del mundo?

En primer lugar, porque cuando las circunstancias son duras los gestores piensan con mayor creatividad. En épocas de recesión, las fórmulas antiguas dejan de funcionar y los gestores cuestionan viejas suposiciones y razonamientos. Se explora en nuevas direcciones. Cualquier cosa es posible y ninguna propuesta es demasiado descabellada.

En segundo lugar, porque las compañías que surgen en épocas de recesión se construyen con mayor sobriedad. La gente está dispuesta a trabajar por menos y los gestores son conscientes de los gastos. Y esta sobriedad permanece para siempre como cultura de empresa.

En tercer lugar, porque los gestores de muchas compañías ya establecidas reducen su visión en el tiempo. Los objetivos se plantean con una visión a corto plazo: desarrollo de producto, proyectos de investigación y hojas de ruta. Olvidan que la crisis no durará siempre. Recortan gastos hoy que podrían serles útiles en el futuro. Cuando llega el futuro se dan cuenta de que no están preparadas, mientras que otras empresas les han tomado ventaja.

En cuarto lugar, porque durante las recesiones los emprendedores no están sujetos a lo que se conoce como “empresa fratricida”. Todas compiten por una cuota de mercado y para combatir este “fratricidio” las nuevas empresas se especializan (O’Shea et al., 2007; Draper, 2009).

El potencial para la innovación crece a un ritmo exponencial y globalmente. Las innovaciones y los cambios que han tenido lugar en los últimos 10 o 15 años han cambiado la vida de las personas tanto como lo hicieron las innovaciones ocurridas durante los anteriores 50 o 100 años. Las grandes ideas surgen cuando científicos, ingenieros y emprendedores persiguen grandes problemas.

Emprendedores y tecnólogos conseguirán que la economía salga de la recesión, tal como el crecimiento del negocio de la web lo consiguió a mediados de los 1990s.

Incluso si las empresas son solo razonablemente exitosas o incluso si algunas de ellas fallan, hacen avanzar la tecnología y crean empleo. Hacen que las cosas funcionen y engendran otras ideas.

El futuro descansa sobre las espaldas de los emprendedores: crean trabajo, aportan valor, mejoran la vida y reconstruyen la economía. Los emprendedores con intensa dedicación buscan cambiar el mundo.

### ***b) El acceso a fuentes de financiación***

Una cuestión importante para los emprendedores en su etapa inicial es la obtención de recursos externos cuando el valor activo de su empresa es intangible y se basa en el conocimiento. Las diversas alternativas para la obtención de los recursos iniciales incluyen la obtención de ayudas públicas y las aportaciones de inversores privados.

La disponibilidad de instrumentos financieros para llevar a cabo proyectos empresariales es una de las prioridades de los gobiernos de muchos países. Las actuaciones gubernamentales para promover el mercado financiero se engloban en tres tipologías:

- Subvenciones a fondo perdido
- Préstamos y créditos
- Capital riesgo y otros fondos de capital

Las dificultades para acceder a los diversos tipos de fuentes de financiación es uno de los principales obstáculos para el desarrollo de las iniciativas empresariales. Los problemas más graves están relacionados con la excesiva dependencia de los préstamos

bancarios, la imposibilidad de obtener préstamos a tasas de interés razonable, la excesiva dependencia de la deuda sobre el patrimonio y las dificultades en general para la obtención de capital. Como consecuencia del déficit de capital, especialmente en Europa, se produce una inhibición del número de empresas que se crean, especialmente de aquellas de base tecnológica, y para las que lo consiguen, su potencial de crecimiento se ve mermado por las circunstancias. Además el capital riesgo está poco desarrollado en muchos países europeos en comparación con EUA, en particular en lo que se refiere al capital semilla y en las etapas tempranas (European Commission, 1998).

Todo emprendedor debe dedicar un capítulo de su business plan a analizar la posibilidad de conseguir algún tipo de ayuda pública. Conseguir este tipo de ayudas, y en especial cuando se trata de subvenciones es muy costoso en tiempo de interacción con la entidad administrativa que la concede. En ocasiones es recomendable recurrir a intermediarios gestores de subvenciones (Nueno, 1994).

Convencer a inversores capitalistas para que inviertan en una idea de negocio es también un reto para los emprendedores, especialmente para los que no cuentan con una reputación previa. La literatura describe dos líneas de investigación para conseguir superar esta situación. Una corriente de investigación se concentra en diseñar estructuras institucionales que permitan financiar nuevas empresas en etapas muy iniciales. Esta aproximación basada en el seguimiento aspira a resolver potenciales problemas entre los inversores y los emprendedores. La segunda corriente de investigación sugiere que cuando la calidad de una nueva empresa no puede observarse directamente, actores externos confían en la calidad de las empresas afiliadas como una señal de la propia calidad de la empresa. Esta aproximación que se basa en la certificación puede ayudar a legitimar la nueva empresa y el emprendedor sin un seguimiento previo. Mientras que la primera corriente enfatiza el problema del capitalista inversor (diseñando los mecanismos apropiados) la segunda destaca el problema del emprendedor (afiliado con socios de alta reputación).

El capital riesgo (venture capital) consiste en aportar capital a una nueva empresa para facilitar su nacimiento y despegue (sin pago de intereses), con el objetivo de que un tiempo más tarde ese capital se haya revalorizado extraordinariamente (Nueno, 1994).



El objetivo del inversor es vender las acciones que consiguió con su inversión inicial obteniendo una sustanciosa plusvalía. El venture capital debe servir para permitir llevar un business plan a la realidad financiando la primera etapa de la vida de una nueva empresa. Dependiendo de la etapa de la vida de la nueva empresa en que invierte, el venture capital puede adoptar nombres distintos:

- Seed capital o capital semilla: se aporta en la etapa prenatal con el objetivo de facilitar un estudio preliminar o de viabilidad.
- Development capital o capital de desarrollo: se aporta para facilitar el crecimiento sano de empresas que al poco de nacer demuestran ya su gran potencial de crecimiento y tienen fuertes necesidades financieras.

En EUA las primeras compañías de venture capital nacieron en los años sesenta y se especializaron por sectores, por volúmenes de inversión, por etapas en las que se encuentra la empresa a financiar y por área geográfica. En Europa el desarrollo del venture capital es un fenómeno de los años ochenta con mayor complejidad que el sistema americano. La aportación de capital, las condiciones, la salida a bolsa, entre otros, son aspectos muy importantes. Los venture capitalists aportan consejo además de dinero. El inversor suele estar especializado en un subsector y tiene en él contactos y experiencia que puede ser de gran utilidad al emprendedor.

Según Bygrave and Timmons (1992): “Desde la perspectiva del emprendedor, es más importante de quien se recibe el dinero que la cantidad de dinero recibida o el coste que esto puede representar”.

Según Sahlman (1997): “De quien consigues levantar capital es a menudo más importante que las condiciones”.

Hsu explora dos cuestiones relacionadas con la asociación con inversores capitalistas. ¿Existe un mercado de socios capitalistas de reconocido prestigio? ¿Cuál es el precio de esta afiliación? (Hsu, 2004). Debido al gran incremento en la demanda de capital riesgo a partir de la segunda mitad de los 1990s, surgió un mercado para la afiliación basado en una amplia oferta de precios por cada capitalista inversor en función de la reputación de cada empresa.

Los autores de este trabajo consiguen recopilar un total de 148 ofertas financieras reales obtenidas por un total de 51 empresas en sus fases iniciales. Los resultados empíricos demuestran que los emprendedores prefieren afiliarse con inversores capitalistas de reconocido prestigio. Estos resultados son consistentes con la idea de que un inversor capitalista actúa no solo desde una perspectiva financiera, sino que aporta además un conjunto de servicios de soporte como son las redes de contactos y el valor de su certificación que en muchos casos representan un valor más elevado que el del propio capital invertido.

Los inversores capitalistas se diferencian entre sí por la calidad de los servicios empresariales que ofrecen y por el capital que entregan a sus empresas. Esta reputación suele también ir ligada al sector de actividad. Cuanta más experiencia tiene un inversor en un sector industrial particular, mayor será su prestigio en ese ámbito. El inversor actúa como agente de información y puede aconsejar sobre el desarrollo de la empresa en cada una de sus etapas, además puede contar con la colaboración de otros ejecutivos con una sólida experiencia. En las últimas etapas de la creación de la empresa y de su desarrollo inicial, el inversor puede conseguir fondos adicionales o conseguir liquidez, mediante préstamos bancarios o localizando socios para fusiones o adquisiciones.

Las conclusiones del estudio demuestran que las ofertas propuestas por inversores capitalistas de prestigio tienen mayor probabilidad de ser aceptadas y que el precio que los emprendedores pagan en el mercado para la afiliación está inversamente asociado con la reputación del inversor capitalista. Los emprendedores están dispuestos a aceptar una disminución del valor de su empresa a cambio de acceder al capital de los inversores con mejor reputación. Este resultado es consistente con la visión de que el prestigio de un inversor capitalista (que depende de su experiencia, redes de información y contactos, y asistencia directa) puede ser más importante que su capital financiero. Así pues, mientras que el capital financiero no es en sí un bien diferenciador, la reputación de un inversor capitalista si puede ser un hecho diferencial entre las organizaciones de capital riesgo (Hsu, 2004).

### **2.3.2.7. La conducta emprendedora.**

La conducta emprendedora está asociada al impulso que las personas dan a las actitudes y capacidades empresariales que poseen, es decir al espíritu empresarial; luego, la conducta emprendedora es una actitud general que puede resultar útil en todas las actividades laboral y en la vida cotidiana. Según Quesada (2003), cuando una persona, o un grupo de personas, emprenden por primera vez un proyecto productivo, es usual que conozcan los aspectos técnicos relacionados con su campo de especialidad. Estas personas tienen una idea general del proyecto y del negocio y dirigen sus esfuerzos, su motivación y sus impulsos hacia la consecución de los objetivos planteados. La unificación de recursos y conocimiento puede llevar su idea a buen puerto, sin embargo, la ruta hacia ese puerto puede ser más o menos difícil dependiendo del grado de organización, planificación y administración de los recursos con que se cuenta.

También es usual que, a falta de conciencia o experiencia, a uno de los recursos, considerado como estratégico hoy día, no se le dé la importancia que tiene dentro del proceso de desarrollo de una nueva idea de negocio, me refiero concretamente al recurso información.

Conceptualizar en qué consiste la conducta emprendedora es tener en claro que esta está relacionado íntimamente con el denominado espíritu empresarial; cuya conceptualización no es cuestión sencilla, ya que existen muchas características que tienen unas personas y otras no, pero que de cualquier manera los hace exitosos; en la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, fundación de una compañía, o toma de riesgos. Con respecto a lo acabado de señalar (Quesada, 2003) sostiene que todas las personas de manera inconsciente andan por el mundo maquinando nuevas formas de productos y servicios que faciliten el diario vivir, sin embargo solo aquellas personas que son emprendedoras, diligentes y osadas son las que hoy son dueñas de importantes negocios que empezaron en una casa, un garaje, una finca, o en algún otro lugar pequeño, no durmieron pensando en la mejor manera de llevarlo a cabo, se apropiaron de ese sueño, lo

estudiaron, le echaron ganas y su idea de negocio se convirtió en realidad.

El espíritu empresarial es importante para todos los individuos, pero es más relevante cuando se posee estudios que te brinden las herramientas básicas para pensar en la formación de un propio negocio, y es que, no necesariamente se debe laborar para otras personas, también hay que aprovechar tantos años dedicados a los estudios, para que al concluir o durante el transcurso de la carrera, se comience a desarrollar la capacidad de ser críticos de todo lo que se ve, para reconocer las cosas que se pueden mejorar, o las cosas nuevas que se pueden crear, y que la sociedad la necesite, de esta manera no sólo se estará pensando en el bienestar propio, sino en la posibilidad de dar a las personas trabajo, lograr el reconocimiento nacional e internacional y como consecuencia de ello, contribuir a la mejora de la economía local, regional y nacional.

De acuerdo con Fandiño y Bolívar (2008), una persona emprendedora es flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos, innovadora, creativa y orientada al crecimiento. En otras palabras, el emprendimiento es una actitud propia de cada persona que le da la capacidad y la motivación para emprender nuevos proyectos que le permitan generar beneficios, tanto personales como sociales. Esta actitud se convierte en un motor que permite avanzar, con mucha perseverancia y sacrificio personal, hacia el cumplimiento de las metas y hacia terrenos de innovación alcanzando mayores logros. “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Para lograr el cambio de mentalidad en las personas, estas deben ser ambiciosas y estar insatisfechas con la estabilidad que le pueda generar un trabajo como asalariado; luego, es importante reconocer el espíritu empresarial, ya que la confianza en uno mismo, es el primer peldaño del éxito del emprendedor; pero, el reconocer nuestro espíritu emprendedor no es suficiente para emprender, sino más bien, este es el primer paso que se debe dar en un proceso orientado a la constitución, establecimiento o mejora de una empresa. Cuando se tiene conciencia del espíritu emprendedor, se crea un cambio de paradigma para el desarrollo de habilidades y

hábitos conducentes a la realización personal y profesional, naciendo un nuevo patrón mental que propende a condicionar la mente de tal manera que esta sea capaz de formularse iniciativas, logrando con ello, el desarrollo de una conducta emprendedora.

### **2.3.2.8. Evaluación del emprendimiento**

El emprendimiento ha cobrado una gran importancia debido a los constantes problemas económicos presentes en la realidad económica de las sociedades. Como respuesta a los altos índices de desempleo en los diferentes países, las personas están optando por buscar independencia y estabilidad económica a través de proyectos propios.

Todo se basa en un cambio de mentalidad que busca pasar de empleado a empleador por medio de llevar a cabo ideas de negocio competitivas en el mercado. Para lograr este cambio de mentalidad las personas debe ser ambiciosas y estar insatisfechas con la estabilidad que le pueda generar un trabajo como asalariado. Es importante entender que en países en vía de desarrollo, en los cuales los estados no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo, la mejor alternativa para garantizar el acceso a los recursos que satisfagan las necesidades básicas de una persona y la realización de esta, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Para crecer económicamente y mejorar la calidad de vida de las personas, es necesario crear una cultura de emprendimiento que motive a las personas a vencer las resistencias establecidas por el comportamiento económico; en ese contexto, los países deberían contar con políticas e instituciones públicas y privadas que promuevan y apoyen el emprendimiento empresarial.

#### **a) Instrumentos de Evaluación**

Los instrumentos de evaluación del emprendimiento empresarial por lo general están conformados por cuestionarios estructurados en función a los parámetros (variables) e indicadores con la finalidad de recoger información de interés relacionado con el emprendimiento empresarial. Los instrumentos de evaluación puntúan en escalas, por

ejemplo, del 1 al 5, y de la manera más objetiva posible, los aspectos relacionados con las actitudes hacia el emprendimiento empresarial; la valoración del cuestionario ofrece líneas de acción de acuerdo a la puntuación obtenida, así se tiene:

- Si la puntuación supera un determinado valor referente comprendido entre el máximo valor posible y un valor relativamente alto, se puede tener una buena situación de partida para la creación de una empresa.
- Si la puntuación está dentro de un rango intermedio, puede ser que aunque este representa un buen punto de partida, es necesario reforzar algunos aspectos con otros factores.
- Si la puntuación es menor de la cota inferior intermedia, esto puede significar que quizá la creación de una empresa no sea la mejor opción.

Los instrumentos de medición y evaluación del emprendimiento recogen información relacionada con diversos aspectos del emprendedurismo; luego, estos aspectos son sistematizados de tal manera que puedan evaluar el emprendimiento desde una perspectiva más general. Algunos aspectos relacionados con el emprendimiento empresarial son la autoeficacia emprendedora, la personalidad proactiva, la propensión al riesgo y las intenciones emprendedoras.

*Autoeficacia emprendedora.* En el COE se recoge ítems referidos a este constructo y que según su autor son una adaptación de la escala de De Noble, Jung y Ehrlich (1999) que mide la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas requeridas para la creación de una empresa. Se compone de 23 ítems y los encuestados expresan si se sienten o no capaces de realizar lo que se les indica en cada ítem. Las puntuaciones van de 1 a 10, cuya equivalencia oscila desde “completamente incapaz” a “perfectamente capaz”. Los ítems que se utilizan se pueden agrupar en torno a distintos temas: a) desarrollo de nuevos productos y oportunidades en el mercado, b) construir un entorno innovador, c) iniciar relaciones con los inversores, d) definición del objetivo central, e) afrontar los cambios inesperados, y f) desarrollo de los recursos humanos críticos.

*Personalidad proactiva.* En el COE se recoge la versión de 10 ítems de la Escala de Personalidad Proactiva, desarrollada por Seibert et al. (1999, 2001) a partir de la selección de los ítems más significativos de la versión previa de 17 ítems de

Bateman y Crant (Bateman y Crant, 1993; Crant, 1995; Crant y Bateman, 2000), empleada para la medición de la propensión individual hacia la conducta proactiva. Con estos ítems, los sujetos valoran en qué medida (a través de una escala tipo Likert de 0 a 5 puntos) emprenden acciones significativas para influir en el ambiente en que se desenvuelven.

*Propensión al riesgo.* Para evaluar la propensión al riesgo, se suele utilizar la versión reducida, facilitada por Rohrmann (1997), del Cuestionario de Orientación al Riesgo (ROQ), que evalúa la tendencia general de los sujetos a asumir riesgos a partir de una serie de ítems sobre la propensión y evitación de situaciones arriesgadas. Los sujetos respondieron a un total de 8 ítems referentes al afrontamiento del riesgo y actitudes hacia las decisiones de riesgo. Las respuestas de los sujetos se categorizaron en una escala tipo Likert de 0 a 5, en función del grado de acuerdo con las proposiciones presentadas.

*Intenciones emprendedoras.* Se mide y evalúa, pidiendo a los sujetos que indiquen en una escala tipo Likert de 0 a 5, la probabilidad de crear su propia empresa en los próximos cinco años.

Un instrumento de evaluación de las actitudes hacia el emprendimiento empresarial es el Cuestionario de Orientación Emprendedora (C.O.E.) diseñado por Sánchez (2005); por lo general, este y otros modelos de cuestionario permiten evaluar diferentes aspectos relacionados con la actitud emprendedora, entre las cuales se tiene los señalados por Factoría de Emprendedores (s/f):

- *Creatividad / Innovación:* debido a la gran competencia del mundo empresarial, es necesario que, ante distintas circunstancias, se aporten soluciones y planteamientos creativos, y que la innovación no esté presente solamente en el inicio de la idea, sino durante toda la gestión futura de la empresa.
- *Capacidad de adaptación a situaciones nuevas:* durante la actividad empresarial surgirán numerosas situaciones que obligarán a tomar decisiones para adaptarse a ellas.
- *Capacidad de asumir riesgos y afrontarlos:* ser empresario implica asumir riesgos constantemente, pero esos riesgos deben ser calculados y analizados teniendo claros los posibles resultados de cada operación y la manera de afrontar

un posible error.

- *Capacidad para establecer prioridades:* estar al frente de un negocio supone sacrificar una gran parte de la vida privada, ya que implica una enorme dedicación que obligará a veces a establecer una escala de prioridades.
- *Visión de un “problema” como un “reto”:* un empresario no puede amilanarse ante una adversidad, sino que debe verla como un reto a superar.
- *Confianza en uno mismo, ideas claras:* las decisiones de la empresa dependen del empresario, lo que requiere confianza, no tener miedo a tomar decisiones. No todas serán acertadas, pero hay que saber asumir los errores.
- *Sociabilidad:* una empresa no es un núcleo aislado ya que el empresario tiene que tratar con un gran número de personas (clientes, proveedores, competidores, instituciones, entidades financieras, etc.) y su supervivencia depende de estas relaciones, por lo que el emprendedor debe analizar su capacidad de comunicación y de crear y mantener relaciones de colaboración.
- *Capacidad organizativa:* la gestión de todos los recursos exige del futuro empresario que la puntuación en este factor sea alta.
- *Afición al trabajo:* ya que una empresa obliga a pasar muchas horas “al pie del cañón”.
- *Visión de futuro:* los constantes cambios obligan al empresario a intentar mirar “más allá”, de forma que estos cambios no le pillen desprevenido.
- *Optimismo:* es fundamental contar con una buena dosis de optimismo, además de saber transmitirlo a los demás.
- *Persistencia:* mucha gente fracasa en sus objetivos, pero no todos están dispuestos a intentarlo de nuevo. Un empresario debe decir: “estoy dispuesto a intentarlo de otra manera”.
- *Perfeccionismo:* en un mundo tan competitivo, a veces no vale ser bueno, hace falta ser mejor que los demás.
- *Integridad:* este valor se debe transmitir a proveedores, clientes, empleados y colaboradores, y debe prevalecer en la forma de dirigir el negocio.
- *Capacidad de aprendizaje:* nadie termina nunca de aprender, el día a día enseña siempre cosas nuevas.



### **2.3.2.9. Emprendimiento en el sector turismo.**

El proceso de emprendimiento, según Kantis, Ishida y Komori (2002) está relacionado a todas las funciones, tareas y actividades asociadas a la percepción de oportunidades y a la creación de organizaciones para perseguirlas. Comeche (2004), entiende al emprendedor como la persona que emprende un negocio o la que ha creado una empresa en marcha de la nada. Al hablar de creación de empresas se vislumbra una oportunidad, luego, el emprendimiento empresarial es factible en cualquier sector productivo o de servicios, que presente una oportunidad para constituir y establecer una empresa.

Aunque el fomento del espíritu emprendedor es importante, la existencia de éste no implica necesariamente la creación de empresas, por tal razón la creación de las mismas va a depender más que del espíritu emprendedor, de la personalidad emprendedora que se posea, dada la importancia de este tema, a continuación de detalla lo que para diversos autores conforman la personalidad emprendedora. El emprendedor es autónomo, visualiza la ganancia, crea algo de la nada. Es apasionado con respecto de una idea, se sobrepone rápidamente a las caídas, corre riesgos. En realidad quiere hacer algo diferente, porque se siente distinto a los demás y desea dejar su marca en este mundo. Lo que marca la diferencia del emprendedor con el individuo común, es su personalidad. Trabajar por un sueño parecería una cuestión ideal, ser independiente o su propio jefe una bendición, sin embargo, y como una cuestión extraña en realidad son muy pocas las personas que deciden lanzarse a aventurar con sus ideas, sus proyectos o sus propios negocios. Parece existir cierto consenso en que los grandes emprendedores cumplen con las siguientes características:

- Necesidad de logro.
- Constancia.
- Autoestima.
- Liderazgo.
- Ser dueño de uno mismo.

En este contexto, se define al emprendedor en turismo como aquella persona con estudios superiores que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento y que está motivado para iniciar y desarrollar su empresa en el sector turismo, de una manera innovadora, asertiva y proactiva en los diferentes escenarios o sectores económicos y sociales, donde le toque gestionar, con las apropiadas competencias que lo hacen un individuo especial, destinado por sus propias características a ser eficiente y sobresalir de los demás, llevándolo a producir impactos en la rama del turismo.

La iniciativa y emprendimiento en el sector turismo puede darse en múltiples áreas y de variadas formas; pero, como toda actividad en la era de la globalización, el turismo se encuentra en una situación de constante cambio desde hace algunas décadas.

Estos cambios que afrontan los destinos turísticos, no sólo están orientados a satisfacer las nuevas tendencias y exigencias de la demanda, sino también lograr niveles adecuados frente a la competencia de la oferta turística en cuanto a sus modos de organización y producción, donde la calidad juega un papel fundamental en la gestión de toda empresa de servicios turísticos. No olvidar que cuando un cliente compra, no sólo compra productos y servicios, compra deseos. (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, 2009, p. 9).

En forma específica, el emprendimiento empresarial en el sector turismo se dará en tantas formas como elementos constitutivos tenga la actividad turística; luego, es factible hablar de emprendimientos empresariales en el sector turismo referido a las siguientes áreas:

- Emprendimiento empresarial en el circuito turístico, el cual comprende el establecimiento de negocios en función al conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada.
- Emprendimiento empresarial en la ciudad soporte, el cual comprende la instalación de negocios relacionados con la dotación de servicios e infraestructura básica, energía, caminos de acceso, y servicio de telecomunicaciones; para que un destino sea factible de ser promovido para el turismo interno y receptivo.
- Emprendimiento empresarial en las corrientes turísticas (flujos) el cual comprende el establecimiento de negocios en función al conjunto de personas

que se desplazan de un lugar a otro con fines turísticos, por ejemplo, guía de turismo, orientador de destinos turísticos, etc.

- Emprendimiento empresarial en el destino turístico el cual comprende el establecimiento de negocios orientados al equipamiento turístico y el tratamiento paisajístico del territorio o área geográfica que es visitada por el turista.
- Emprendimiento empresarial en la facilitación turística, el cual comprende el establecimiento de negocios relacionados con las políticas y acciones coordinadas que adopta el Estado para promover y fomentar el turismo.
- Emprendimiento empresarial en la planta turística: el cual comprende el establecimiento de negocios orientados a producir y explotar servicios turísticos básicos y directos demandados por los turistas para satisfacer sus necesidades y deseos; facilitando al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.).
- Emprendimiento empresarial en el producto turístico, el cual comprende el establecimiento de negocios de promoción y marketing de un producto o destino turístico.

### **2.3.3. Análisis factorial**

El Análisis Factorial es una técnica estadística multivariante cuyo principal propósito es sintetizar las interrelaciones observadas entre un conjunto de variables en una forma concisa y segura como una ayuda a la construcción de nuevos conceptos y teorías. Para ello utiliza un conjunto de variables aleatorias inobservables, que se llaman factores comunes, de forma que todas las covarianzas o correlaciones son explicadas por dichos factores y cualquier porción de la varianza inexplicada por los factores comunes se asigna a términos de error residuales que se llaman factores únicos o específicos.

El Análisis Factorial es, por tanto, una técnica de reducción de la dimensionalidad de los datos. Su propósito último consiste en buscar el número mínimo de dimensiones capaces de explicar el máximo de información contenida en los datos (Fernández S. ,

2011).

El Análisis Factorial puede ser exploratorio o confirmatorio. El análisis exploratorio se caracteriza porque no se conocen a priori el número de factores y es en la aplicación empírica donde se determina este número. Por el contrario, en el análisis de tipo confirmatorio los factores están fijados a priori, utilizándose contrastes de hipótesis para su corroboración.



**Figura 1.** Esquema del análisis factorial. *Fuente:* Santiago de la Fuente Fernández



Expresado en forma matricial:

$$\mathbf{x} = \mathbf{A} \mathbf{f} + \mathbf{u} \Leftrightarrow \mathbf{X} = \mathbf{F} \mathbf{A}' + \mathbf{U}$$

$\mathbf{X} \equiv$  matriz de datos  
 $\mathbf{A} \equiv$  matriz de cargas factoriales  
 $\mathbf{F} \equiv$  matriz de puntuaciones factoriales

Donde:  $x = \begin{pmatrix} X_1 \\ X_2 \\ \dots \\ X_p \end{pmatrix}$ ;  $x = \begin{pmatrix} F_1 \\ F_2 \\ \dots \\ F_k \end{pmatrix}$ ;  $x = \begin{pmatrix} u_1 \\ u_2 \\ \dots \\ u_p \end{pmatrix}$ ;

$$A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1k} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2k} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{p1} & a_{p2} & \dots & a_{pk} \end{pmatrix}; F = \begin{pmatrix} f_{11} & f_{12} & \dots & f_{1k} \\ f_{21} & f_{22} & \dots & f_{2k} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ f_{p1} & f_{p2} & \dots & f_{pk} \end{pmatrix}$$

Utilizando las hipótesis anteriores, se tiene:

$$Var(X_i) = \sum_{j=1}^k a_{ij}^2 + \varphi_i = h_i^2 + \varphi_i \quad (i = 1, 2, 3, \dots, p) \quad (1)$$

$$\text{Donde: } h_i^2 = Var\left(\sum_{j=1}^k a_{ij} F_j\right) \quad y \quad \varphi_i = Var(u_i) \quad (2)$$

$$Cov(X_i, X_l) = Cov\left(\sum_{j=1}^k a_{ij} F_j, \sum_{j=1}^k a_{lj} F_j\right) = \sum_{j=1}^k a_{ij} a_{lj} \quad \forall i \neq l \quad (3)$$

por lo que son los factores *comunes* los que explican las relaciones existentes entre las variables.

Por este motivo, los *factores comunes* tienen interés y son susceptibles de interpretación experimental. Los factores únicos se incluyen en el modelo dado la imposibilidad de expresar, en general, p variables en función de un número más reducido k de factores.

El análisis factorial consta de cuatro fases características: el cálculo de una matriz capaz de expresar la variabilidad conjunta de todas las variables, la extracción del número óptimo de factores, la rotación de la solución para facilitar su interpretación y la estimación de las puntuaciones de los sujetos en las nuevas dimensiones.

### **2.3.3.2. Elementos del análisis factorial**

#### **a) Matriz de Correlaciones.**

El primer paso del análisis consiste en la obtención de una matriz que contienen las correlaciones entre todos los pares de variables superficiales medidas, llamada matriz de correlaciones observada. Cuando el número de variables medidas es muy elevado, que es lo frecuente, se hace necesario tener índices que permitan saber si hay correlaciones altas en la matriz que permitan extraer factores. Hay varias pruebas utilizables en este sentido: el determinante de la matriz, el test de esfericidad de Bartlett, la prueba de Káiser – Meyer – Olkin y la correlación anti imagen.

#### **b) Determinante de la Matriz de Correlaciones.**

El determinante de la matriz se emplea como índice del tamaño de las correlaciones. Cuando su valor es elevado, las correlaciones dentro de la matriz son bajas. Por el contrario, un determinante bajo indica que hay algunas correlaciones altas en la matriz.

#### **c) La prueba de esfericidad de Bartlett**

Esta prueba está diseñada para contrastar la hipótesis de que los elementos de fuera de la diagonal positiva de la matriz de correlaciones son cero (las diagonales son siempre 1). Una matriz que cumple siempre esta propiedad se llama matriz identidad. Dicho de otra forma, contrasta la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es una matriz identidad, en cuyo caso no existiría correlaciones significativas entre las variables y el modelo factorial no sería pertinente.

#### **d) KMO**

Es una medida de adecuación muestral, que contrasta si las correlaciones parciales

entre las variables son suficientemente pequeñas. Permite comparar la magnitud de los coeficientes de correlación observados con la magnitud de los coeficientes de correlación parcial. Sus valores se encuentran entre 0 y 1. Valores pequeños indican que el análisis factorial puede no ser una buena idea, dado que las correlaciones entre los pares de variables no pueden ser explicadas por otras variables. Los menores que 0,5 indican que no debe utilizarse el análisis factorial con los datos muestrales que se están analizando.

***e) Matriz Anti imagen***

Muestra la Matriz de covarianzas anti imagen y la matriz de correlaciones anti imagen. La matriz de covarianzas anti imagen contienen los negativos de las covarianzas parciales y la matriz de correlaciones anti imagen contiene los coeficientes de correlación parcial cambiados de signo. En la diagonal de la matriz de correlaciones anti imagen se encuentran las medidas de adecuación muestral para cada variable. Si el modelo factorial elegido es adecuado para explicar los datos, los elementos de la diagonal de la matriz de correlaciones anti imagen deben tener un valor próximo a la unidad y el resto de elementos deben ser pequeños.

***f) Extracción de Factores***

La extracción de factores es un aspecto fundamental del análisis, puesto que es precisamente donde se trata de reducir la información contenida en las variables superficiales a un número pequeño de variables latentes.

- ***Componentes principales***: Método de Extracción en que los factores obtenidos son los autovalores de la matriz de correlaciones re escalados.
- ***Mínimos cuadrados no ponderados***: Método de extracción que minimiza la suma de los cuadrados de las diferencias entre las matrices de correlaciones observada y reproducida, ignorando los elementos de la diagonal.
- ***Mínimos Cuadrados Generalizados***: Método de extracción que minimiza la suma de los cuadrados de las diferencias entre las matrices de correlaciones



observada y reproducida. Este método genera un estadístico de bondad de ajuste chi cuadrado que permite contrastar la hipótesis nula de que la matriz residual es una matriz nula.

- **Máxima Verosimilitud:** Proporciona las estimaciones de los parámetros que con mayor probabilidad han producido la matriz de correlaciones observada, asumiendo que la muestra procede de una distribución normal multivariada.
- **Ejes principales:** Método de estimación iterativo en el que, como estimación inicial de la comunalidad, la matriz de correlaciones original se reduce sustituyendo los unos de su diagonal por las estimaciones de la correlación múltiple al cuadrado entre cada variable y todas las demás.
- **Alfa:** Método que considera las variables incluidas en el análisis como una muestra del universo de las variables posibles.
- **Imagen:** Método en el que se auto descompone la matriz de correlaciones imagen. Se asume que la comunalidad es igual al cuadrado de la correlación múltiple entre una variable y todas las demás.

#### g) *Comunalidad*

La comunalidad de una variable es la proporción de su varianza que puede ser explicada por el modelo factorial obtenido. Estudiando las comunalidades de la extracción se puede valorar cuales de las variables son peor explicadas por el modelo. Con el método de extracción de componentes principales se asume que es posible explicar el 100% de la varianza observada y, por ello, todas las comunalidades iniciales son iguales a la unidad.

#### h) *Rotación de Factores*

Las soluciones factoriales no rotadas son muchas veces difíciles de interpretar más allá de meras soluciones algebraicas. Esto debido a que los métodos de extracción de factores están orientados a extraer la máxima cantidad de varianza en cada paso, de manera que a los últimos factores les queda muy poca varianza por explicar.

La rotación consiste en una transformación de la matriz de cargas factoriales original

de forma que los ejes factoriales se aproximen lo máximo posible a las variables en las que tienen alta saturación (alto peso). A la matriz resultante se le denomina matriz factorial rotada. Los métodos con que se dispone son:

- *Varimax*: Es un método de rotación ortogonal. Minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor.
- *Quartimax*: Es un método de rotación ortogonal. Minimiza el número de factores necesarios para explicar cada variable.
- *Equamax*: Es una combinación del método varimax y el método quartimax. Se minimizan tanto el número de variables que saturan alto en un factor como el número de factores necesarios para explicar una variable.
- *Oblimin directo*. Método para la rotación oblicua.

### **2.3.3.3. Validación del modelo**

El último paso en el Análisis Factorial es estudiar la validez del modelo. El proceso debe realizarse en dos direcciones: Analizando la bondad de ajuste y la Generalidad de los resultados.

***Bondad de Ajuste.***- Una suposición básica subyacente al Análisis Factorial es que la correlación observada entre las variables puede atribuirse a factores comunes. Por consiguiente, las correlaciones entre variables pueden deducirse o reproducirse a partir de las correlaciones estimadas entre las variables y los factores. A fin de determinar el ajuste del modelo, pueden estudiarse las diferencias (residuos) entre las correlaciones observadas (matriz de correlación de entrada) y las correlaciones reproducidas (como se estiman a partir de la matriz factorial).

El modelo factorial es adecuado cuando los residuos son pequeños. Si hay un porcentaje elevado de residuos superiores a una cantidad pequeña prefijada (0,05), será una indicación de que el modelo factorial estimado no se ajusta a los datos. Se sabe además que hay más estabilidad en los resultados si el número de casos por variable es alto.

**Generalidad de los resultados.**- Es conveniente refrendar los resultados del primer análisis factorial realizando nuevos análisis factoriales sobre nuevas muestras extraídas de la población objeto de estudio y, en caso de no ser posible, sobre submuestras de la muestra original. En cada caso habrá que estudiar qué factores de los calculados son corroborados en los distintos análisis llevados a cabo.

Otra posibilidad es realizar nuevos análisis factoriales modificando las variables consideradas, bien sea eliminando aquellas variables que no tienen relación con ningún factor o eliminando las variables con relaciones más fuertes tratando de descubrir cómo se comporta el resto de ellas sin su presencia.

Otro de los procedimientos metodológicos y estadísticos que complementan y profundizan las interpretaciones que se deducen del análisis factorial consiste en la realización de otros análisis factoriales en base, no al conjunto total de la muestra o población, sino referido a subcolectivos o grupos que están presentes en la muestra y que pueden formarse utilizando las categorías de las variables primarias (sexo, clase social, tipo de centro, tipo de metodología pedagógica, tipos de actitud, etc.).

Lo que se desprende de los trabajos e investigaciones que han utilizado este procedimiento es que generalmente la interpretación que se da y que es válida para el conjunto total de sujetos debe modificarse, en algunos casos sustancialmente, cuando se refiere a esos subcolectivos. En caso de ser así, se deriva una doble conclusión:

- a) Las variables se comportan en el Análisis Factorial de distinta forma según de qué muestra se trate.
- b) No existe el sujeto ‘tipo’ sino que existen diferentes ‘tipos’ de sujetos en la muestra global.

Finalmente, se debe realizar un “*Análisis Factorial Confirmatorio*” para comprobar los resultados obtenidos en el modelo teórico propuesto.

### 2.3.4. *Análisis de regresión logístico*

La regresión logística es un instrumento estadístico de análisis bivariado o multivariado, de uso tanto *explicativo* como *predictivo*. Resulta útil su empleo cuando se tiene una variable dependiente dicotómica (un atributo cuya ausencia o presencia se ha puntuado con los valores cero y uno, respectivamente) y un conjunto de  $m$  variables predictoras o independientes, que pueden ser cuantitativas (que se denominan covariables o covariadas). En este último caso, se requiere que sean transformadas en variables ficticias o simuladas (“dummy”) (Silva & Salinas, 2007).

El propósito del análisis es:

- Predecir la probabilidad de que a alguien le ocurra cierto evento: por ejemplo, “estar desempleado” =1 o “no estarlo” = 0; “ser pobre” = 1 o “no ser pobre” = 0; “graduarse como sociólogo” =1 o “no graduarse” = 0;
- Determinar qué variables pesan más para aumentar o disminuir la probabilidad de que a alguien le suceda el evento en cuestión.

En general, la regresión logística es adecuada cuando la variable de respuesta  $Y$  es politómica (admite varias categorías de respuesta, tales como mejora mucho, empeora, se mantiene, mejora, mejora mucho), pero es especialmente útil en particular cuando solo hay dos posibles respuestas (cuando la variable de respuesta es dicotómica), que es el caso más común (De la Fuente Fernández, 2011).

La RL es una de las técnicas estadístico-inferenciales más empleadas en la producción científica contemporánea. Surge en la década del 60, su generalización dependía de la solución que se diera al problema de la estimación de los coeficientes. El algoritmo de Walker-Duncan para la obtención de los estimadores de máxima verosimilitud vino a solucionar en parte este problema, pero era de naturaleza tal que el uso de computadoras era imprescindible.

La RL va a contestar a preguntas tales como: ¿Se puede predecir con antelación si un cliente que solicita un préstamo a un banco va a ser un cliente moroso? ¿Se puede predecir si una empresa va a entrar en bancarrota? ¿Se puede predecir de antemano que un paciente corra riesgo de un infarto?

La identificación del mejor modelo de regresión logística se realiza mediante la comparación de modelos utilizando el cociente de verosimilitud, que indica a partir de los datos de la muestra cuanto más probable es un modelo frente al otro. La diferencia de los cocientes de verosimilitud entre dos modelos se distribuye según la ley de la Chi-cuadrado con los grados de libertad correspondientes a la diferencia en el número de variables entre ambos modelos.

### 2.3.4.1. Regresión logística binaria

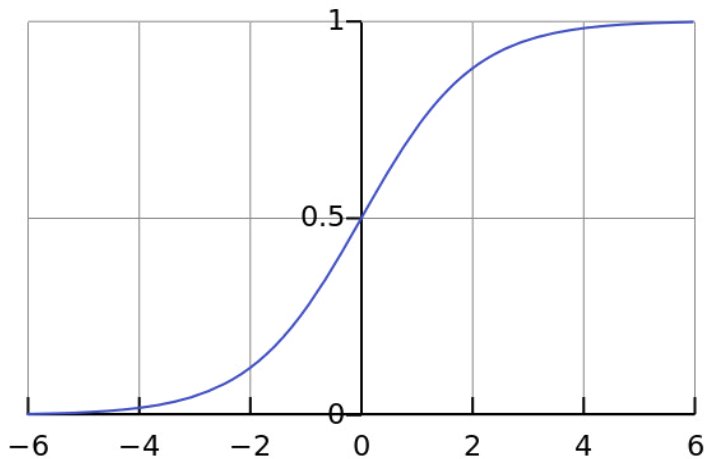
Los modelos de regresión logística binaria resultan los de mayor interés ya que la mayor parte de las circunstancias analizadas en medicina responden a este modelo (presencia o no de enfermedad, éxito o fracaso, etc.). Como se ha visto, la variable dependiente será una variable dicotómica que se codificará como 0 o 1 (respectivamente, “ausencia” y “presencia”). Este aspecto de la codificación de las variables no es banal (influye en la forma en que se realizan los cálculos matemáticos), y habrá que tenerlo muy en cuenta si se emplean paquetes estadísticos que no recodifican automáticamente las variables cuando éstas se encuentran codificadas de forma diferente (por ejemplo, el uso frecuente de 1 para la presencia y -1 o 2 para la ausencia).

La ecuación de partida en los modelos de regresión logística es:

$$P(y=1/x) = \frac{\exp(b_0 + \sum_{i=1}^n b_i x_i)}{1 + \exp(b_0 + \sum_{i=1}^n b_i x_i)} = \frac{e^{(b_0 + b_1 x_1 + \dots)}}{1 + e^{(b_0 + b_1 x_1 + \dots)}} = \frac{1}{1 + e^{-(b_0 + b_1 x_1 + \dots)}} \quad (5)$$

Donde:

<b>P(y=1/x)</b>	es la probabilidad de que y tome el valor 1 (presencia de la característica estudiada), en presencia de las covariables X
<b>X</b>	es un conjunto de n covariables (x <sub>1</sub> , x <sub>2</sub> , ..., x <sub>n</sub> ) que forman parte del modelo
<b>b<sub>0</sub></b>	es la constante del modelo o término independiente
<b>b<sub>i</sub></b>	los coeficientes de las covariables



**Figura 2.** Función Logística con  $b_0 + b_1 x + e$  en el eje horizontal

#### **2.3.4.2. Requisitos y etapas de la regresión logística**

- a) Recodificar las variables independientes categóricas u ordinales en variables ficticias o simuladas y de la variable dependientes en 0 y 1;
- b) Evaluar efectos de confusión y de interacción del modelo explicativo;
- c) Evaluar la bondad de ajuste de los modelos;
- d) Analizar la fuerza, sentido y significación de los coeficientes, sus exponenciales y estadísticos de prueba (Wald).

#### **2.3.4.3. Estimación de los coeficientes del modelo y sus errores estándar**

Para la estimación de los coeficientes del modelo y de sus errores estándar se recurre al cálculo de estimaciones de máxima verosimilitud, es decir, estimaciones que hagan máxima la probabilidad de obtener los valores de la variable dependiente  $Y$  proporcionada por los datos de la muestra. Estas estimaciones no son de cálculo directo, como ocurre en el caso de las estimaciones de los coeficientes de regresión de la regresión lineal múltiple por el método de los mínimos cuadrados. Para el cálculo de estimaciones máximo-verosímiles se recurre a métodos iterativos, como el método de Newton-Raphson.

Dado que el cálculo es complejo, normalmente hay que recurrir al uso de rutinas de programación o a paquetes estadísticos. De estos métodos surgen no sólo las estimaciones de los coeficientes de regresión, sino también de sus errores estándar y de las covarianzas entre las covariables del modelo.

El siguiente paso será comprobar la significación estadística de cada uno de los coeficientes de regresión en el modelo. Para ello se pueden emplear básicamente tres métodos: el estadístico de Wald, el estadístico G de razón de verosimilitud y la prueba Score.

#### **2.3.4.4. Multicolinealidad**

Se dice que existe multicolinealidad cuando dos o más de las covariables del modelo mantienen una relación lineal. Cuando la colinealidad es perfecta, es decir, cuando una covariable puede determinarse según una ecuación lineal de una o más de las restantes covariables, es posible estimar un único coeficiente de todas las covariables implicadas. En estos casos debe eliminarse la covariable que actúa como dependiente (Pérez López, 2005).

Normalmente lo que se hallará será una multicolinealidad moderada, es decir, una mínima correlación entre covariables. Si esta correlación fuera de mayor importancia, su efecto sería, como ya se vio anteriormente, el incremento exagerado de los errores estándar, y en ocasiones, del valor estimado para los coeficientes de regresión, lo que hace las estimaciones poco creíbles.

Un primer paso para analizar este aspecto puede ser examinar la matriz de coeficientes de correlación entre las covariables. Coeficientes de correlación muy elevados llevarán a investigar con mayor profundidad. Sin embargo, este método, bueno para detectar colinealidad entre dos covariables, puede conducir a no poder detectar multicolinealidad entre más de dos de ellas.

### **2.3.5. Marcos conceptuales o glosario**

<b><i>Actores sociales</i></b>	Grupos sociales que conforman la historia, también quienes intervienen o deben intervenir en la decisión de un futuro y en buena medida son los afectados por tal decisión.
<b><i>Análisis estructural</i></b>	Método de prospectiva que explicita la estructura interna de cualquier sistema. Permite introducir sus variables principales en una matriz para valorar sus interrelaciones
<b><i>Análisis morfológico</i></b>	Método de prospectiva que plantea las cuestiones críticas del objeto de estudio y sus posibles respuestas
<b><i>Ángeles inversionistas</i></b>	Personas o grupos de personas con experiencia en negocios que invierten capitales en nuevas empresas a las cuales les brindan acompañamiento y asesoría, aumentando sus probabilidades de éxito. Invierten en etapas tempranas
<b><i>Cadena productiva</i></b>	Es el conjunto de agentes y actividades económicas que intervienen en un proceso productivo, desde la provisión de insumos y materias primas, su transformación y producción de bienes intermedios y finales, y su comercialización en los mercados internos y externos.
<b><i>Capital intelectual</i></b>	Posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con los clientes y destrezas, que dan a las empresas una ventaja competitiva en los mercados. Compuesto por todos aquellos activos intangibles que generan valor de futuro para las compañías.
<b><i>Capital semilla</i></b>	Fondos para apoyar el arranque inicial de una empresa (fase inicial, o de “semilla”)
<b><i>Comité de evaluación</i></b>	Comité conformado por expertos externos que evalúan, retroalimentan el proyecto de emprendimiento, recomendando su continuidad o no a la siguiente etapa.



<b><i>Crédito formal</i></b>	Se define como el crédito otorgado por establecimientos de crédito vigilados por la Superintendencia de Bancos o por Organismos No Gubernamentales (ONG).
<b><i>Emigración</i></b>	Acto de salir de un Estado con el propósito de asentarse en otro. Las normas internacionales de derechos humanos establecen el derecho de toda persona de salir de cualquier país, incluido el suyo. Sólo en determinadas circunstancias, el Estado puede imponer restricciones a este derecho. Las prohibiciones de salida del país reposan, por lo general, en mandatos judiciales.
<b><i>Emprendedor</i></b>	Persona con capacidad de visualizar oportunidades de mercado y de articular los recursos necesarios para poner en marcha una actividad productiva. El emprendedor espera obtener a cambio una retribución que está fundamentada en la maximización del valor empresarial de su iniciativa
<b><i>Empresa</i></b>	Actividad económica organizada para la producción, transformación, comercialización, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios. Tiene como propósito crear un cliente, en ese sentido la empresa comercial tiene dos funciones cruciales: la comercialización y la innovación.
<b><i>Entrepreneur</i></b>	Entrepreneur define a la persona que tiene como profesión ser un creador de empresas. En esta definición se abarca desde el emprendedor "novato", que apenas inicia su actividad de crear una empresa, como aquellos más experimentados que han tenido la oportunidad de haber creado otras iniciativas empresariales. En este sentido, se podría decir que cubre en una misma palabra al emprendedor y al empresario.
<b><i>Escenario</i></b>	Descripción del futuro que debe ser internamente coherente, consistente y plausible

<b><i>Escenarios tendenciales</i></b>	Llamados también escenarios exploratorios. Tipo de escenario cuyo objeto es la simulación del proceso de evoluciones posibles de una situación dada, teniendo en cuenta las hipótesis de base formuladas sobre la naturaleza y el ritmo de estas evoluciones.
<b><i>Expulsión</i></b>	Acto de una autoridad del Estado con la intención y el efecto de asegurar la salida del territorio de ese Estado de una o varias personas (extranjeros), contra su voluntad.
<b><i>Extradición</i></b>	Entrega formal de personas, basada generalmente en tratados internacionales o en arreglos entre Estados, de un Estado a otro que es requerida judicialmente para procesarlas, así como a las procesadas, las declaradas culpables o las condenadas a cumplir una pena de privación de libertad. (Art. 1 de la Convención Interamericana sobre Extradición, suscrita en Caracas el 25 de febrero de 1981).
<b><i>Extrapolación</i></b>	Práctica que consiste en extender en el futuro una tendencia, situación o proceso al mismo ritmo, y en la misma dirección, en la que se ha ido desarrollando hasta el presente. Se usa poco como método
<b><i>Fuentes de financiación</i></b>	Mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos económicos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial.
<b><i>Futurible</i></b>	Galicismo que proviene del latín "futurum", hecho que se presenta al espíritu como un descendiente posible del presente (B. de Jouvenel). Término que designa todos los futuros posibles en un momento concreto. Noción creada por el teólogo español Luis de Molina
<b><i>Futuro</i></b>	Tiempo aún por ocurrir. Para algunos una realidad ontológica; un espacio virgen por descubrir y comprender plenamente. Para otros es una construcción social, una dimensión de la existencia humana que se prolonga más allá del presente y posibilita la capacidad humana de proyectar; un espacio repleto de posibilidades para construir y crear que da sentido a la actividad presente.

<b><i>Gestión</i></b>	Acción de llevar a cabo un proceso complejo, que involucra factores como la creatividad, la innovación y que asume un enfoque proactivo.
<b><i>Grupos vulnerables</i></b>	Grupos o sectores de la sociedad con mayores posibilidades que otros grupos dentro del Estado de ser sometidos a prácticas discriminatorias, violencia, desastres naturales o ambientales o penuria económica. Cualquier grupo o sector de la sociedad (mujeres, niños, ancianos) más vulnerables en período de conflicto o de crisis.
<b><i>Holístico</i></b>	Concepto que enfatiza la totalidad o completud de los sistemas complejos, en vez de concentrarse sobre una porción del sistema. Se deriva del griego "holos" que significa todo o completo (World Future Society). Enfoque teórico que pretende estudiar los diversos aspectos de la realidad como un todo interconectado.
<b><i>Inmigración</i></b>	Proceso por el cual personas no nacionales ingresan a un país con el fin de establecerse en él.
<b><i>Innovación</i></b>	Aplicación de nuevas técnicas o procesos productivos. Introducción de nuevos productos, procesos o servicios en el mercado que abran la posibilidad de producir los mismos bienes utilizando menores recursos, bienes nuevos o de mejor calidad, constituyendo un elemento importante para el crecimiento económico.
<b><i>Integración</i></b>	Proceso por el cual los inmigrantes, tanto individualmente como en grupo, son aceptados en una sociedad. Los requisitos particulares exigidos para su aceptación por una sociedad varían de un país a otro. La responsabilidad de la integración recae no solamente en los inmigrantes sino también en el gobierno receptor, las instituciones y las comunidades.
<b><i>Juego de actores</i></b>	Método para analizar los comportamientos, estrategias y proyectos de cualquier actor involucrado en el tema objeto de estudio.
<b><i>Marketing</i></b>	Muestreo de mercados para iniciar y completar (intercambiar) transacciones que satisfagan las necesidades de los compradores; en

muchos casos, se trata de una función dentro de la empresa (Departamento de Marketing); también es la filosofía que orienta las actividades de la empresa sistemáticamente en función de las exigencias del mercado.

***Mercado objetivo***

Segmento de ese mercado seleccionado por la empresa para ofrecer sus productos o servicios y a los cuales la empresa espera cumplir sus necesidades y sobre el cual se desarrollan todas las estrategias de comercialización, penetración y posicionamiento.

***Migración***

Movimiento de población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo que abarca todo movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o sus causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos.

***Migración de retorno***

Movimiento de personas que regresan a su país de origen o a su residencia habitual, generalmente después de haber pasado por lo menos un año en otro país. Este regreso puede ser voluntario o no. Incluye la repatriación voluntaria

***Migración internacional***

Movimiento de personas que dejan su país de origen o en el que tienen residencia habitual, para establecerse temporal o permanentemente en otro país distinto al suyo. Estas personas para ello han debido atravesar una frontera. Si no es el caso, serían migrantes internos.

***Migración laboral***

Movimiento de personas del Estado de origen a otro con un fin laboral. La migración laboral está por lo general regulada en la legislación sobre migraciones de los Estados. Algunos países asumen un papel activo al regular la migración laboral externa y buscar oportunidades de trabajo para sus nacionales en el exterior

***Migrante***

A nivel internacional no hay una definición universalmente aceptada del término “migrante.” Este término abarca usualmente todos los casos en los que la decisión de migrar es tomada libremente por la

	<p>persona concernida por “razones de conveniencia personal” y sin intervención de factores externos que le obliguen a ello. Así, este término se aplica a las personas y a sus familiares que van a otro país o región con miras a mejorar sus condiciones sociales y materiales y sus perspectivas y las de sus familias.</p>
<b><i>Modelo de negocio</i></b>	<p>Forma en la cual una iniciativa empresarial define la manera en la que se generarán sus ingresos y beneficios.</p>
<b><i>País de destino</i></b>	<p>País al que se dirigen flujos migratorios (legal o ilegal).</p>
<b><i>País de origen</i></b>	<p>País del cual procede un migrante o flujos migratorios (legal o ilegal).</p>
<b><i>Plan de negocio</i></b>	<p>Es un documento formal, elaborado por escrito, que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzarlos. El Plan de Negocios ayuda a asignar los recursos en forma apropiada, manejar complicaciones imprevistas y tomar buenas decisiones.</p>
<b><i>Procesos de selección</i></b>	<p>Actividad estructurada y planificada que permite atraer, evaluar e identificar las características personales de un conjunto de sujetos a los que se denomina “candidatos”, las cuales los diferencian de otros y los hacen más idóneos, más aptos o más cercanos a un conjunto de características y capacidades determinadas de antemano como requerimientos críticos para el desempeño eficaz y eficiente de una cierta tarea profesional.</p>
<b><i>Prospectiva.</i></b>	<p>Ciencia que estudia el futuro para comprenderlo y poder influir sobre él.</p>
<b><i>Público objetivo</i></b>	<p>Conjunto de personas a las cuales van dirigidas las actividades y programas de generación de cultura emprendedora ambiental.</p>
<b><i>Rentabilidad</i></b>	<p>Beneficios que obtiene una empresa en relación con sus ingresos de ventas o con el capital empleado</p>
<b><i>Retorno forzoso</i></b>	<p>Regreso obligado de una persona al país de origen, de tránsito o un</p>

tercer país, fundado en una decisión administrativa o judicial.

***Retorno voluntario***

El regreso independiente o asistido al país de origen, de tránsito u a un tercer país basado en la libre voluntad de la persona que regresa.

***Riesgo***

Condición en la que existen posibilidades de que ocurra algo adverso que no permita el resultado positivo que se espera. Es el cálculo conjugado y anticipado de las posibles pérdidas ocasionadas de las amenazas y de las debilidades

***Variable:***

Aspecto o dimensión de un fenómeno que tiene como atributo la capacidad de asumir distintos valores. Relación causa-efecto entre dos o más fenómenos estudiados. El factor que se asume como variable debe ser determinado mediante la observación u otros métodos y estar en condiciones de medirse en términos cuantitativos o cualitativos, de modo de poder enunciar que de una medición a otra varía o permanece estable. La validez de una variable depende del grupo que lo toma como cierto.

## **2.4. Hipótesis de la investigación**

### **2.4.1. Hipótesis general**

HG: La migración internacional de retorno contribuye favorablemente con el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba-Ecuador

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

**HE<sub>1</sub>**: El colectivo migrante internacional retornado influye positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.

**HE<sub>2</sub>**: Los factores y variables del emprendedor, entorno turístico, entorno institucional y proceso de planificación influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.

**HE<sub>2.1</sub>**: Los factores y variables del emprendedor influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.

**HE<sub>2.2</sub>**: Los factores y variables del entorno turístico influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.

**HE<sub>2.3</sub>**: Los factores y variables del entorno institucional influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.

**HE<sub>2.4</sub>**: Los factores y variables del proceso de planificación influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.

### 2.4.3. Variables e indicadores

A continuación se presentan las variables independientes y las variables dependientes asociadas a cada una de las hipótesis.

#### 2.4.3.1. Hipótesis específica 1

*HE<sub>1</sub>: El colectivo migrante internacional retornado influye positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

	DIMENSIONES	FACTORES	VARIABLES	ÍTEMS
Variable independiente	Colectivo migrante internacional retornado	Socio-demográficos	Género	2
			Educación	5
			Razón para emigrar	6
		Destino y capacitación	Tiempo de residencia	5
			Capacitación	3
			Tipo de capacitación	5
			Sector laboral	7
			Utilidad de los conocimientos	5
		Retorno – Situación actual	Razón del retorno	7
			Tiempo de retorno	5
			Integración social	2
			Integración económica	2
			Sector laboral	7
			Apoyo institucional	6
		Retorno y emprendimiento	Inserción laboral	6
			Emprendimiento productivo	2
			Tipo de emprendimiento	5
			Dificultades y emprendimiento	6
		Emprendimientos turísticos	Sector para emprender	5
			Emprendimiento turístico	2
			Área turística	7
			Aspectos para emprender	5
		Perfil del emprendedor	Proyecto piloto	2
Sociodemográfico	6			
Psicológico	6			
Motivación	7			
Innovación y creatividad	2			
Iniciativa personal	6			
Capacidad de análisis	4			
Propensión al riesgo	3			
Variable dependiente	Emprendimientos turísticos	Desarrollo de emprendimientos turísticos	Variable categórica	2

**Cuadro 5. Dimensiones, factores y variables de la hipótesis específica 1.**

**Fuente:** Elaboración propia



### 2.4.3.2. Hipótesis específica 2

**HE<sub>2</sub>:** Los factores y variables del emprendedor, entorno turístico, entorno institucional y proceso de planificación influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.

**HE<sub>2.1</sub>:** Los factores y variables del emprendedor influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.

	DIMENSIONES	FACTORES	VARIABLES
Variable independiente	Variables del emprendedor	Socio-demográficos	Edad
			Estabilidad familiar
			Educación regular (primaria, secundaria, superior)
			Capacitación para emprendimientos
			Experiencia con familiares en la creación de empresas
			Experiencia en la actividad que desea emprender
			Capacidad económica del emprendedor
		Personalidad (perfil psicológico, propensión al riesgo, energía e iniciativa personal)	Perseverancia y compromiso total
			Liderazgo
			Tolerancia a cambios
			Necesidad y reconocimiento de logro
			Responsabilidad personal
			Acepta riesgos moderados
			Locus de control interno/ Autoconfianza
			Capacidad de solucionar problemas
			Toma de iniciativa
			Estabilidad y autocontrol
		Motivación	Nuevos retos
			Percepción de beneficio económico
			Autoconfianza
			Experiencia en administrar recursos humanos y financieros
			Impulso o energía
			Capacidad de conseguir recursos financieros
		Capacidades y competencias (innovación y creatividad, capacidad de análisis, capacidad de influencia)	Capacidad de relacionarse con los clientes
			Creatividad
			Innovación
			Aprovecha oportunidades
			Planificar con límites de tiempo
			Capacidad de análisis del ambiente / reflexión
			Exige eficiencia y calidad
			Redes de contacto local, nacional e internacional
		Relaciones entre emprendedores	
		Variable dependiente	

**Cuadro 6. Dimensiones, factores y variables de la hipótesis específica 2.1.**

**Fuente:** Elaboración propia

**HE<sub>2.2</sub>:** *Los factores y variables del entorno turístico influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

	DIMENSIONES	FACTORES	VARIABLES
Variable independiente	Variables del entorno turístico	Administrativos	Gestión de destino con enfoque sostenible
			Especialización por funciones en la gestión del destino
			Competencias gerenciales
			Asociatividad empresarial
			Seguridad turística
			Fomento
			Servicios públicos
			Mapa de actores en turismo
		Políticos	Voluntad política
			Continuidad en los proyectos
			Concertación público-privada
		Producción y servicios	Riobamba destino turístico
			Cadena productiva
			Incremento del turismo
			Calidad de productos y servicios
			Cadena de valor
			Productos turísticos definidos
		Culturales	Identidad cultural de los habitantes de Riobamba
			Cultura turística
			Multilingüismo
			Actitud del servicio
			Capacitación en competencias laborales
			Programas educativos formales
		Infraestructura	Recursos para infraestructura turística
			Accesibilidad y facilidades turísticas
			Conectividad turística
			Vías de acceso
		Mercado	Oferta
Demanda			
Estrategias de promoción			
Marca y posicionamiento de la ciudad			
Canales de distribución			
Rutas turísticas			
Atractivos turísticos			
Variable dependiente		Desarrollo de emprendimientos turísticos	Variable categórica

**Cuadro 7. Dimensiones, factores y variables de la hipótesis específica 2.2.**

**Fuente:** Elaboración propia

**HE<sub>2.3</sub>:** Los factores y variables del entorno institucional influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.

	DIMENSIONES	FACTORES	VARIABLES
Variable independiente	Variables del entorno institucional	Instituciones públicas	Programas de financiamiento
			Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)
			Capacitación, asesoría y asistencia técnica
			Incubadoras de empresas
			Subsidios y apoyos económicos
			Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento
			Estrategias de acompañamiento a emprendedores
			Facilidades para la constitución de emprendimientos
			Leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos
			Infraestructura
			Apoyo institucional a la creación de emprendimientos
			Investigación e innovación de emprendimientos
		Instituciones privadas	Asociatividad para el emprendimiento
Inversión en emprendimientos			
Variable dependiente		Desarrollo de emprendimientos turísticos	Variable categórica

**Cuadro 8. Dimensiones, factores y variables de la hipótesis específica 2.3.**

**Fuente:** Elaboración propia

**HE<sub>2.4</sub>:** Los factores y variables del proceso de planificación influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.

	DIMENSIONES	FACTORES	VARIABLES
Variable independiente	Variables del proceso de planificación	Planificación comercial	Dedicación de tiempo completo a la creación de la empresa
			Dirección de investigaciones de mercado
			Elaboración del plan de negocios
			Desarrollo del producto o servicio
		Planificación económica y financiera	Ahorro de dinero para invertir en su negocio
			Solicitud de fondos de bancos
			Solicitud de financiación pública
Variable dependiente		Desarrollo de emprendimientos turísticos	Variable categórica

**Cuadro 9. Dimensiones, factores y variables de la hipótesis específica 2.4.**

**Fuente:** Elaboración propia

## **CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA**

### **3.1. Tipo y Diseño de Investigación**

#### **3.1.1. Tipo**

Es una investigación *mixta*, utilizó técnicas cualitativas y cuantitativas. “Los métodos mixtos no proveen de soluciones perfectas, sin embargo, hasta hoy, son la mejor alternativa para indagar científicamente cualquier problema de investigación. Conjuntan información cuantitativa y cualitativa, y la convierten en conocimiento sustantivo y profundo” (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2010).

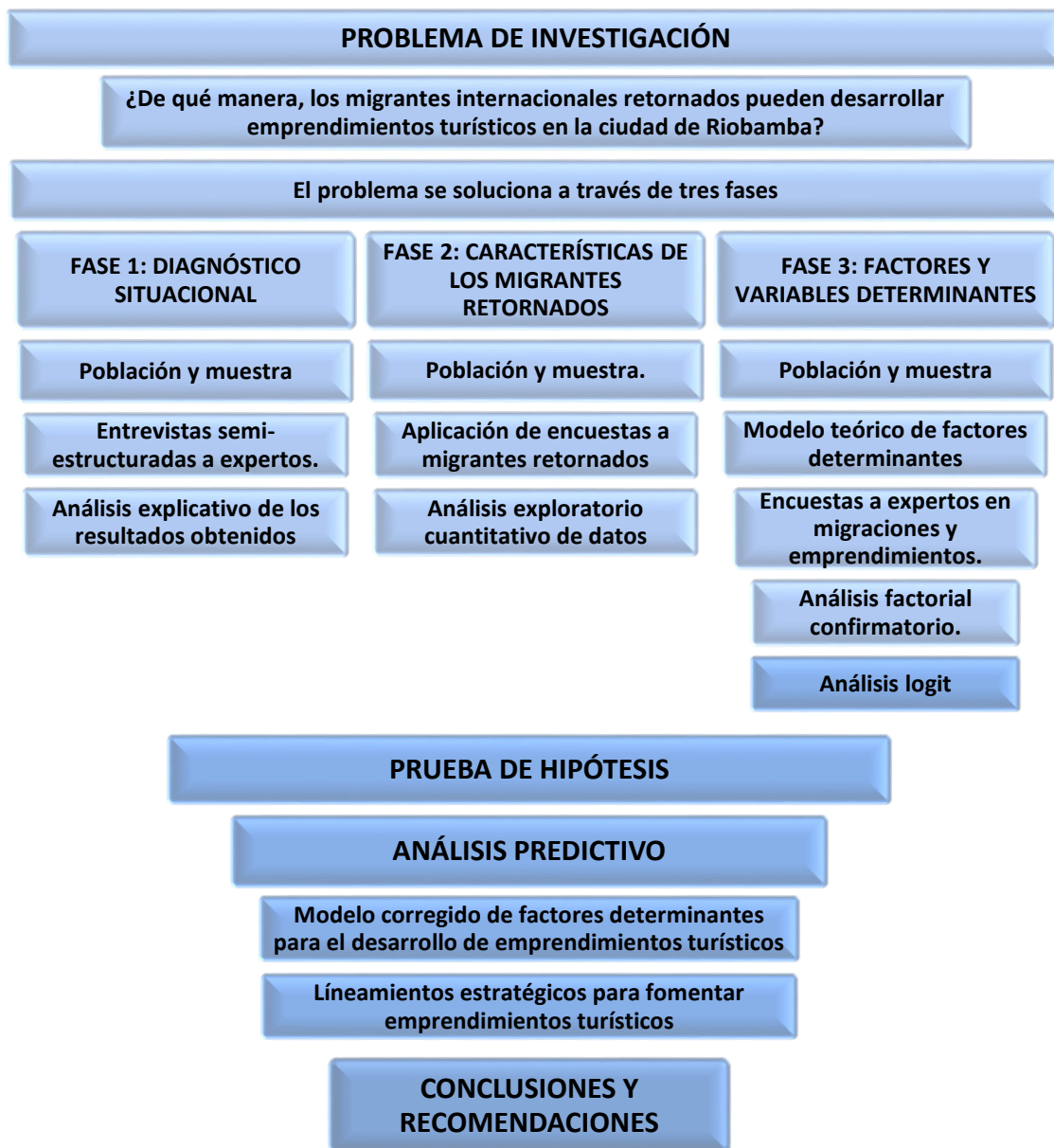
La investigación es *correlacional y explicativa*, tuvo como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más variables, en un contexto en particular. En ocasiones solo se realiza la relación entre dos variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio relaciones entre tres variables. Este tipo de investigación tiene de forma parcial un valor explicativo. Al saber que dos conceptos o variables están relacionados se aporta cierta información explicativa. Cuanto mayor número de variables sean correlacionadas en un estudio y mayor sea la fuerza de las relaciones más completa será la explicación (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2010)

#### **3.1.2. Diseño de la investigación**

La investigación es no experimental, se compone de tres fases bien definidas y que se suceden en el tiempo, estas fases son las siguientes:

- a) ***Fase 1. Diagnóstico situacional de la migración internacional de retorno y los emprendimientos turísticos (Análisis cualitativo).*** En esta fase se utilizó entrevistas en profundidad, que es una herramienta que permite obtener de un colectivo reducido de personas expertas, abundante y detallada información en torno a la cuestión de estudio. Este tipo de entrevistas contiene un guión de preguntas abiertas, se pone a la consideración del interlocutor y persigue entrar tanto en aspectos motivacionales, actitudinales y proyectivos de las personas entrevistadas, como en conseguir información precisa del tema de estudio.
  
- b) ***Fase 2. Análisis de las características de los migrantes internacionales retornados (Análisis descriptivo).*** En esta fase se efectuó un análisis de las características y detección de perfiles idóneos para la puesta en marcha de emprendimientos; así también, se investigó sobre los factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos. Se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas, con el propósito de obtener información de corte cuantitativo del colectivo migrante internacional retornado.
  
- c) ***Fase 3. Análisis de los factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos (Análisis descriptivo).*** Se realizó un análisis de los factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos, para lo cual se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas, en una escala de Likert, con el fin de obtener información de expertos en migración internacional y desarrollo de emprendimientos turísticos.

En la Figura 3 se presenta el diseño de la investigación, considerando desde el problema de investigación, las hipótesis, metodología, análisis predictivo y conclusiones y recomendaciones.



*Figura 3. Diseño de la investigación. Elaboración propia*

### 3.2. Unidad de análisis

- a) **Fase 1.-** Para realizar el diagnóstico situacional de la migración internacional de retorno y emprendimientos turísticos, la unidad de análisis corresponde a personas expertas (representantes institucionales, técnicos, dirigentes de asociaciones ligadas a la migración y al turismo).
- b) **Fase 2.-** Para el análisis de las características de los migrantes retornados, la unidad de estudio son los migrantes internacionales retornados a la ciudad de Riobamba en los últimos 7 años.
- c) **Fase 3.-** En el análisis de los factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos, la unidad de estudio son los expertos en migración internacional y emprendimientos turísticos.

### 3.3. Población de estudio

- a) **Fase 1.-** La población de estudio a la que se dirige en esta fase a través de las entrevistas fueron 15 personas expertas en la materia: responsables institucionales o técnicos, representantes de asociaciones ligadas al turismo o a las migraciones, investigadores académicos y responsables de medios de comunicación.
- b) **Fase 2.-** La población de estudio estuvo constituida por los migrantes internacionales retornados a la ciudad de Riobamba y mayores de 18 años. Utilizando datos del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), se realizaron proyecciones hasta el año 2015 y se determinó que en los últimos 7 años la población migrante retornada a la ciudad de Riobamba fue de 1.705 personas.
- c) **Fase 3.-** En esta fase la población de estudio estuvo formada por 30 expertos en migraciones internacionales y emprendimientos turísticos.

### 3.4. Tamaño de la muestra

- a) *Fase 1.*- El tamaño de la muestra fue de 15 entrevistas en profundidad aplicadas a personas expertas en la materia: responsables institucionales o técnicos, representantes de asociaciones ligadas al turismo o a las migraciones, investigadores académicos y responsables de medios de comunicación.
- b) *Fase 2.*- Para calcular el tamaño de la muestra se consideró una población de 1.705 emigrantes retornados, con una probabilidad que desarrollen emprendimientos turísticos del 30% (Alvarez Verdezoto, 2016), un nivel de confianza del 95% y el error muestral de +/- 5%. Teniendo en cuenta estos datos y utilizando la fórmula de Canavos, se obtiene una muestra de 271 personas mayores de 18 años con experiencia migratoria:

$$n = \frac{p * q * N}{\frac{(N - 1)E^2}{k^2} + p * q} = \frac{(0,30)(0,70)(1.705)}{\frac{(1.705 - 1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,30)(0,70)} = 271 \quad (6)$$

**Donde:**

- n = Tamaño de la muestra  
 p = probabilidad de ocurrencia (0,30)  
 q = probabilidad de no ocurrencia (0,70)  
 N = Población o universo (1.705)  
 K = 1,96 (Nivel de confianza 95%)  
 E = Error admisible (+/- 5%)

- c) *Fase 3.*- El tamaño de la muestra fue de 30 encuestas aplicadas a personas expertas en migración internacional y emprendimientos turísticos.

### 3.5. Selección de la muestra

- a) *Fase 1.*- La muestra no es probabilística, se seleccionó con un fin específico como es aplicar entrevistas en profundidad a personas expertas en la materia:



responsables institucionales o técnicos, representantes de asociaciones ligadas al turismo o a las migraciones, investigadores académicos y responsables de medios de comunicación.

- b) **Fase 2.-** La muestra es probabilística, se tomó de manera aleatoria, es decir que todos los migrantes retornados mayores de 18 años tuvieron la posibilidad de ser seleccionadas para la investigación. Un elemento importante que fue considerado y que facilitó la investigación, sin duda es que los migrantes retornados se encuentran constituidos en la Asociación de Migrantes Retornados de Chimborazo (MIRECH).
- c) **Fase 3.-** La selección de la muestra no es probabilística, por cuanto la elección de los expertos obedeció a un fin específico, con el criterio que sea un conocedor de las migraciones internacionales y desarrollo de emprendimientos turísticos.

### 3.6. Técnicas de recolección de datos

Una primera etapa se basó en la investigación de fuentes secundarias principalmente de tesis doctorales, artículos científicos, libros, informes e Internet. La revisión literaria permitió elaborar el estado del arte, identificar las tendencias mundiales del turismo, las potencialidades turísticas, el perfil del emprendedor y los factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos.

En la segunda etapa se realizó una investigación de fuentes primarias, considerando las siguientes fases:

- a) **Fase 1.** Para el diagnóstico situacional de la migración internacional de retorno y los emprendimientos turísticos se utilizaron las siguientes técnicas:
- Entrevistas en profundidad semi-estructuradas a 15 expertos clave en el ámbito de la migración y el emprendimiento turístico (Anexo 2)
  - Análisis explicativo de los resultados obtenidos en la fase descriptiva.

- Identificación de factores y variables para el desarrollo de emprendimientos turísticos.

*b) Fase 2.* Para el análisis de las características de los migrantes internacionales retornados se utilizó lo siguiente:

- Encuestas a 271 migrantes internacionales retornados (Anexo 3).
- Análisis exploratorio cuantitativo de los datos obtenidos de fuentes primarias.
- Determinación de características y perfiles idóneos para la puesta en marcha de emprendimientos turísticos.

*c) Fase 3.* Para el análisis de los factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos se utilizó:

- Encuestas a 30 expertos en el ámbito de la migración internacional y emprendimiento turístico (Anexo 4)
- Análisis exploratorio cuantitativo de los datos obtenidos de fuentes primarias.
- Identificación de factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos.

En la tercera etapa se utilizó el software especializado SPSS Statistics V\_22, para realizar un análisis predictivo de resultados, en base a los datos obtenidos en el análisis descriptivo:

- Definición de factores y variables determinantes
- Análisis factorial exploratorio
- Análisis de regresión logística
- Elaboración del modelo para el desarrollo de emprendimientos turísticos
- Líneas estratégicas para el desarrollo de emprendimientos turísticos
- Propuesta de actuación

Para finalizar, se plantean las conclusiones, las limitaciones de la investigación y las líneas futuras de investigación.

## **CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados**

#### ***4.1.1. Diagnóstico situacional de la migración internacional de retorno y los emprendimientos turísticos (Fase 1)***

La relación existente entre migraciones –tanto internas como internacionales- y desarrollo económico y social ha sido contrastada a través de la literatura especializada sobre el tema (Ratha, Mohapatra y Scheja, 2011). Este nexo se da tanto en el país de acogida como en el de origen. Con respecto al país de acogida las investigaciones realizadas subrayan que las migraciones se convierten en un elemento fundamental para el crecimiento de los países receptores. Así, lo atestiguan estudios realizados en países como Estados Unidos (Hanson, 2012) o europeos (Kahanec y Zimmermann, 2009).

En la actualidad son más los autores que plantean que también las migraciones son un potencial para el desarrollo económico y social. Esta perspectiva se sustenta sobre todo en la teoría transnacional (Portes, 2011). El uso de las remesas es un tema controvertido y frecuentemente se han concentrado en gastos dirigidos al consumo y no a la producción. Sin embargo, la literatura especializada viene subrayando desde hace tiempo el potencial de éstas para la puesta en marcha y la dinamización de la economía productiva a través de los emprendimientos en los países de origen (Collier, Pirazza y Randazzo, 2011).

Estos emprendimientos pueden darse a través de diferentes situaciones relacionada por los flujos migratorios. Por un lado las familias de migrantes pueden utilizar las remesas para la puesta en marcha de emprendimientos productivos. Por el otro, el migrante retornado puede utilizar tanto los capitales económicos como los conocimientos, habilidades y relaciones sociales aprendidos en el país de destino (Tovar y Victoria, 2013). Se aprecia un escenario en el que el aprovechamiento de los diferentes capitales obtenidos por las personas migrantes –económicos, humanos y sociales- se convierten en un elemento fundamental (Batista y Vicente, 2010). Precisamente, a través de esta investigación se quiere analizar las posibilidades que ofrece el retorno a Ecuador de la población emigrante que ha residido durante varios años en un segundo país.

En los últimos años se ha dado cierto auge del análisis del retorno, sobre todo a través de las corrientes transnacionales y sus aportaciones, que han superado interpretaciones únicamente basadas en aspectos económicos o que asociaban el retorno al fin del proceso migratorio. El transnacionalismo ha complejizado el estudio del retorno y ha introducido otros factores que resultan de gran interés para el estudio del fenómeno, como por ejemplo las redes y vínculos transnacionales de las personas migrantes (Schramm, 2011). De igual modo, las teorías transnacionales plantean que el retorno no tiene por qué ser la etapa final dentro del proyecto migratorio, si no que puede ser otra etapa más dentro del mismo (Cavalcanti y Parella, 2013).

En muchos casos esta revitalización del análisis del retorno se ha dado de la mano del nexo entre migraciones y desarrollo, planteando el retorno como una posible herramienta para el desarrollo económico y social y como un elemento innovador y aprovechable para el país de origen. En todo caso en la actualidad hay una gran controversia con respecto a esta hipótesis y las posibilidades reales del retorno para el desarrollo (Cassarino, 2009).

Con respecto al concepto un primer aspecto a subrayar es que no existe una única definición. Frecuentemente se ha utilizado este término para denominar realidades diferentes e incluso alejadas entre sí. Así, no es extraño la utilización del mismo para referirse de forma eufemística a situaciones mucho más cercanas a la expulsión o la readmisión forzada (Cassarino, 2009), como es el caso de la directiva de retorno aprobada por la Unión Europea en 2008 para población irregular, que se refiere principalmente a la repatriación (Rodríguez, 2012). En otros casos, en cambio, se

utilizan diferentes acepciones para referirse al mismo fenómeno. En algunos estudios se utilizan términos como políticas de circulación o de repatriación para referirse a las políticas de retorno (Smith, 1999). Según la definición ofrecida por la Organización Internacional de las Migraciones –OIM- el retorno (voluntario) es el “regreso independiente o asistido al país de origen, de tránsito o a un tercer país basado en la libre voluntad de la persona que regresa” (OIM, 2006:65).

Debido a la recesión económica mundial que golpea a los principales países de destino de los migrantes ecuatorianos, los trabajadores migratorios se ven afectados por situaciones como la falta de empleo, la reducción de horas laborales y la disminución de sus ingresos. Como consecuencia de este problema se produce el retorno de los migrantes a su país de origen, donde también se evidencian limitadas fuentes de trabajo y un desaprovechamiento de sus capitales económicos, capacidades de tipo intangible, destrezas y competencias aprendidas.

Por otra parte, el Plan Nacional del Buen Vivir de Ecuador plantea entre sus objetivos el cambio de matriz productiva como clave para un diferente y mejor desarrollo económico y social. Para ello, plantea la modernización de sectores tradicionales como la agricultura, pero también el fortalecimiento de otros sectores para así desarrollar una matriz productiva más diversificada, entre estos sectores se sitúan el ámbito tecnológico, la gestión del conocimiento o el impulso del sector turístico.

Tanto en la Constitución del Ecuador como en las normas relativas a la movilidad humana y las migraciones, plantea la necesidad de ofrecer atención a la población emigrante ecuatoriana residente en otro país y la puesta en marcha de políticas públicas y medidas que favorezcan el retorno de esta población emigrante si así lo estima pertinente.

A través de este estudio se pretende incidir en estos aspectos e indagar en el potencial de las personas migrantes retornadas en el ámbito de los emprendimientos, para así valorar la viabilidad y las posibilidades de un programa que empate los capitales aprendidos por los migrantes para la puesta en marcha de emprendimientos que puedan redundar en el desarrollo económico y el bienestar social en la ciudad de Riobamba.

Los resultados que se presentan a continuación forman parte de un proyecto más amplio, en el que tras un primer diagnóstico se plantearán otras fases de investigación

en las que se intentará con la colaboración de las propias personas migrantes establecer un primer programa piloto de emprendimientos para la ciudad de Riobamba, que junto a importantes potencialidades turísticas, también muestran un alto porcentaje de emigración internacional.

La presente investigación es la continuación de trabajos anteriores desarrollados por los autores en el campo de la migración internacional en la provincia de Chimborazo y en el cantón Riobamba, con el fin de reforzar la relación entre universidad y sociedad, partiendo de una investigación aplicada con un claro impacto social y con el objetivo de ofrecer una transferencia directa de conocimientos y resultados para el desarrollo social y económico de los migrantes retornados en la ciudad de Riobamba.

Los resultados que se compilan en esta investigación resultan de gran interés para el avance en el debate en torno al papel del retorno dentro del desarrollo de los países de origen. De igual forma, y a diferencia de anteriores programas que se han implementado en Ecuador en épocas anteriores, la investigación que se presenta parte de un exhaustivo diagnóstico compartido con los diferentes agentes sociales e institucionales y nace con una lógica de viabilidad y realismo en cuanto a su desarrollo e implementación.

#### **4.1.1.1. Elementos relevantes para la puesta en marcha de un programa piloto**

Del análisis de la información recolectada sobre migraciones internacionales de retorno y emprendimientos turísticos, se subraya en las posibilidades y potencialidades de la puesta en marcha de un programa piloto, incluso se evidencia las grandes posibilidades de viabilidad que se estima para dicho proyecto.

Sin embargo, se debe recalcar en las dificultades asociadas al retorno y al propio proceso migratorio, la falta de cultura organizativa y desconocimiento de la gestión de negocios, la capacitación como elemento clave y las características de personas participantes.

#### **4.1.1.2. Dificultades asociadas al retorno y al propio proceso migratorio**

Para la implementación de un programa piloto, es necesario destacar cuáles son las debilidades y dificultades que se han detectado, para así intentar evitarlas y en su caso hacerles frente. A continuación se enumeran algunas de ellas:

En primer lugar hay que subrayar que para que el proyecto sea viable y tenga visos de éxito se tiene que distanciar de la imagen que predica que la persona o familia retornada vuelve como si fuera *una triunfadora*: con un importante capital, tras haber finalizado una etapa migratoria y con intención de asentarse e intervenir en el desarrollo económico y social del lugar de origen.

Más allá de que este perfil pueda existir, se debe tener en cuenta que frecuentemente la persona retornada lo hace de forma obligada por la coyuntura económica desfavorable que vive en el país de acogida. En estos últimos años y sobre todo para la población que emigró a España, esta pauta es un hecho. Frecuentemente el retorno no es la finalización de un proyecto migratorio exitoso, sino todo lo contrario, de un proyecto truncado y en el que la vuelta se da como una estrategia de supervivencia no voluntaria, dando muestra así de las diferentes metodologías de retorno que pueden darse dentro del fenómeno migratorio (Durand, 2003; Sanz, 2013). Además, en muchos casos el capital financiero con el que se retorna es nulo o muy escaso. Como puede pensarse, un escenario de estas características dificulta la posibilidad de poner en marcha cualquier tipo de emprendimiento productivo en el país de origen y hace que la financiación externa toma aún si cabe más relevancia.

“Los que vienen de Europa, de España principalmente vienen con un capital más pequeño” (E: 1).

En el caso de Estados Unidos, aunque el contexto económico no sea tan difícil como el de Europa, aparece otro problema adicional que es el de la irregularidad, ya que los emigrantes suelen tener grandes dificultades para conseguir la residencia, incluso luego de transcurrir muchos años de la llegada al país.

Esta situación supone un problema añadido, ya que en términos legales esta persona en situación irregular no sería una persona emigrante y tendría dificultades para poder participar en programas oficiales focalizados a emigrantes. Por ello, sería recomendable

que más allá de la situación jurídica se utilizasen otro tipo de criterios menos formales pero que pueden servir para certificar el status de persona emigrante, aún y cuando se haya estado en una situación irregular, para poder participar en el programa que se propone dentro de esta investigación.

“La gente que prospera no regresa, se quedan a vivir en Estados Unidos y hacen allí su vida. Los que regresan son los que tienen problemas de papeles y están pasando momentos difíciles” (E 9).

“Hay un problema grande y es que en Estados Unidos muchos están irregulares y no pueden aparecer y no pueden aprovecharse de los programas del Gobierno de Ecuador” (E 6).

Unido al punto anterior, en ciertas ocasiones el retorno es una parada temporal, para hacer frente a la situación económica del país de destino, pero el objetivo no es asentarse definitivamente en el lugar de origen, sino aguardar un mejor momento para volver a emigrar al lugar previo o a un tercer país. Un escenario de temporalidad como el enunciado hace más difícil la posible puesta en marcha de emprendimientos productivos, a no ser que se piense en negocios transnacionales que precisamente se basan en la flexibilidad del proyecto migratorio.

“Algunos de los retornados vienen como estrategia de supervivencia, pero cuando pueden vuelven a Estados Unidos” (E 15).

“Muchas veces el emigrante retorna con la intención de volver al país de destino” (E 12).

En otras ocasiones, en cambio, las expectativas de la persona retornada no empatan con la realidad del lugar de origen y este hecho acaba derivando en un nuevo proyecto migratorio que les ofrezca mayores oportunidades.

“No ven las condiciones como esperaban y acaban emigrando otra vez” (E 7).

Por último, con respecto a estas dificultades asociadas al propio proceso de retorno y sus características no se puede obviar que la vuelta al lugar de origen frecuentemente está unida a dificultades de tipo social, psicológico o cultural que pueden llegar a dificultar ya no la puesta en marcha de un proyecto de emprendimiento productivo sino el propio proceso de integración y re-adaptación al lugar de destino.

“En muchos casos no se adaptan y surgen problemas familiares. Incluso se han dado situaciones de necesidad de atención psicológica” (E 15).



#### **4.1.1.3. Falta de cultura organizativa y desconocimiento de la gestión de negocios**

Un elemento que aparece recurrentemente en las entrevistas realizadas es la falta de capacitación en materia organizativa y en la gestión de negocios empresariales, lo que lleva frecuentemente al planteamiento de proyectos inviables o al fracaso de los mismos tras un breve periodo de tiempo.

“Es importante que la gente se organice de mejor manera, hay una gran desorganización” (E 9).

“Muchos emprendimientos han fracasado por falta de experiencia en la administración de recursos” (E 13).

“Falta experiencia y conocimiento. No tienen conocimientos sobre turismo” (E 10).

En el caso de los proyectos que no llevan a buen término muchas veces no se tienen en cuenta los requisitos legales existentes para la apertura de un negocio y el emprendimiento es directamente inviable e imposible de ejecutar.

“Muchos desconocen las normas, hacen un cuarto de baño y luego no cumplen la normativa (...) Muchas veces se quiere aprovechar la vivienda para crear un recurso turístico, el problema es que no fue concebido como emprendimiento turístico, sino que luego quieren reconvertirlo y en esos caso muchas veces no se cumple la normativa” (E 4).

“Tienen que cumplir los requisitos legales y muchas veces no lo hacen, no les gusta estar muy regularizados” (E 7).

En otros casos la duración del emprendimiento es breve, debido a la falta de un análisis de viabilidad de mercado, que lastra el futuro del negocio, como consecuencia al desconocimiento de la gestión del negocio, que hace que frecuentemente se esperen grandes ganancias a corto plazo y que las expectativas sean mucho mayores que las posibilidades reales de mercado.

“No se hace estudio de mercado, por ejemplo la ubicación, en vez de poner el negocio en calles céntricas lo ponen debajo de su casa para ahorrar el arriendo y fracasan (...) Ellos piensan que con el dinero se pone algo y que al otro día ya están teniendo beneficios” (E 7).

“Se tiene que detectar qué es lo que hay, cuáles son los potenciales y qué es lo que quiere el turista. Articulando estos tres elementos sí que se puede. No se hacen estudios de mercado, en función de éste se podrá emprender en materia turística” (E 10).

“Quieren tener resultados a muy corto plazo y se cansan y cierran” (E 7).

“Se dan muchas quiebras porque no se hacen previamente estudios de mercado” (E 8).

Dentro de estas debilidades asociadas a la cultura organización y a la gestión de un negocio –turístico o de otro tipo- aparece la problemática del servicio y la atención al cliente, que en muchos casos no se adecua a los estándares de calidad del turista y que hace que no se cumplan las expectativas del turista.

“El trato es un tema fundamental” (E 14).

“Yo lo que he visto es que falta atención al cliente, el cliente es el principal actor, la capacitación en esa área es muy importante. Yo he estado en España y allí te atienden, aquí somos como muy fríos, a veces estamos un poco sucios... (E 7).

“El servicio es fundamental, la atención es muy importante” (E 10).

#### **4.1.1.4. La capacitación como elemento clave**

Pero por encima de todo emerge un elemento nuclear y central para el desarrollo del programa para la puesta en marcha de emprendimientos turísticos a través de las migraciones y este es el de la capacitación y la formación como necesidad imperiosa para que el proyecto pueda llegar a buen puerto y como herramienta para hacer frente a algunas de las debilidades que se ha mencionado en el punto anterior.

“Falta capacitación para los emprendimientos” (E 8).

“Sería muy importante un programa de capacitación, porque eso es lo que les falta, que les ayudemos con ese tipo de emprendimientos. No buscan asesoramiento, creen que con la idea que tienen es suficiente” (E 1).

“La clave es el asesoramiento, empoderar a través de la capacitación” (E 10).

“La capacitación es fundamental” (E 11).

“Se necesita capacitación, si no se fracasa” (E 12).

“La capacitación es muy relevante, es la herramienta para hacer frente a las dificultades que aparecen” (E 13).

De estas citas literales se extrae la necesidad de establecer un programa de capacitación para potenciales emprendedores y la pertinencia de que en el plan de actuación que se diseñe en el apartado dedicado a este aspecto tenga un rol central dentro de todo el programa. Por ello, en la propuesta de actuación se intentará detallar contenidos y áreas generales de esta fase de capacitación.

En este caso la capacitación habría que entenderla en un sentido amplio de la palabra y en ella cabría la orientación, la asesoría legal, el acompañamiento del proyecto, el análisis de viabilidad, etc. Sería por lo tanto, una de las claves para hacer frente a problemas como la falta de conocimiento sobre la materia o la gestión de un negocio y que entroncarían con las capacidades de la persona emprendedora. Pero también el medio para orientar y encaminar el propio emprendimiento, que a través de este seguimiento tendría más posibilidades de ser viable y sostenible en el tiempo.

#### **4.1.1.5. Características de personas participantes en el programa**

A continuación se comenta algunos aspectos relacionados con los potenciales participantes en un programa para el emprendimientos, para así establecer cuál sería el perfil tipo que mejor se adecua a las características y objetivos de un proyecto piloto para la puesta en marcha de emprendimientos turísticos a través de las migraciones internacionales.

Un primer rasgo a destacar, aunque pueda parecer obvio, es primordial y no es otro que la voluntad inequívoca para participar en el programa, con lo que ello conlleva: compromiso para participar activamente en el programa, aceptación de los requisitos del programa, disposición a invertir capital económico, etc.

En este sentido, la persona interesada en participar en el programa debe tener claro que la participación en el mismo no es un pasatiempo, sino que es una vía para la puesta en marcha de emprendimientos y que este y no otro es el objetivo principal.

Este tiene que ser el requisito primordial e inicial para el programa, más allá de otros factores como si el retorno es temporal o definitivo. El elemento clave es la disposición real para invertir y la voluntad por crear riqueza económica y social en el lugar de origen.

“En primer lugar tiene que haber decisión de participar en el programa y de invertir, que estén dispuestos realmente a invertir. Porque a ciegas todo el mundo dice que sí, pero cuando se ponen las cartas sobre la mesa...” (E 1).

“Que haya interés, que haya posibilidad de inversión” (E 10).

En el momento inicial del programa se estima que puede ser adecuado plantear el programa únicamente para personas emigrantes retornadas y no tanto para familiares de emigrantes que puedan poseer o recibir capitales a través de las remesas. Se plantea esta condición porque puede ser más fructífero para el programa que junto a capitales económicos pueda haber también otro tipo de capitales –sociales y/o humanos- que se hayan obtenido en el país de destino y que sean de sumo interés para tanto el desarrollo del programa como del propio emprendimiento.

Así, entre las personas retornadas, inicialmente habría que seleccionar a aquellas que hayan podido tener algún tipo de experiencia en el sector turístico y hotelero en el país de destino, ya que este hecho le va a ofrecer una serie de destrezas y conocimientos que serán de gran utilidad en el programa. Esta experiencia previa se destaca como un gran potencial en varias de las entrevistas realizadas.

“Si ellos han tenido experiencia allí, muchas veces ya no hace falta capacitarles, incluso a veces aportan para mejorar aquí. El migrante viene con muchos más elementos de conocimiento, más técnicos. El migrante viene con mayor organización, se dio cuenta de que allí todo está impecable, que son personas que no sólo saben de cocina sino que son profesionales, saben que es importante poner una flor o una vela en la mesa, sabe que la parte de fuera tiene que estar bien. El migrante viene ya con todos esos conocimientos porque le ha tocado vivirlos, ha trabajado en la cocina, ha trabajado de todo. Él tiene una idea clara de cómo tiene que ser un establecimiento turístico” (E 4).

“Con los migrantes es más fácil motivar porque ellos saben que lo que se les dice da éxito. Quizás el problema es con la gente que no ha trabajado en el sector. Alguien que ha trabajado en la construcción, tiene su capital pero no tiene ni idea del sector y fracasa. Yo creo que inicialmente sería interesante captar a la gente que tiene experiencia en el servicio. Él otro

necesita mucho mayor acompañamiento. El que trabajó en turismo tiene muchas más oportunidades” (E 4).

“Pueden tener unas habilidades desconocidas, conocimientos que han aprendido allí” (E 6).

El conocimiento adquirido puede sustituir o potenciar la capacitación y sirve además para hacer frente a algunas de las debilidades que se han mencionado anteriormente, tales como el trato al cliente, la cultura organizacional o la gestión del negocio.

En todo caso, estos conocimientos tendrán que empatar con la realidad social, legal y cultural de Ecuador, pues el riesgo que se corre es que la aplicación automática de estas destrezas no derive directamente en el éxito.

“Vienen con otras ideas, pero muchas veces no casan aquí, porque la gente de aquí prefiere sitios más baratos” (E 13).

“Vienen con las ideas del extranjero, pero tienen que empatarlas con la normativa nacional” (E 4).

Para evitar este riesgo es fundamental que el proceso de capacitación sepa aprovechar los conocimientos obtenidos en el país de destino, pero a su vez también que empate con el entorno de la ciudad y al contexto económico y turístico vigente.

Como ya se ha mencionado, la opción ideal sería que en el programa participen personas con experiencia previa en el sector turístico y/u hostelero en el país de destino. Pero si este requisito fuera difícil de cumplir, se considera también que el programa se podría extender a otras personas emigrantes retornadas que muestren un gran interés en participar. Lógicamente, en este segundo caso la función de la capacitación tomaría aún si cabe más importancia y tendría que tener un carácter mucho más intensivo.

Otro elemento importante para la selección de las personas participantes es la tenencia de un capital económico mínimo con el que se pueda realizar la inversión inicial. Lo adecuado sería que este capital fuese el mínimo posible y poder complementarlo con financiación de entidades bancarias, para así extender el programa al máximo de personas posible. Sin embargo, esto va a estar altamente condicionado a la relación que se establezca entre dichas entidades y el programa piloto y a los requisitos que establezcan dichas entidades financieras a la hora de ofrecer préstamos o garantías.

#### **4.1.2. Características de los migrantes internacionales retornados (Fase 2)**

En este apartado se presentan los resultados de la encuesta aplicada a migrantes internacionales retornados a la ciudad de Riobamba y que son mayores de 18 años, y en concordancia con el primer objetivo específico de esta investigación “realizar un diagnóstico de la situación actual del colectivo migrante internacional retornado y el impacto que pueden tener en el desarrollo de emprendimientos turísticos”, se investigó sobre los siguientes aspectos: información general, país de destino y capacitación, retorno y situación actual, retorno y emprendimientos, emprendimientos turísticos.

##### **4.1.2.1. Validación de la encuesta sobre migraciones internacionales de retorno y emprendimientos turísticos (Encuesta 1)**

###### **4.1.2.1.1. Selección de los expertos.**

Los expertos fueron elegidos considerando su formación académica y amplia experiencia en investigaciones científicas desarrolladas en el ámbito de la migración internacional y desarrollo de emprendimientos. El cuadro muestra los expertos seleccionados, el cargo de desempeño y la institución a la que pertenecen.

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO
1	PhD. Gorka Moreno Márquez	Director del Observatorio de Inmigraciones. Universidad del País Vasco-España
2	PhD. Arkaitz Fullaondo Elordui-Zapaterietxe	Profesor del Departamento de Sociología y Trabajo Social. Universidad del País Vasco-España
3	PhD. Xabier Aierdi Urraza	Departamento de Sociología y Trabajo Social. Universidad del País Vasco-España
4	PhD. Antidio Martínez de Lizarrondo Artola	Departamento de Sociología y Trabajo Social. Universidad Pública de Navarra-España

**Cuadro 10. Expertos seleccionados para validar la encuesta 1.**

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.1.2.1.2. Validez de contenido:

La validez de contenido consiste en que tan adecuado es el muestreo que hace una prueba del universo de posibles conductas, de acuerdo con lo que se pretende medir (Cohen & Swerdlik, 2001); los miembros de dicho universo  $U$  pueden denominarse reactivos o ítems. Para este análisis se utiliza el Método Delphi, mediante el criterio de los expertos y se emplea la prueba no paramétrica ( $W$ ) de Kendall para probar el acuerdo de los expertos.

COEFICIENTES	ESCALA DE LOS DATOS	INFORMACIÓN QUE PROVEE	HIPÓTESIS	RECHAZO DE $H_0$ E INTERPRETACIÓN
Coeficiente de concordancia $W$ de Kendall	Escala ordinal.	El grado de concordancia entre varios rangos de $n$ objetos o individuos.  Aplicable a estudios interjuicio o confiabilidad interprueba.	$H_0$ : Los rangos son independientes, no concuerdan.  $H_1$ : Hay concordancia significativa entre los rangos.	Se rechaza $H_0$ cuando el valor observado excede al valor crítico (con un $\alpha$ de 0.05). El SPSS indica el nivel de significancia, y cuando es inferior al 0.05, se rechaza la $H_0$ y se concluye que hay concordancia significativa entre los rangos asignados por los jueces. Además se interpreta la fuerza de la concordancia, que aumenta cuando $W$ se acerca a 1.

**Cuadro 11. Análisis de datos mediante  $W$  de Kendall. Fuente:** (Escobar-Pérez, 2008)

Para evaluar los cuestionarios, cada experto clasifica las características asignándoles un rango  $a_{ij}$  que expresa el orden de importancia que posee la característica. El rango a evaluar es el siguiente:

1. Sin importancia.
2. Poco importante.
3. Medianamente importante.
4. Importante.
5. Muy importante.

Estadísticos de prueba <sup>a</sup>		Estadísticos de prueba	
N	4	N	4
Chi-cuadrado	126,548	W de Kendall <sup>a</sup>	,510
Gl	62	Chi-cuadrado	126,548
Sig. asintótica	,000	gl	62
a. Prueba de Friedman		Sig. asintótica	,000
		a. Coeficiente de concordancia de Kendall	

**Cuadro 12. Coeficiente de concordancia W de Kendall. Fuente: SPSS Statistics**

Se concluye que  $W > 0,50$  entonces la concordancia es significativa.

El criterio de los expertos se valida según la prueba de hipótesis estadística siguiente:

- a)  $H_0$ : El juicio de los expertos no es consistente  
 $H_1$ : El juicio de los expertos es consistente

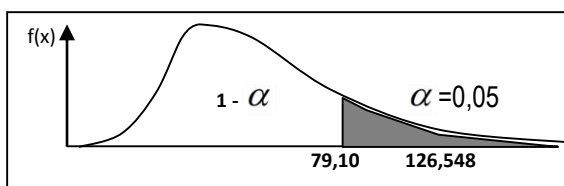
- b) Región Crítica:  $\chi^2_{\text{calculado}} > \chi^2_{\text{tabulado}}$

- c) Estadígrafos:

$$\chi^2_{\text{calculado}} = N(k - 1)(W) = 4(63 - 1)(0,510) = 126,548 \text{ (SPSS V}_{22}\text{)}$$

$$\chi^2_{\text{tabulada}} = 79,10 \text{ (Tabla } \chi^2 \text{ tabulada con } k-1 = 62 \text{ grados de libertad)}$$

- d)  $\alpha = 5\% = 0.05 \quad \Rightarrow \quad \chi^2_{\alpha, v} = \chi^2_{0.05, 62} = 79,10$



- e) **Conclusión:** Como  $\chi^2_{\text{calculado}} > \chi^2_{\text{tabulado}}$  ( $126,548 > 79,10$ ), para un nivel de confianza del 95%, se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) y se concluye que el juicio de los expertos es consistente.



#### **4.1.2.1.3. Evaluación de la confiabilidad o fiabilidad de la encuesta 1.**

La confiabilidad se comprueba mediante el estadígrafo Alfa de Cronbach. Conceptualmente la fiabilidad refleja hasta qué punto las puntuaciones percibidas por los expertos a través de las respuestas están relacionadas con las puntuaciones verdaderas, esto es, el grado en que las mediciones están libres de la desviación producida por los errores casuales (aleatorios). En definitiva, la fiabilidad garantiza que la escala siempre mide lo mismo. Para la evaluación se tomó una muestra de 32 migrantes retornados y se procedió a calcular el estadístico Alfa de Cronbach con los ítems con escala de Likert, obteniendo el siguiente resultado:

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Número de elementos
0,982	32

**Cuadro 13. Estadístico Alfa de Cronbach. Fuente: SPSS Statistics V-22**

El coeficiente Alfa de Cronbach es de 0,982 por lo que se determina que la confiabilidad del cuestionario es excelente.

#### **4.1.2.1.4. Conclusión**

El procedimiento seguido para validar el cuestionario propuesto es el adecuado por lo que se considera que la encuesta propuesta se ha validado y puede aplicarse. En el Anexo 5 se adjunta el documento de validación del instrumento por expertos.

#### 4.1.2.2. Información general

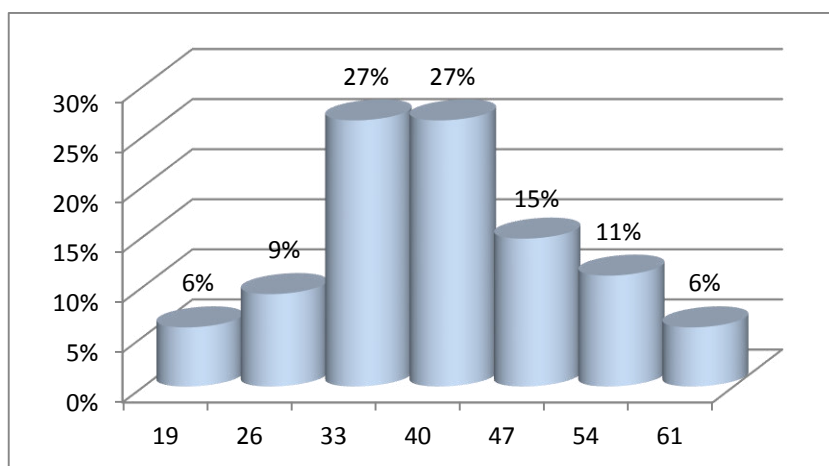
##### 4.1.2.2.1. Edad

A los migrantes retornados se les consultó sobre su edad, considerando que en el ámbito de la migración y los emprendimientos la edad es una variable importante de ser analizada, los resultados son los siguientes:

**Tabla 1. Edad de los migrantes retornados**

EDAD	MIGRANTES	PORCENTAJE
(19 – 26]	16	6%
(26 - 33]	25	9%
(33 - 40]	72	27%
(40 - 47]	72	27%
(47 - 54]	40	15%
(54 - 61]	30	11%
(61 - 68]	16	6%
TOTAL	271	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 4. Edad de los migrantes retornados**

La edad promedio de los migrantes retornados es de 43,5 años y una desviación estándar de 10,52 años. Se observa que el 15% es menor a 33 años que es una edad relativamente joven, el 54% tiene una edad entre 33 y 47 años, el 26% tiene una edad entre 47 y 61 años y el 6% es mayor a 61 años. Los datos ponen de manifiesto que este grupo de emigrantes retornados se encuentra en una edad adecuada para producir, trabajar y desarrollar emprendimientos.

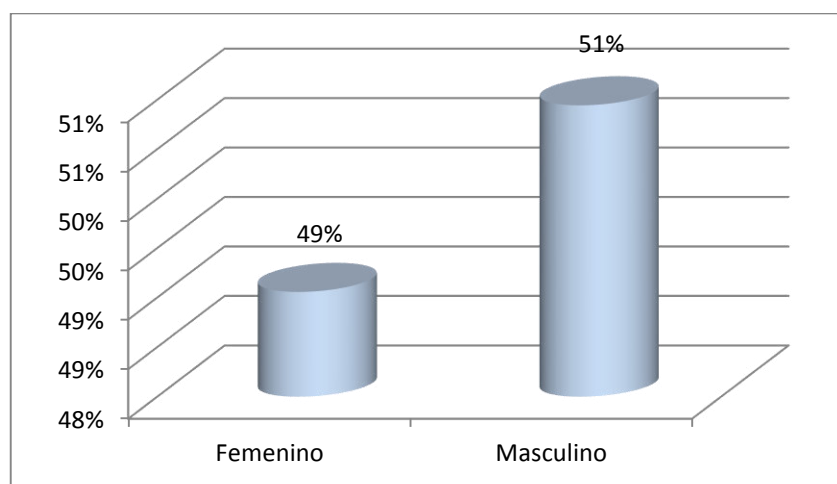
#### 4.1.2.2.2. Género

La migración internacional femenina se incrementó notablemente en la última oleada migratoria internacional. Según el INEC (2010), a nivel nacional se observa que el 53% corresponde al sexo masculino y el 47% al femenino.

**Tabla 2. Género de los migrantes retornados**

GENERO	MIGRANTES	PORCENTAJE
Femenino	134	49%
Masculino	137	51%
TOTAL	271	100%

**Fuente: Encuestas aplicadas en julio del 2015**



**Figura 5. Género de los migrantes retornados**

El mayor porcentaje de emigrantes internacionales retornados son del género masculino con el 51%, mientras que del género femenino corresponde al 49%, observándose una relación muy estrecha con los resultados oficiales del INEC (2010) y los obtenidos en esta investigación.

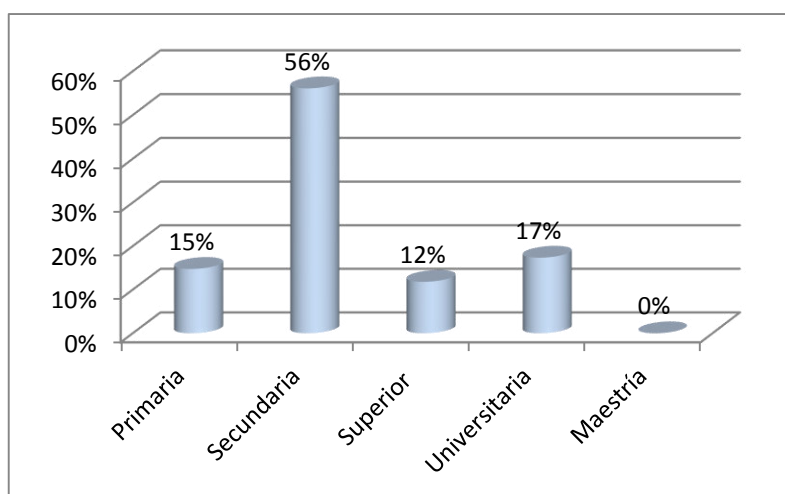
#### 4.1.2.2.3. Nivel de instrucción

Según los datos del INEC (2010), los niveles de instrucción de los migrantes retornados en la ciudad de Riobamba es superior a la poblacional, que indica que el 93,6% tiene primaria completa y el 67,3% tiene secundaria completa. Los resultados de la investigación arrojaron lo siguiente:

**Tabla 3. Nivel de instrucción**

INSTRUCCIÓN	MIGRANTES	PORCENTAJE
Primaria completa	40	15%
Secundaria completa	152	56%
Superior no universitaria	32	12%
Universitaria	47	17%
Maestría	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 6. Nivel de instrucción**

En consecuencia, el 15% culminó la primaria; el 56% culminó la secundaria, el 12% tiene instrucción superior no universitaria y el 17% tiene formación universitaria. Se concluye que el 100% de los migrantes retornados tiene una instrucción primaria completa, el 85% secundaria completa y 29% tiene instrucción superior, lo que pone de manifiesto que el 29% se encuentra preparado o se cualificó para desenvolverse en el campo laboral.

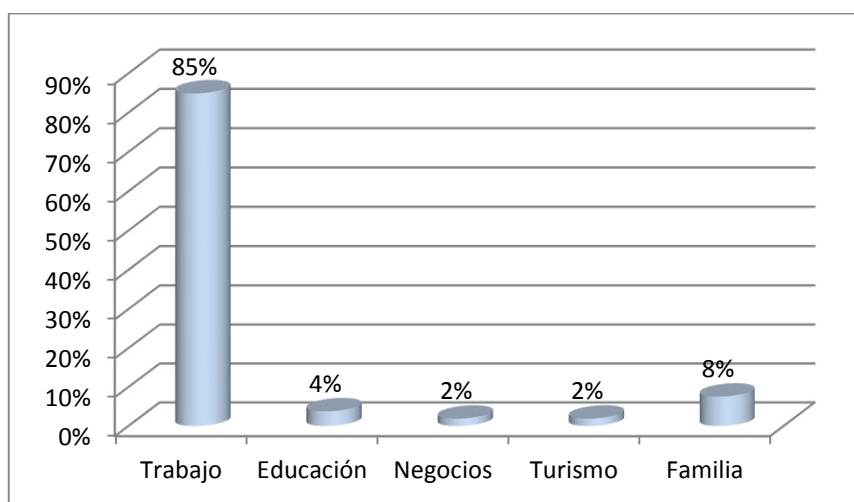
#### 4.1.2.2.4. Razones por las que emigró

La emigración ha modificado considerablemente no sólo la población económicamente activa, sino también la estructura del mercado laboral, influyendo en la reducción del nivel de desempleo en Ecuador. Según Álvarez (2008), el 88% de emigrantes en la provincia de Chimborazo salieron en busca de trabajo. En el caso de Riobamba no se aleja de esta realidad, la mayoría de emigrantes también viajaron en busca de trabajo como se evidencia en la tabla 4.

**Tabla 4. Razones por las que emigró**

RAZÓN	MIGRANTES	PORCENTAJE
Trabajo	229	85%
Educación	10	4%
Negocios	5	2%
Turismo	5	2%
Familia	22	8%
TOTAL	271	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 7. Razones por las que emigró**

De acuerdo a las opiniones vertidas se puede observar que el 85% emigraron en busca de trabajo, el 4% por educación, el 2% por negocios, el 2% por turismo y el 8% por cuestiones familiares. Esto permite concluir que el 85% de migrantes viajaron en busca de trabajo para mejorar su situación económica.

### 4.1.2.3. País de destino y capacitación

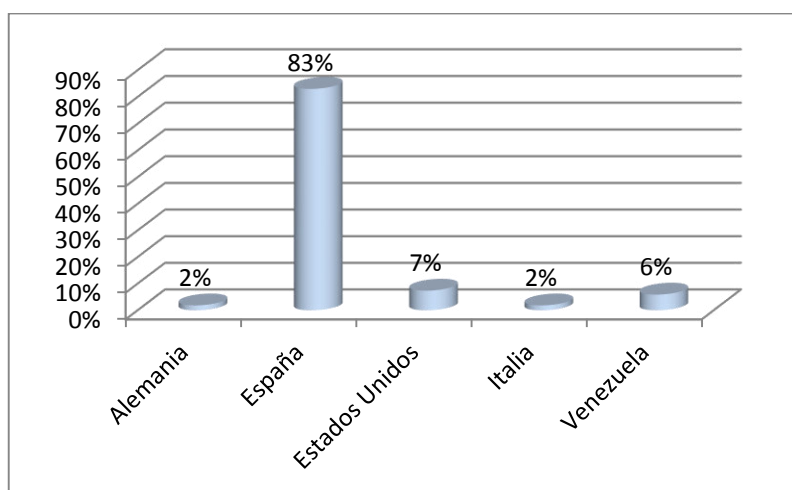
#### 4.1.2.3.1. País de destino

La última ola migratoria de los ecuatorianos se caracteriza por el cambio de país de destino, el incremento de la emigración a España, de acuerdo a los resultados de la encuesta e investigaciones realizadas señalan que existió mayor facilidad de encontrar trabajo, jugando un papel determinante el idioma, la religión y la cultura que sin duda facilitaron la inserción del migrante. Los problemas económicos suscitados en Europa y de manera particular en España desde el 2008, obliga a que retornen al país de origen como bien se indica en la tabla 5.

**Tabla 5. País al que emigró**

PAÍS DE DESTINO	MIGRANTES	PORCENTAJE
Alemania	5	2%
España	225	83%
Estados Unidos	20	7%
Italia	5	2%
Venezuela	16	6%
TOTAL	271	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 8. País al que emigró**

Se observa que los principales destinos de los migrantes retornados son España con el 83%, seguido de Estados Unidos con el 7%, Venezuela con el 6%, Alemania 2% e Italia con el 2%.

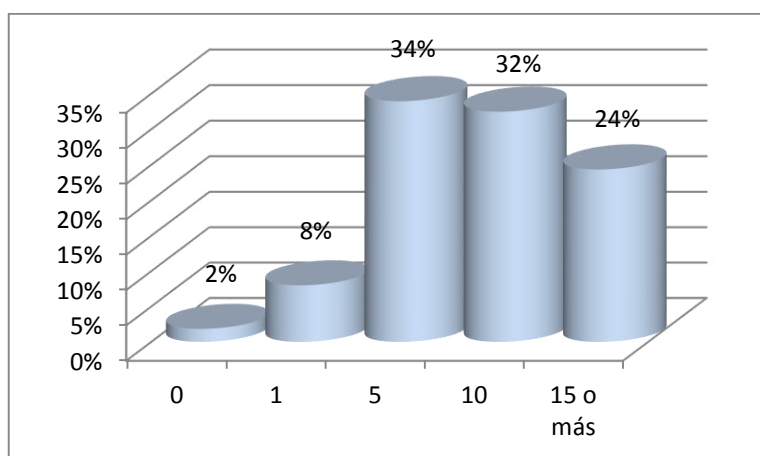
#### 4.1.2.3.2. Tiempo de residencia en el país de destino

Según Moreno (2015), “la inmensa mayoría de la población ecuatoriana residente en España vino en la franja de años que va de 1998 a 2003, exactamente un 77,7% del total. Inicialmente llegaron a Madrid y posteriormente se desplazan a otros lugares como Barcelona, Murcia o el Levante. Unido al año de llegada, la población de origen ecuatoriano muestra un gran arraigo social y documental, que hace que un 52,8% tenga la doble nacionalidad y un 24,5% autorización de residencia permanente. La suma de estas dos categorías asciende a un 78,8%”.

**Tabla 6. Tiempo de residencia en el país de destino**

TIEMPO DE RESIDENCIA (AÑOS)	MIGRANTES	PORCENTAJE
(0 - 1]	5	2%
(1 - 5]	20	7%
(5 - 10]	92	34%
(10 - 15]	88	32%
15 o más	66	24%
TOTAL	271	100%

**Fuente: Encuestas aplicadas en julio del 2015**



**Figura 9. Tiempo de residencia en el país de destino**

Los migrantes retornados permanecieron en el país de destino un 2% entre 0 y 1 año, el 8% entre 1 y 5 años, el 34% entre 5 y 10 años, el 32% entre 10 y 15 años y el 24% más de 15 años; siendo el tiempo promedio de residencia de 12,5 años. Se concluye que el 90% de migrantes retornados residieron 5 años o más, coincidiendo con otros estudios que la crisis económica de España golpeó con mayor intensidad a quienes residieron más tiempo, por haber adquirido una vivienda propia que resultó ser una trampa por los problemas de pago y desahucios ocurridos.

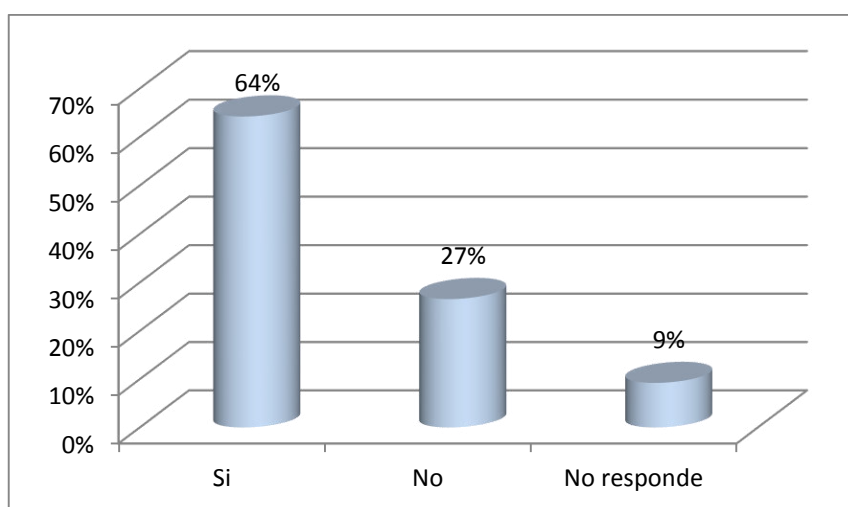
#### 4.1.2.3.3. Capacitación en el país de destino

La capacitación es un factor fundamental que busca desarrollar actitudes y cualidades útiles para la vida y que permitirán preparar al migrante, dándole los medios para que pueda desenvolverse sin dificultades en su nueva vida en el extranjero. En la tabla 7 se aprecia que la capacitación jugó un papel preponderante como un mecanismo de apoyo para adquirir los conocimientos necesarios que les permitirán desenvolverse de mejor manera en el nuevo medio o lugar de trabajo.

**Tabla 7. Capacitación recibida en el país de destino**

CAPACITACIÓN	MIGRANTES	PORCENTAJE
Si	174	64%
No	72	27%
No responde	25	9%
TOTAL	271	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 10. Capacitación recibida en el país de destino**

En cuanto se refiere a la capacitación recibida en el país de destino, el 64% de personas manifiestan que recibieron capacitación para el desarrollo de sus actividades laborales, mientras el 27% opina que no se capacitaron y el 9% no opina. Sin embargo, existe un aprendizaje significativo que los migrantes retornados han adquirido en el país de destino, aún sin haber recibido capacitación formal, que bien puede ser aprovechada en el desarrollo de emprendimientos productivos.



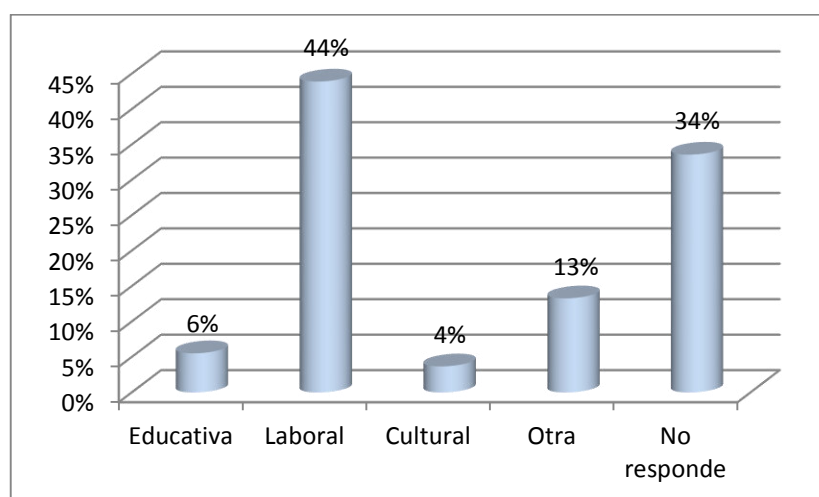
#### 4.1.2.3.4. Tipo de capacitación adquirida

Principalmente la capacitación estuvo orientada al ámbito laboral y profesional, resultando provechoso para los migrantes y para el país de acogida, pues les ayudó a comprender mejor las características del proceso migratorio y contribuyó con la disminución de la ansiedad que sintieron al tener que desenvolverse en un nuevo medio de forma autónoma, productiva y de integración a la sociedad de acogida. La tabla 8, resume el tipo de capacitación recibida.

**Tabla 8. Tipo de capacitación recibida**

TIPO CAPACITACIÓN	MIGRANTES	PORCENTAJE
Educativa	15	6%
Laboral	119	44%
Cultural	10	4%
Otra	36	13%
No responde	91	34%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 11. Tipo de capacitación recibida**

Según los migrantes retornados la capacitación recibida fue preferentemente en el ámbito laboral y profesional con el 44%, en el aspecto educativo apenas es el 6%, en lo cultural el 4%, otro tipo de capacitación el 13% y no respondió el 34%. Se concluye que el 66% de personas retornadas recibieron algún tipo de capacitación.

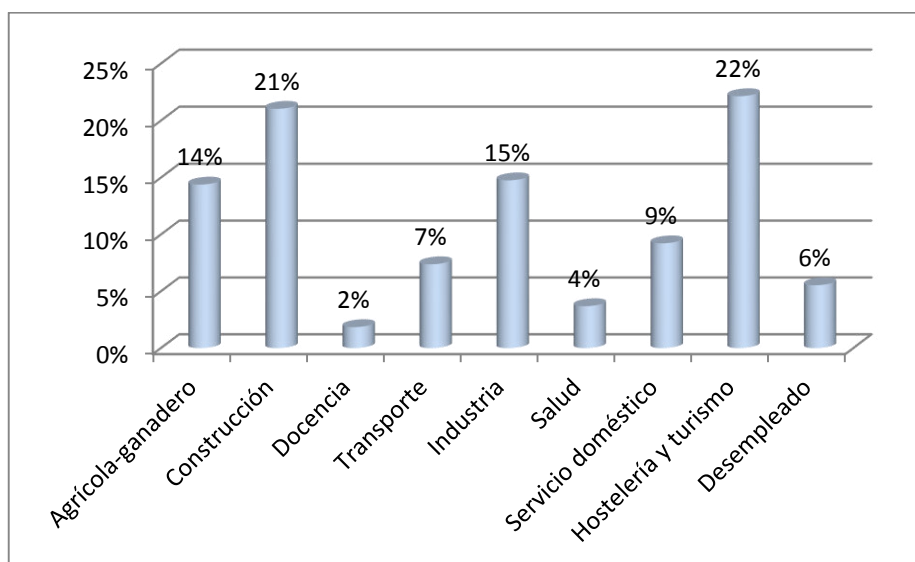
#### 4.1.2.3.5. Sector laboral de trabajo del país de destino

La mayoría de migrantes retornados, esto es el 83% proceden de España, los sectores de actividad preferidos por los ecuatorianos en ese país fueron: construcción, comercio, hostelería, industria, hogares y servicios personales y agricultura, ganadería y pesca. En la tabla 9 se resume los sectores laborales donde se desempeñaron.

**Tabla 9. Sector laboral de trabajo en el país de destino**

SECTOR LABORAL	MIGRANTES	PORCENTAJE
Agrícola-ganadero	39	14%
Construcción	57	21%
Docencia	5	2%
Transporte	20	7%
Industria	40	15%
Salud	10	4%
Servicio doméstico	25	9%
Hostelería y turismo	60	22%
Desempleado	15	6%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 12. Sector laboral de trabajo en el país de destino**

El mayor porcentaje corresponde al 22% que trabajaron en el sector de hostelería y turismo, seguido con el 21% en construcción, 15% en industria, 14% en el sector agrícola ganadero, 9% en servicios domésticos, 7% en transporte, 4% en el sector salud, el 2% en la docencia y el 6% estuvo desempleado.

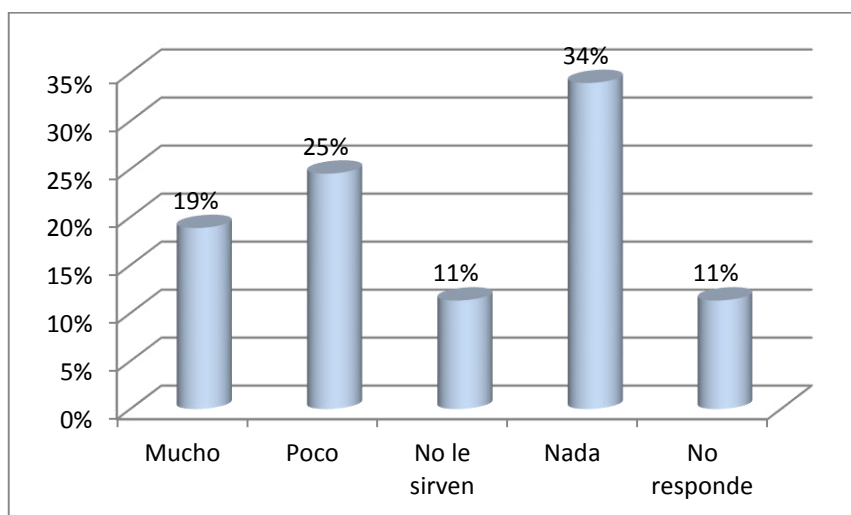
#### 4.1.2.3.6. Utilidad actual de los conocimientos adquiridos en el país de destino

El retorno del capital humano, con conocimientos adquiridos de nuevas sociedades, experiencias teóricas y prácticas, redes sociales culturales, económicas y políticas, lengua o lenguas aprendidas, sin duda beneficia a los países de destino y a los países emisores. Estos conocimientos no sólo son profesionales o académicos, sino que también son experiencias laborales que pueden contribuir a la eficiencia, mayor producción y desarrollo de emprendimientos.

**Tabla 10. Utilidad actual de los conocimientos**

UTILIDAD DE LOS CONOCIMIENTOS	MIGRANTES	PORCENTAJE
Mucho	52	19%
Poco	67	25%
No le sirven	31	11%
Nada	91	34%
No responde	30	11%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 13. Utilidad actual de los conocimientos**

Al ser consultados sobre la utilidad actual de los conocimientos recibidos en el país de destino, manifestaron el 19% que le están sirviendo mucho, el 25% le sirven poco, el 11% no le sirven, el 34% nada y el 11% no respondió. Se concluye que el 44% de migrantes de alguna manera si están aprovechando los conocimientos recibidos, mientras que el 56% simplemente no le son útiles.

#### 4.1.2.4. Retorno y situación actual

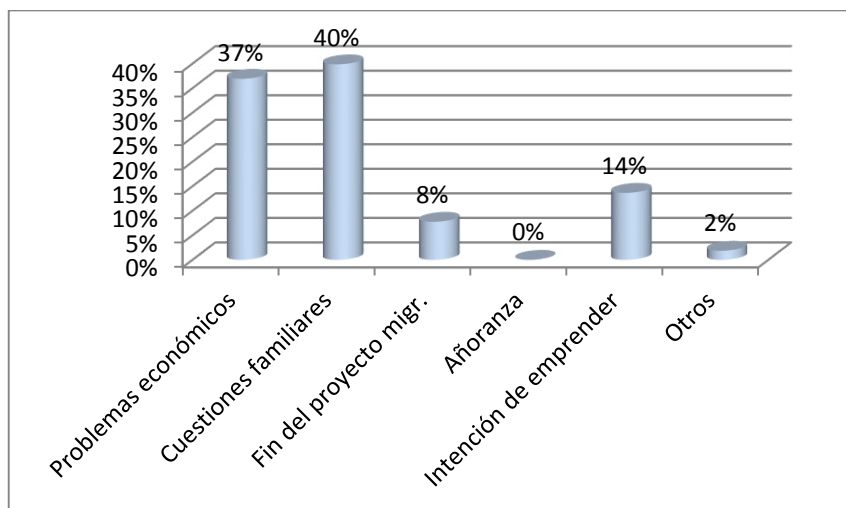
##### 4.1.2.4.1. Razones de retorno a Ecuador

El retorno migratorio se produce principalmente por la crisis económica actual de los países de destino y la falta de oportunidades laborales que en tiempos pasados ofrecían cierta estabilidad. La decisión de regresar a su país de origen no es sólo por factores económicos, hay otras razones como retomar los lazos afectivos de las relaciones familiares o la intención de emprender.

**Tabla 11. Razones por las que retorno a Ecuador**

RAZÓN DE RETORNO	MIGRANTES	PORCENTAJE
Problemas económicos	100	37%
Cuestiones familiares	108	40%
Fin del proyecto migratorio	21	8%
Añoranza	0	0%
Intención de emprender	37	14%
Otros	5	2%
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 14. Razones por las que retorno a Ecuador**

El 40% de migrantes retornó por cuestiones familiares, mientras el 37% regresó por problemas económicos, un 14% con la intención de emprender, el 8% culminó su proyecto migratorio y el 2% por otras razones. El mayor porcentaje manifiesta que su retorno se debe al valor de estar con la familia, y ello lleva a pensar que quiere ocultarse el fracaso existente de su proyecto migratorio y que en parte puede ser real que el regreso se deba a su familia aunque implícitamente podría estar el tema de la crisis.

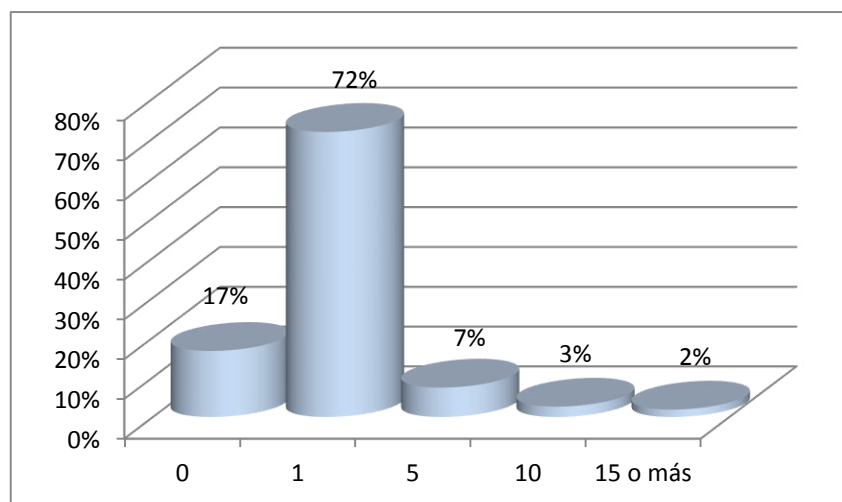
#### 4.1.2.4.2. Tiempo que lleva en Ecuador

La crisis económica mundial está forzando a muchos ecuatorianos a volver a su país y a muchos otros a posponer o descartar la emigración como solución de vida. La crisis ocasionó un desempleo masivo en España, el principal país de destino para los emigrantes ecuatorianos. Durante estos últimos 7 años el retorno en la ciudad de Riobamba se incrementó considerablemente como se indica en la tabla 12.

**Tabla 12. Tiempo de retorno en Ecuador**

TIEMPO DE RETORNO	MIGRANTES	PORCENTAJE
(0 - 1]	45	17%
(1 - 5]	194	72%
(5 - 10]	20	7%
(10 - 15]	7	3%
15 o más	5	2%
TOTAL	271	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 15. Tiempo de retorno en Ecuador**

En relación con el tiempo de retorno a Ecuador, el 17% se encuentra entre 0 y 1 año, el 72% entre 1 y 5 años el 7% entre 5 y 10 años, el 3% entre 10 y 15 años y el 2% más de 15 años. Se concluye que el 95% de personas retornaron en los últimos 5 años.

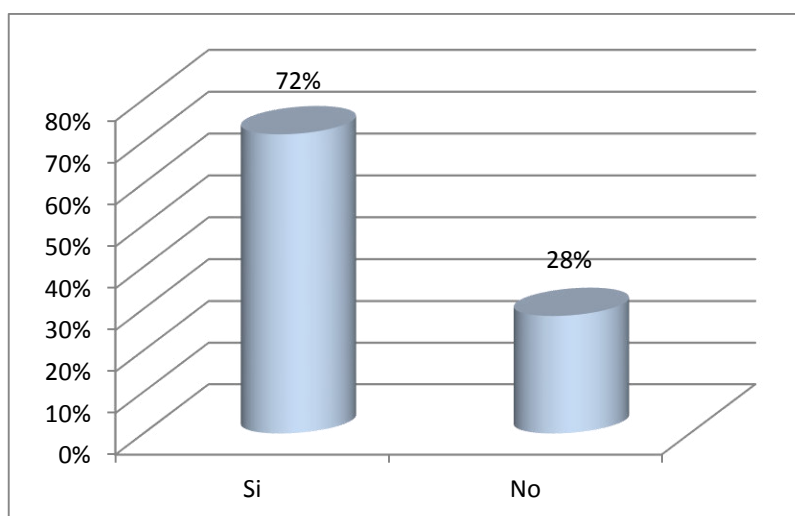
#### 4.1.2.4.3. Problemas de integración social

Es muy común escuchar entre los migrantes retornados los problemas de integración social, muchos padres se enfrentan al rechazo de sus hijos, situación que no habían previsto y que implica para ellos un largo y difícil proceso de reconquista, que no siempre se puede lograr; las dificultades en los sectores laborales, financieros y sociales de Ecuador. En la tabla 13 se evidencia el 72% de personas retornadas manifiesta tener problemas de integración social, mientras el 30% opina que no ha tenido problemas.

**Tabla 13. Problemas de integración social**

PROBLEMAS INTEGRACIÓN SOCIAL	MIGRANTES	PORCENTAJE
Si	195	72%
No	76	28%
TOTAL	271	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en junio del 2015



**Figura 16. Problemas de integración social**

El regreso obligado, espontáneo o planificado de los emigrantes es sin duda una de las condicionantes de los actuales flujos migratorios en estos tiempos de globalización. Estos retornos pueden constituir un potencial importante de cambios sociales, económicos, políticos y culturales para la sociedad; sin embargo, se evidencia dificultades en la integración social.

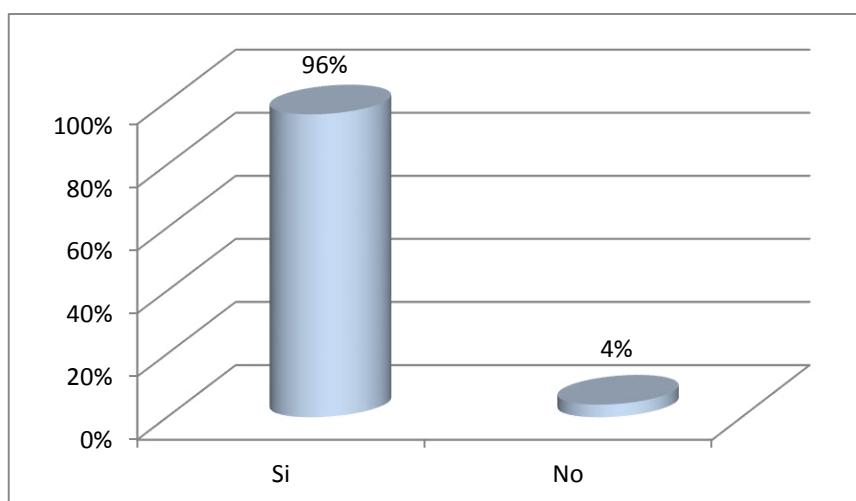
#### 4.1.2.4.4. Problemas de integración económica

Los problemas de integración económica en los actuales momentos es muy compleja para los migrantes retornados, durante el tiempo que estuvieron en el exterior perdieron los contactos para la inserción laboral, la edad influye en una menor posibilidad para hallar empleo y los ahorros personales son muchas veces limitados.

**Tabla 14. Problemas de integración económica**

PROBLEMAS INTEGRACIÓN ECONÓMICA	MIGRANTES	PORCENTAJE
Si	261	96%
No	10	4%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas en junio del 2015



**Figura 17. Problemas de integración económica**

La mayoría de migrantes consultados regresaron al país con alguna idea o expectativa empresarial pero se encuentran con ausencia de información o sin medidas estatales eficientes que le ayuden al desarrollo del emprendimiento. Así se evidencia en la tabla 14, donde el 96% de migrantes retornados manifiesta tener problemas de integración económica, mientras el 4% opina que no ha tenido problemas.

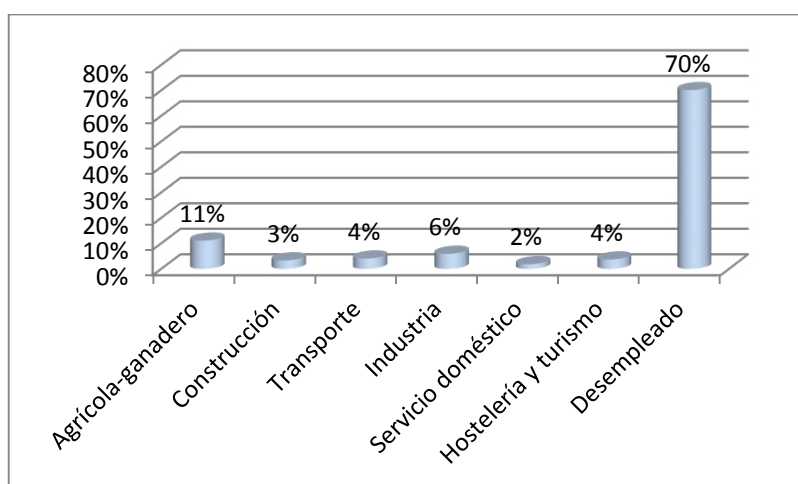
#### 4.1.2.4.5. Sector laboral donde trabaja actualmente

Al ser consultados el sector laboral donde trabaja actualmente, el 70% son desempleados, el 11% se encuentra en el sector agrícola ganadero, el 6% en la industria, el 4% en hotelería y turismo, el 3% en la construcción, el 4% en el sector transporte y el 2% en el servicio doméstico. Estos datos sin duda son alarmantes y requieren la intervención urgente de las instituciones públicas y privadas para reducir la brecha de desempleo de este grupo humano vulnerable.

**Tabla 15. Sector laboral donde trabaja actualmente**

SECTOR LABORAL	MIGRANTES	PORCENTAJE
Agrícola-ganadero	30	11%
Construcción	9	3%
Transporte	11	4%
Industria	16	6%
Servicio doméstico	5	2%
Hostelería y turismo	10	4%
Desempleado	190	70%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 18. Sector laboral donde trabaja actualmente**

Sin duda los migrantes retornados deberían convertirse en los actores privilegiados que contribuyan con el desarrollo socioeconómico del país. Sin embargo, se están desaprovechando la experiencia, sus conocimientos prácticos y teóricos, los contactos que poseen, etc. Por ello se deben generar nuevos planes de desarrollo que consideren a la población migrante retornada como ejecutores prácticos de los mismos.



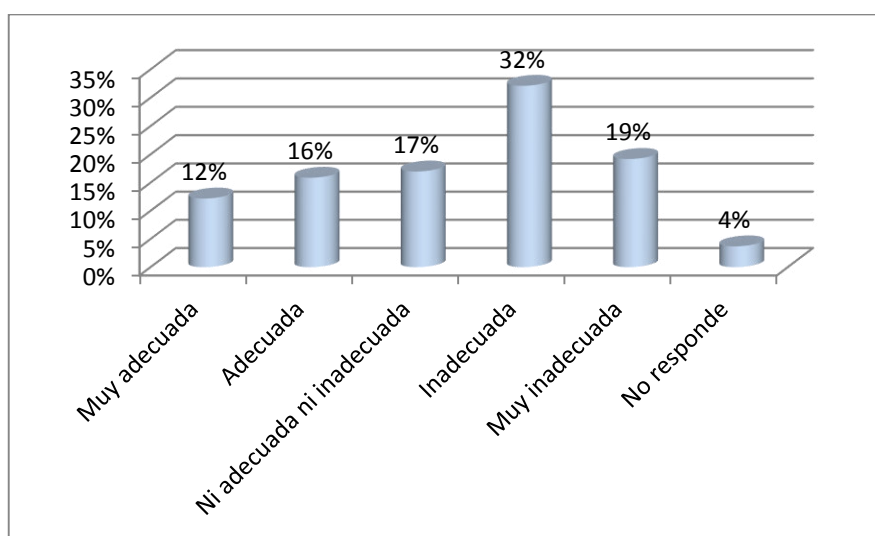
#### 4.1.2.4.6. Apoyo institucional público y privado para la inserción laboral

En relación al apoyo institucional público y privado para la inserción laboral de los migrantes retornados, opinó el 12% que es muy adecuada, el 16% es adecuada, el 17% ni adecuada ni inadecuada, el 32% inadecuada, el 19% muy inadecuada y el 4% no responde. Se concluye que la percepción de las personas retornadas en un 36% es que las instituciones públicas y privadas si están brindando apoyo para la inserción laboral, mientras el 64% opina que no se brinda el apoyo correspondiente.

**Tabla 16. Apoyo institucional público y privado para la inserción laboral**

APOYO INSTITUCIONAL	MIGRANTES	PORCENTAJE
Muy adecuada	33	12%
Adecuada	43	16%
Ni adecuada ni inadecuada	46	17%
Inadecuada	87	32%
Muy inadecuada	52	19%
No responde	10	4%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 19. Apoyo institucional público y privado para la inserción laboral**

Frente al limitado apoyo institucional público y privado para la inserción laboral, es necesario generar políticas eficientes y de organizaciones que orienten un retorno de migrantes de tipo productivo y con impacto en el desarrollo, se hace necesaria la sensibilización de la opinión pública acerca del nuevo fenómeno y favorecer la integración sociocultural entre quienes están viviendo - o sufriendo - un sinnúmero de acciones discriminatorias por su condición de retornados.

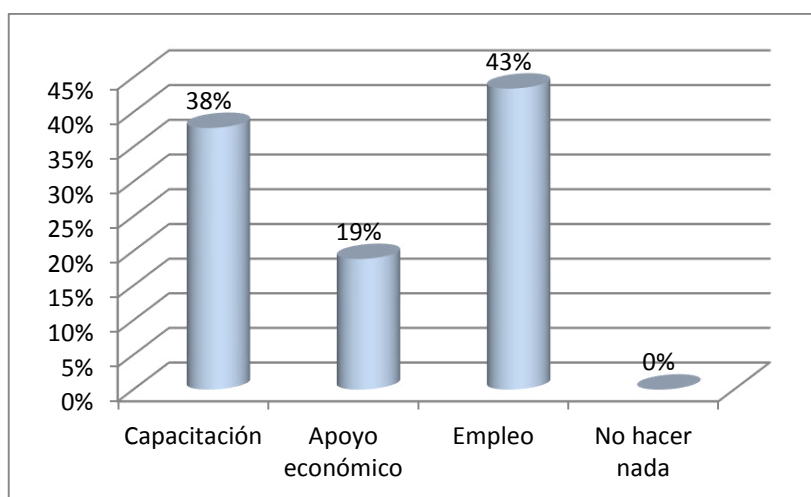
#### 4.1.2.4.7. ¿Qué deben hacer las instituciones públicas para mejorar la inserción laboral?

Entre las principales alternativas que sugieren para mejorar la inserción laboral de los migrantes retornados, el 43% cree que se deben generar fuentes de empleo, el 38% requieren capacitación para el desarrollo de emprendimientos y el 19% requiere apoyo económico. Estos factores de cambio que solicitan para mejorar su futuro y su situación económica deben ir de la mano con la implementación de políticas de Estado y a nivel local.

**Tabla 17. Cómo mejorar la inserción laboral**

INSERCIÓN LABORAL	MIGRANTES	PORCENTAJE
Capacitación	104	38%
Apoyo económico	51	19%
Empleo	116	43%
No hacer nada	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuestas aplicadas en julio del 2015*



**Figura 20. Cómo mejorar la inserción laboral**

Las medidas centradas especialmente en la capacitación laboral, el empleo y apoyo económico para el desarrollo de emprendimientos se han aplicado de un modo acotado, fragmentado y con escasa coherencia.

#### 4.1.2.5. Retorno y emprendimientos

La relación entre migración de retorno y emprendimiento es hoy de gran interés, porque el emprendimiento puede contribuir al desarrollo de los países de origen, estimular la innovación, fomentar la creación de empresas pequeñas y medianas y generar empleo, además de crear capital social a través de las fronteras (Newland & Tanaka, 2010). Las instituciones públicas y privadas deben promover el emprendimiento y facilitar la incorporación de los retornados en el mercado laboral, mediante programas de empleo y apoyo al emprendimiento.

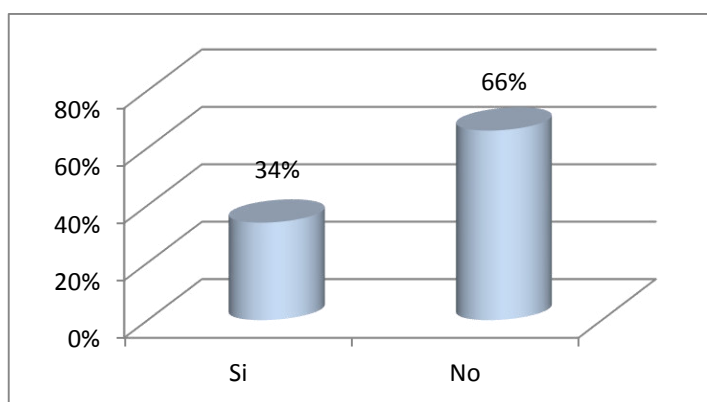
##### 4.1.2.5.1. ¿Ha realizado algún tipo de emprendimiento productivo tras su retorno?

En relación a la generación de emprendimientos productivos, el 34% indica que si realizó algún tipo de emprendimiento tras su retorno a Ecuador, mientras el 66% no emprendió.

**Tabla 18. Emprendimiento luego de retornar**

EMPRENDIMIENTO	MIGRANTES	PORCENTAJE
Si	92	34%
No	179	66%
TOTAL	271	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 21. Emprendimiento luego de retornar**

Como se evidencia, la experiencia migratoria por sí sola no ofrece garantías de desarrollo de iniciativas emprendedoras, ni asegura transferencias de capital o conocimientos que posibiliten el desarrollo económico de las zonas de origen.

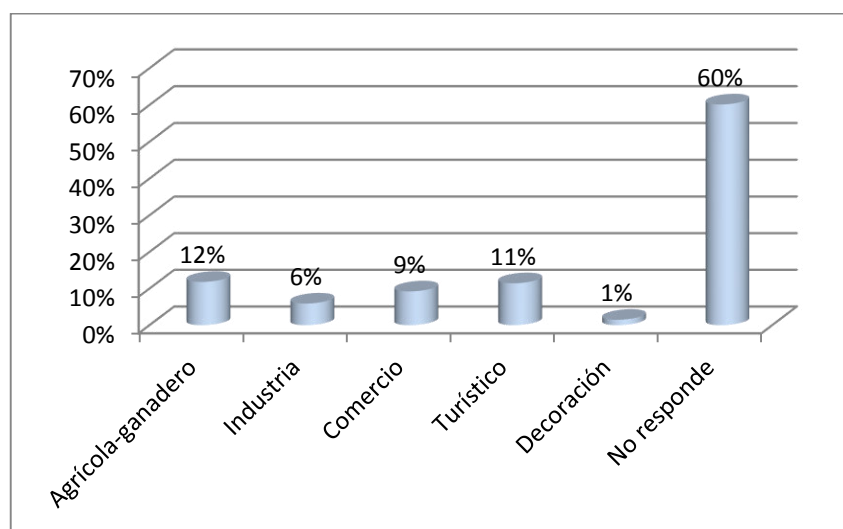
#### 4.1.2.5.2. ¿Qué tipo de emprendimiento ha realizado?

Respecto al tipo de emprendimiento desarrollado, el 12% incursionó en emprendimientos agrícola-ganadero, el 6% en la industria, el 9% en el comercio, el 11% en turismo, el 1% en decoración y no respondió el 60%.

**Tabla 19. Tipo de emprendimiento**

TIPO EMPRENDIMIENTO	MIGRANTES	PORCENTAJE
Agrícola-ganadero	32	12%
Industria	16	6%
Comercio	25	9%
Turístico	31	11%
Decoración	4	1%
No responde	163	60%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 22. Tipo de emprendimiento**

Los emprendimientos desarrollados por los migrantes retornados obedecen en su gran mayoría a la “necesidad” de tener un trabajo y contribuir al sostén económico familiar e inclusive permiten disminuir el desempleo en la sociedad, pero el desarrollo económico es limitado. Cuando el emprendimiento se ha desarrollado por “oportunidad”, tiene mejores visos de éxito si aprovechan adecuadamente las oportunidades presentes, pero también dependen de factores del entorno económico, cultural, político e institucional en el que se desarrollan.

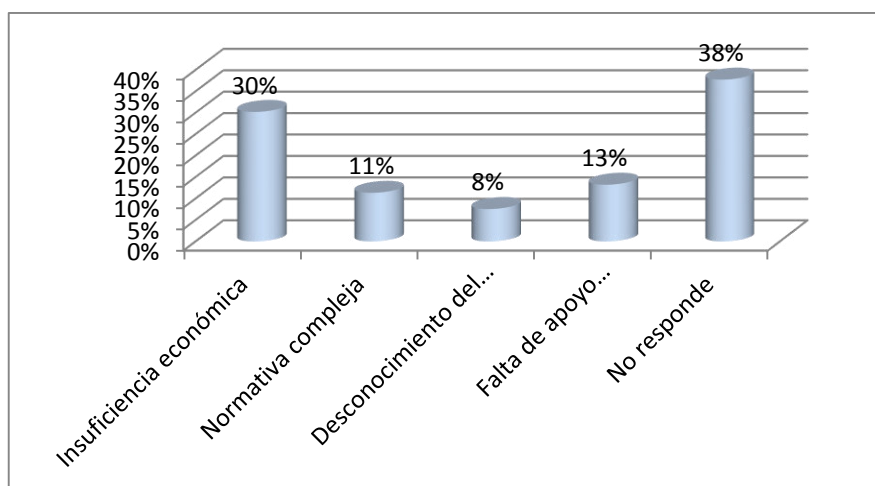
#### 4.1.2.5.3. ¿Qué dificultades ha tenido para la puesta en marcha del emprendimiento?

En cuanto tiene que ver con las dificultades que han tenido para poner en marcha los emprendimientos manifiestan el 30% la insuficiencia económica, el 13% la falta de apoyo institucional, el 11% la normativa compleja, el 8% desconocimiento del negocio y el 38% no respondió. La insuficiencia económica es uno de los factores determinantes a la hora de desarrollar un emprendimiento, el acceso a los mercados de crédito es muy limitado y las exigencias son a veces inalcanzables, lo que dificulta la generación de nuevos emprendimientos.

**Tabla 20. Dificultades para emprender**

DIFICULTAD PARA EMPRENDER	MIGRANTES	PORCENTAJE
Insuficiencia económica	82	30%
Normativa compleja	29	11%
Desconocimiento del negocio	22	8%
Falta de apoyo institucional	35	13%
No responde	103	38%
TOTAL	271	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 23. Dificultades para emprender**

Los migrantes retornados constituyen un capital humano que debe ser aprovechado, ya que pueden realizar transferencia de conocimientos y en ciertos casos de capital acumulados durante su permanencia en el extranjero.

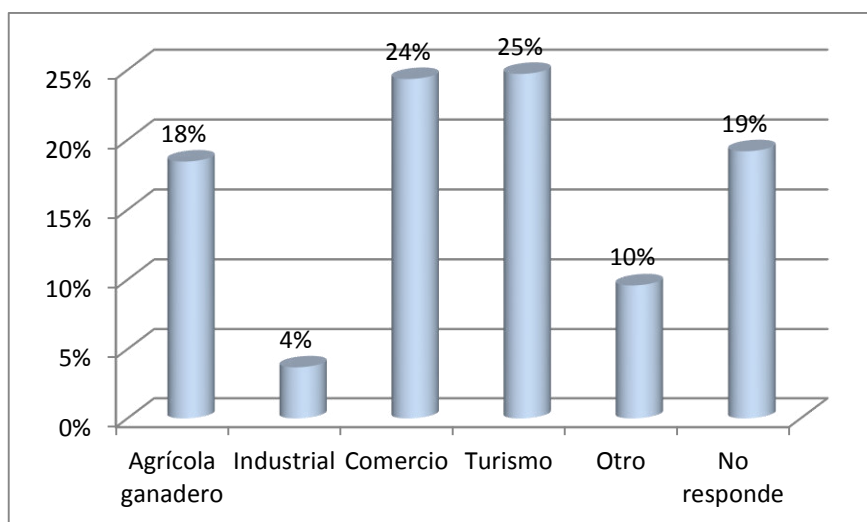
#### 4.1.2.5.4. Si aún no realizó ningún emprendimiento. ¿En qué sector le gustaría hacerlo?

También fueron consultados respecto al sector donde quisieran desarrollar emprendimientos productivos, el 18% desearía emprender en el sector agrícola-ganadero, el 4% en industria, el 24% en comercio, el 25% en turismo, el 10% en otros negocios y el 19% no respondió. Es importante aclarar que esta pregunta se refiere de manera general a emprendimientos individuales o societarios.

**Tabla 21. ¿En qué sector le gustaría emprender?**

SECTOR	MIGRANTES	PORCENTAJE
Agrícola ganadero	50	18%
Industrial	10	4%
Comercio	66	24%
Turismo	67	25%
Otro	26	10%
No responde	52	19%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en julio del 2015



**Figura 24. ¿En qué sector le gustaría emprender?**

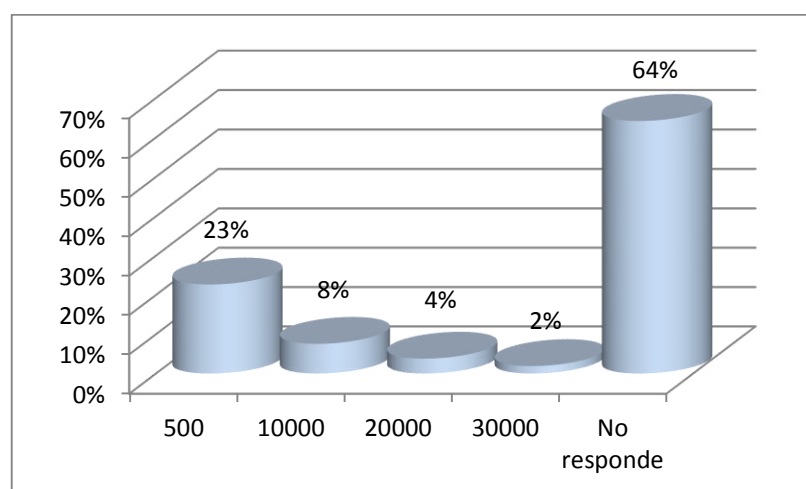
#### 4.1.2.5.5. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en un emprendimiento?

En relación a la cantidad de dinero que estarían dispuestos a invertir en un emprendimiento productivo, el 23% entre 500 y 10.000 dólares, el 8% entre 10.000 y 20.000 dólares, el 4% entre 20.000 y 30.000 dólares, el 2% entre 30.000 y 40.000 dólares y el 64% no responde. En consecuencia el 36% de personas desean invertir su dinero en emprendimientos, mientras el 64% no están dispuestos o simplemente no cuenta con recursos económicos.

**Tabla 22. Disponibilidad de dinero para invertir**

INVERSIÓN (USD)	MIGRANTES	PORCENTAJE
(500 - 10.000]	62	23%
(10000 - 20000]	22	8%
(20000 - 30000]	11	4%
(30000 - 40000]	5	2%
No responde	173	64%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Encuestas aplicadas en junio del 2015**



**Figura 25. Disponibilidad de dinero para invertir**

Del análisis realizado se puede concluir que el 64% de migrantes retornados no disponen de un capital para destinarlo al emprendimiento, la situación en la que regresaron fue muy difícil y debe ser un tema de estudio; lamentablemente un mal cálculo en las inversiones o la pérdida de trabajo en el país de destino hace que su situación se agrave. Generalmente aquellos migrantes que pudieron ahorrar son los que tienen mayores posibilidades de emprender y dedicarse a actividades empresariales por cuenta propia.

#### 4.1.2.6. *Emprendimientos turísticos*

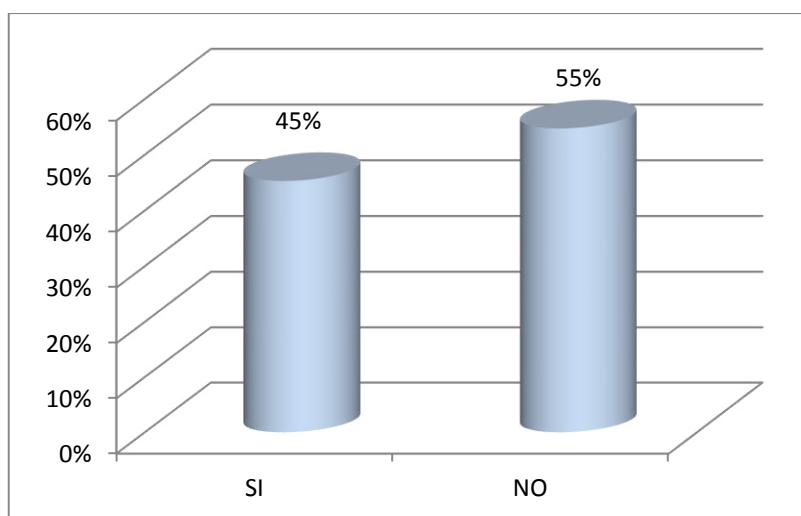
##### 4.1.2.6.1. *¿Estaría usted dispuesto a invertir en algún tipo de emprendimiento turístico?*

El interés de los migrantes retornados en invertir en emprendimientos turísticos es bastante elevado, pues el 45% de personas desea trabajar en este sector, mientras el 55% no tiene interés. Si se analiza el sector donde trabajaron en el país de destino se observa que es el área de turismo donde se desarrollaron mayoritariamente y se supone que conocen del negocio.

**Tabla 23. Disponibilidad para invertir en un proyecto turístico**

EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO	MIGRANTES	PORCENTAJE
SI	122	45%
NO	149	55%
TOTAL	271	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en junio del 2015



**Figura 26. Disponibilidad para invertir en un proyecto turístico**

En la tabla 23 se aprecia que el 45% de migrantes retornados trabajó en el sector de hostelería y turismo, en consecuencia adquirieron conocimientos y habilidades que bien pueden ser aprovechados para el desarrollo de emprendimientos. Además, se debe tener en cuenta que el capital humano y el capital financiero son factores determinantes del emprendimiento.



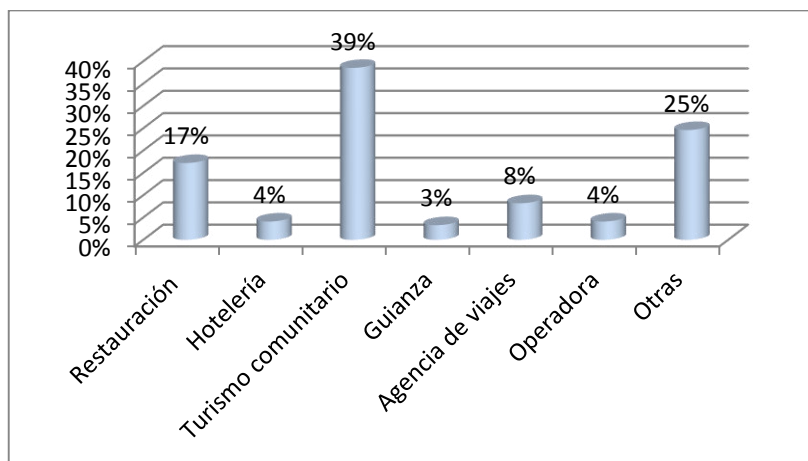
#### 4.1.2.6.2. ¿En qué área del ámbito turístico estaría interesado?

De las 122 personas interesadas en desarrollar emprendimientos turísticos, desearían realizarlo el 17% en el área de restauración, el 4% en hotelería, el 39% en turismo comunitario, el 3% en guianza, el 8% en agencia de viajes, el 4% en una operadora y el 25% en otras áreas. Se concluye que el mayor porcentaje desearía emprender en el área de turismo comunitario con el 41% y en restauración con el 17%.

**Tabla 24. Área en la que desea invertir**

ÁREA DE INTERÉS	MIGRANTES	PORCENTAJE
Restauración	21	17%
Hotelería	5	4%
Turismo comunitario	47	39%
Guianza	4	3%
Agencia de viajes	10	8%
Operadora	5	4%
Otras	30	25%
TOTAL	122	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en junio del 2015



**Figura 27. Área en la que desea invertir**

Siendo el turismo comunitario la principal área para emprender, y considerando que es una actividad solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el manejo adecuado del patrimonio cultural, basado en un principio de equidad en la distribución de los beneficios, se requiere partir de la organización social.

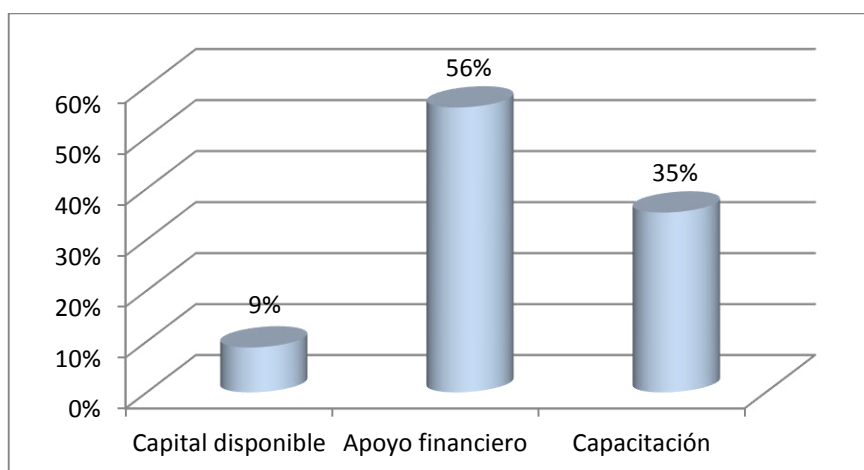
#### 4.1.2.6.3. ¿Qué aspecto sería el más relevante para poner en marcha un emprendimiento?

Como se mencionó anteriormente, los factores determinantes del emprendimiento son el capital humano y el capital financiero, esta afirmación se contrasta con los resultados obtenidos en la tabla 25, que hace referencia al capital disponible, apoyo financiero y capacitación.

**Tabla 25. Aspectos relevantes para los emprendimientos turísticos**

ASPECTO RELEVANTE	MIGRANTES	PORCENTAJE
Capital disponible	11	9%
Apoyo financiero	68	56%
Capacitación	43	35%
TOTAL	122	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en junio del 2015



**Figura 28. Aspectos relevantes para los emprendimientos turísticos**

Entre los factores de mayor relevancia y que contribuirá en la puesta en marcha de un emprendimiento turístico se encuentra el apoyo financiero con el 56%, seguido de capacitación con el 35% y la disponibilidad de un capital con el 9%. Sin duda un factor determinante en el desarrollo de emprendimientos es el acceso al financiamiento, del diagnóstico que se realizó con expertos en el tema, manifiestan que muchos proyectos interesantes y con visos de éxito se han diseñado, pero al momento de buscar financiamiento no se puede acceder o las condiciones que pone la banca es demasiado exigente a la hora de otorgar un crédito. Por lo que es urgente buscar nuevas alternativas y líneas de financiamiento accesibles con tasas de interés preferencial.

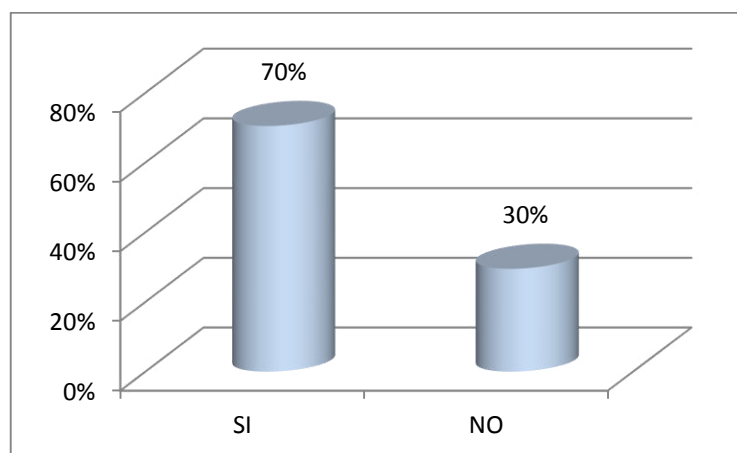
#### 4.1.2.6.4. ¿Estaría usted dispuesto a invertir en un proyecto piloto?

Con el propósito de asegurar el éxito de la inversión en base a estudios muy bien estructurados para el desarrollo de un proyecto y con el fin de motivar a los migrantes retornados hacia el emprendimiento, se consultó sobre la disponibilidad que tienen para invertir en un proyecto piloto, el 70% si estaría dispuesto a invertir, mientras el 30% no le interesa.

**Tabla 26. Disponibilidad para invertir en un proyecto piloto**

INVERSIÓN	MIGRANTES	PORCENTAJE
SI	86	70%
NO	36	30%
TOTAL	122	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en junio del 2015



**Figura 29. Disponibilidad para invertir en un proyecto piloto**

#### **4.1.2.7. Autoevaluación del perfil emprendedor**

A continuación se realiza una aproximación descriptiva de los factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos que en la primera fase fueron sugeridas por los expertos y que fueron incorporadas en el cuestionario, el mismo que se agrupa en factores y variables determinantes del perfil del emprendedor, para lo cual se solicitó a los encuestados realizar una autoevaluación.

Para recoger la información de los migrantes retornados y que tienen la intención de desarrollar emprendimientos turísticos, se utilizó una encuesta con los factores y variables determinantes del perfil del emprendedor, cuya escala de medida es la de Likert (1 = Muy bajo, 2 = bajo, 3 = medio, 4 = alto, 5 = no responde).

El análisis descriptivo se centra en los constructos relacionados con los factores socio-económicos, perfil psicológico, motivación, innovación y creatividad, energía e iniciativa personal, capacidad de análisis capacidad de influencia y propensión al riesgo.

Para determinar si cada variable analizada es una fortaleza o debilidad en las personas consultadas, según su autoevaluación, se utilizó el criterio de probabilidad mayor o igual a 0,50 para calificarlo como atributo positivo o fortaleza (SI) y menor a 0,50 se calificó como una deficiencia o debilidad (NO), de esta manera se obtiene una variable dependiente dicotómica.

En la tabla 27 se aprecia las variables que influyen en el emprendizaje y la autoevaluación de los migrantes retornados, cuyos resultados son los siguientes:

**Tabla 27. Variables que influyen en el emprendizaje (autoevaluación de los migrantes)**

FACTORES Y VARIABLES	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	N/R*	TOTAL	SUMA	SUMA	INFLUENCIA
	1	2	3	4	5		1y2	3y4	
<b>Factores socio-demográficas</b>									
Estabilidad familiar	7%	4%	49%	18%	21%	100%	11%	68%	SI
Educación regular (primaria, secundaria, superior)	4%	4%	57%	4%	32%	100%	7%	61%	SI
Capacitación para emprendimientos	11%	11%	27%	30%	22%	100%	21%	57%	SI
Experiencia con familiares en emprendimientos	22%	4%	22%	18%	34%	100%	25%	41%	NO
Experiencia en la actividad que desea emprender	14%	17%	25%	22%	22%	100%	31%	48%	NO
Capacidad económica del emprendedor	31%	40%	4%	4%	22%	100%	71%	7%	NO
<b>Perfil psicológico</b>									
Perseverancia y compromiso	4%	3%	11%	50%	32%	100%	7%	61%	SI
Liderazgo	4%	3%	11%	48%	34%	100%	7%	59%	SI
Tolerancia a cambios	4%	0%	42%	26%	28%	100%	4%	68%	SI
Necesidad y reconocimiento de logro	7%	4%	17%	37%	36%	100%	11%	53%	SI
Capacidad de análisis del ambiente / reflexión	4%	0%	31%	26%	39%	100%	4%	57%	SI
Responsabilidad personal	4%	0%	0%	68%	29%	100%	4%	68%	SI
<b>Motivación</b>									
Toma de iniciativa	7%	3%	11%	50%	28%	100%	11%	61%	SI
Percepción de beneficio económico	4%	11%	35%	18%	32%	100%	15%	53%	SI
Autoconfianza	4%	0%	11%	33%	52%	100%	4%	44%	NO
Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	13%	7%	22%	18%	39%	100%	20%	41%	NO
Capacidad de conseguir recursos financieros	11%	14%	35%	4%	36%	100%	25%	39%	NO
Capacidad de relacionarse con los clientes	4%	3%	24%	37%	32%	100%	7%	61%	SI
<b>Innovación y creatividad</b>									
Creatividad	4%	4%	22%	39%	32%	100%	7%	61%	SI
Innovación	4%	0%	25%	18%	52%	100%	4%	44%	NO
<b>Energía e iniciativa personal</b>									
Trabajo duro	4%	0%	17%	44%	36%	100%	4%	60%	SI
Energía	4%	0%	29%	24%	43%	100%	4%	54%	SI
Toma de iniciativa	4%	4%	11%	46%	36%	100%	7%	57%	SI
Estabilidad y autocontrol	4%	0%	38%	18%	39%	100%	4%	57%	SI
Nuevos retos	7%	0%	20%	40%	32%	100%	7%	60%	SI
<b>Capacidad de análisis</b>									
Capacidad de aprovechar oportunidades	4%	0%	11%	57%	29%	100%	4%	68%	SI
Planificar con límites de tiempo	7%	0%	37%	24%	32%	100%	7%	60%	SI
Exige eficiencia y calidad	4%	0%	14%	39%	43%	100%	4%	53%	SI
<b>Capacidad de influencia</b>									
Redes de contacto local, nacional e internacional	11%	20%	14%	11%	44%	100%	31%	25%	NO
Relaciones entre emprendedores	10%	7%	25%	18%	40%	100%	16%	44%	NO
<b>Propensión al riesgo</b>									
Acepta riesgos moderados	4%	3%	31%	18%	44%	100%	7%	49%	NO
Locus de control interno/ Autoconfianza	7%	0%	22%	28%	43%	100%	7%	49%	NO
Capacidad de solucionar problemas	4%	0%	40%	24%	32%	100%	4%	64%	SI

**Fuente:** Encuestas aplicadas a migrantes retornados, julio del 2015

Se observa que de las 33 variables investigadas, los migrantes retornados manifiestan poseer atributos positivos en las 22 variables; es decir, el 67% de los migrantes tiene predisposición para el desarrollo de emprendimientos turísticos.

Para jerarquizar las variables se procedió a contabilizar los puntos asignados a cada una de ellas por parte de los migrantes retornados. Entre las principales fortalezas que manifiestan tener los migrantes para el emprendimiento son: responsabilidad personal, capacidad de aprovechar oportunidades, toma de iniciativa, perseverancia y compromiso, estabilidad familiar, liderazgo, tolerancia a cambios, capacitación para emprendimientos, creatividad, capacidad de relacionarse con los clientes, trabajo duro, toma de iniciativa, nuevos retos, capacidad de solucionar problemas, experiencia en la actividad que desea emprender, planificar con límites de tiempo, necesidad y reconocimiento de logro, percepción de beneficio económico, exige eficiencia y calidad, capacidad de análisis del ambiente / reflexión, educación regular (primaria, secundaria, superior), estabilidad y autocontrol.

**Tabla 28. Jerarquización de las variables que influyen en el emprendizaje**

Nº	VARIABLES	PUNTOS	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
1º	Responsabilidad personal	742	3,94%	3,94%
2º	Capacidad de aprovechar oportunidades	713	3,79%	7,73%
3º	Toma de iniciativa	668	3,55%	11,28%
4º	Perseverancia y compromiso	658	3,50%	14,78%
5º	Estabilidad familiar	639	3,40%	18,18%
6º	Liderazgo	634	3,37%	21,55%
7º	Tolerancia a cambios	632	3,36%	24,91%
8º	Capacitación para emprendimientos	629	3,34%	28,25%
9º	Creatividad	627	3,33%	31,58%
10º	Capacidad de relacionarse con los clientes	620	3,30%	34,88%
11º	Trabajo duro	617	3,28%	38,16%
12º	Toma de iniciativa	617	3,28%	41,44%
13º	Nuevos retos	617	3,28%	44,72%
14º	Capacidad de solucionar problemas	594	3,16%	47,88%
15º	Experiencia en la actividad que desea emprender	575	3,06%	50,93%
16º	Planificar con límites de tiempo	573	3,05%	53,98%
17º	Necesidad y reconocimiento de logro	571	3,04%	57,01%
18º	Percepción de beneficio económico	551	2,93%	59,94%
19º	Exige eficiencia y calidad	547	2,91%	62,85%
20º	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión	545	2,90%	65,75%
21º	Educación regular (primaria, secundaria, superior)	532	2,83%	68,57%
22º	Estabilidad y autocontrol	522	2,77%	71,35%
23º	Energía	511	2,72%	74,07%
24º	Locus de control interno/ Autoconfianza	497	2,64%	76,71%
25º	Acepta riesgos moderados	480	2,55%	79,26%
26º	Relaciones entre emprendedores	469	2,49%	81,75%
27º	Experiencia con familiares en la creación de empresas	459	2,50%	86,33%
28º	Autoconfianza	457	2,49%	88,82%
29º	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	454	2,47%	91,29%
30º	Capacidad de conseguir recursos financieros	435	2,37%	93,66%
31º	Innovación	417	2,27%	95,93%
32º	Redes de contacto local, nacional e internacional	376	2,05%	97,98%
33º	Capacidad económica del emprendedor	370	2,02%	100,00%
		18813	100,00%	

**Fuente:** Encuestas aplicadas a migrantes retornados en julio del 2015

### **4.1.3. Análisis de factores y variables determinantes en la creación de emprendimientos turísticos (Fase 3)**

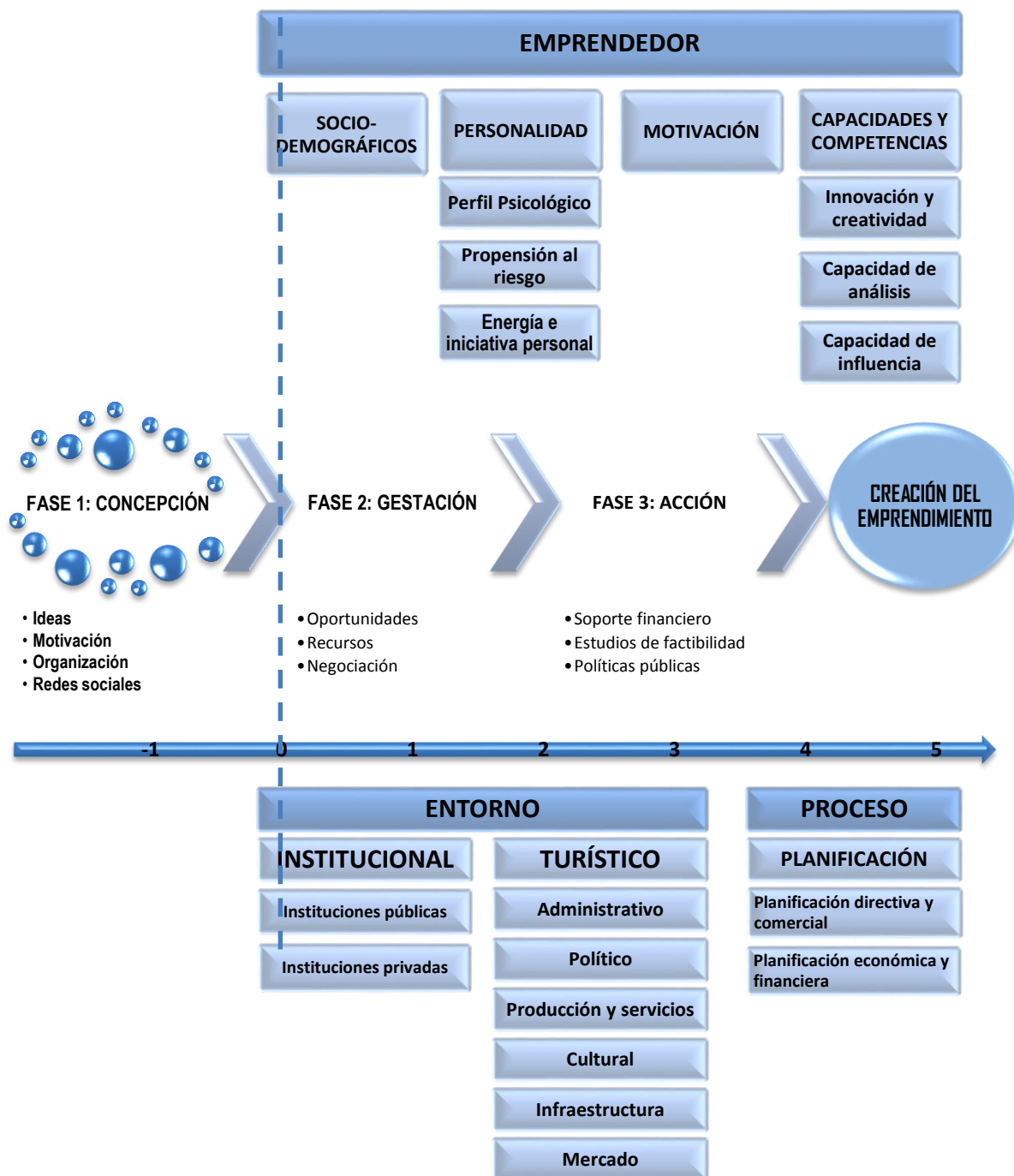
A partir de la formulación de las diferentes hipótesis planteadas en este capítulo se propone un modelo de factores determinantes de la creación de emprendimientos turísticos en las fases de concepción, gestación, acción y creación del emprendimiento, que se recoge en la figura 30.

Posteriormente, a partir de este modelo se contrastarán empíricamente la influencia de los factores y variables correspondientes al emprendedor, al entorno turístico e institucional y al proceso de creación del emprendimiento.

En lo relacionado al emprendedor, se busca determinar la incidencia de las características socio-demográficas, los rasgos de personalidad y las actitudes en la emergencia empresarial. Para ello, desde el enfoque de la Psicología Tradicional se plantea una influencia positiva de las siguientes variables: edad, sexo, situación familiar, educación regular y no regular, modelos familiares en la creación de emprendimientos, experiencia previa laboral o como directivo y optimismo en la creación del emprendimiento. También desde la perspectiva de las actitudes se plantea una influencia positiva de la innovación, la percepción de control personal, la capacidad percibida y la percepción de oportunidades en la creación del emprendimiento.

También en este apartado se presenta una serie de hipótesis relacionadas con el entorno institucional y turístico. Desde el enfoque Sociológico se plantea una influencia positiva de las redes sociales del emprendedor -entendidas éstas como las relaciones de carácter informal que sostiene el emprendedor con otras personas como migrantes retornados, amigos, familiares, compañeros de estudio o de trabajo- en la creación del emprendimiento. Además desde el enfoque Sociológico se plantea que existe una incidencia positiva de las ayudas de instituciones públicas y privadas, destinadas a la creación de emprendimientos. De manera particular se centra el estudio en las ayudas que el migrante retornado recibe de parte de las instituciones públicas.

Por último, desde la dimensión del proceso de planificación para la puesta en marcha del emprendimiento, se considera la planificación directiva y comercial, y la planificación económica y financiera.



**Figura 30.** Modelo teórico propuesto de factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos. *Fuente:* Veciana (1999) y modificaciones propias



En resumen, como se observa en la figura 30, se considera que la creación de un emprendimiento en la etapa del proceso de puesta en marcha del negocio es una función de 14 factores y 87 variables determinantes para la creación de un emprendimiento en las fases de: concepción, gestación, acción y creación del emprendimiento. Ahora bien, los factores y variables que intervienen en el modelo y que se pretenden contrastar empíricamente corresponden al emprendedor (sociodemográficas, personalidad, motivación y capacidades y competencias), al entorno institucional (instituciones públicas y privadas), al entorno turístico (administrativos, políticos, producción y servicios, culturales, infraestructura y mercado), y al proceso de planificación (planificación directiva y comercial, y planificación económica y financiera).

Por otra parte, la clasificación en enfoques de los distintos factores y variables que conforman el modelo propuesto en la figura 30, se ha llevado a cabo siguiendo la taxonomía de los enfoques teóricos sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas (“entrepreneurship”) propuesta por el profesor Veciana (1999).

También se recogen los criterios de otros autores quienes manifiestan que el conjunto de características relevantes son: el perfil, *background* y las redes de los emprendedores; su acceso a recursos claves (financieros, humanos, información, etc.); el desarrollo de rutinas organizacionales; y, finalmente, el proceso de toma de decisiones (Kantis, 2013). Se habla de factores socio-demográficos, que son aquellos ajenos al emprendedor, sobre los cuales no puede decidir. Estos factores son: sexo, edad y contexto (cultura, valores, normas formales e informales, instituciones y otros) (Leiva, 2013).

#### **4.1.3.1. Factores y variables determinantes del emprendedor**

El emprendedor es uno de los elementos más importante para el desarrollo de emprendimientos turísticos. Al emprendedor se le atribuye la capacidad, talento y visión para identificar y aprovechar oportunidades que mediante la innovación y la consecución de recursos se puede crear nuevas alternativas productivas que contribuyan con el desarrollo económico y social del país.

De la revisión bibliográfica especializada de los estudios realizados sobre emprendimiento, se puede identificar cuatro factores: a) variables sociodemográficas, b) personalidad del emprendedor, c) motivación, d) capacidades y competencias.

FACTORES	VARIABLES
Socio-demográficos	Edad
	Estabilidad familiar
	Educación regular (primaria, secundaria, superior)
	Capacitación para emprendimientos
	Experiencia con familiares en la creación de empresas
	Experiencia en la actividad que desea emprender
	Capacidad económica del emprendedor
Personalidad (perfil psicológico, propensión al riesgo, energía e iniciativa personal)	Perseverancia y compromiso total
	Liderazgo
	Tolerancia a cambios
	Necesidad y reconocimiento de logro
	Responsabilidad personal
	Acepta riesgos moderados
	Locus de control interno/ Autoconfianza
	Capacidad de solucionar problemas
	Toma de iniciativa
	Estabilidad y autocontrol
Motivación	Nuevos retos
	Percepción de beneficio económico
	Autoconfianza
	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros
	Impulso o energía
	Capacidad de conseguir recursos financieros
Capacidades y competencias (innovación y creatividad, capacidad de análisis, capacidad de influencia)	Capacidad de relacionarse con los clientes
	Creatividad
	Innovación
	Aprovecha oportunidades
	Planificar con límites de tiempo
	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión
	Exige eficiencia y calidad
Redes de contacto local, nacional e internacional	
Relaciones entre emprendedores	

**Cuadro 14. Factores y variables del emprendedor. Fuente:** (López, Santos, & Bueno, 2004) y modificaciones propias

La psicología tradicional ha realizado un gran esfuerzo por explicar cuáles son los factores y variables que influyen en el desarrollo de emprendimientos. Se sabe que unos emprendedores nacen con ciertas habilidades y otros se hacen en base a la educación y experiencia, se admite, generalmente, que los empresarios poseen determinadas características personales evidentes que inciden en su decisión de crear una nueva empresa (Fernández & Junquera, 2001). En este caso se trata de aprovechar los

aprendizajes y capacidades adquiridos en los países de destino de los migrantes retornados.

#### **4.1.3.2. Factores y variables determinantes del entorno turístico**

Esta segunda dimensión, correspondiente a los factores y variables del entorno turístico es tan importante como lo es la del emprendedor, el entorno turístico es el lugar donde el emprendedor o empresario detecta las oportunidades de empresa y las situaciones necesarias para la actividad emprendedora (Andrés, García, & Fuente, 1999), así como los recursos necesarios para el desarrollo de las oportunidades de emprendimiento.

La información de fuentes primarias se obtuvo de un grupo de expertos, conocedores de la migración internacional de retorno y del desarrollo de emprendimientos turísticos. Su experticia proviene de su formación previa, trabajo que vienen desarrollando y visión de futuro sobre las tendencias del emprendimiento turístico.

En la primera fase diagnóstica, a través de la entrevista se obtuvieron criterios sueltos y con la revisión bibliográfica especializada se elaboró un cuestionario de encuesta. Se solicitó a los expertos que identificaran los factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos y que podrían generar modificaciones importantes para el futuro.

Los principales factores de cambio que se analizará en el sector turístico son: factores de soporte, factores de atracción, factores de producción y factores de gestión (Rirchie & Crouch, 2010). En el Cuadro 15 se agrupan las variables de acuerdo a los factores y éstos según las dimensiones.

FACTORES	VARIABLES
Administrativos	Gestión de destino con enfoque sostenible
	Especialización por funciones en la gestión del destino
	Competencias gerenciales
	Asociatividad empresarial
	Seguridad turística
	Fomento
	Servicios públicos
	Mapa de actores en turismo
Políticos	Voluntad política
	Continuidad en los proyectos
	Concertación público-privada
Producción y servicios	Riobamba destino turístico
	Cadena productiva
	Incremento del turismo
	Calidad de productos y servicios
	Cadena de valor
	Productos turísticos definidos
Culturales	Identidad cultural de los habitantes de Riobamba
	Cultura turística
	Multilingüismo
	Actitud del servicio
	Capacitación en competencias laborales
	Programas educativos formales
Infraestructura	Recursos para infraestructura turística
	Accesibilidad y facilidades turísticas
	Conectividad turística
	Vías de acceso
Mercado	Oferta
	Demanda
	Estrategias de promoción
	Marca y posicionamiento de la ciudad
	Canales de distribución
	Rutas turísticas
	Atractivos turísticos

**Cuadro 15. Factores y variables del entorno turístico. Fuente: (Valencia de Lara M. , 2008) y modificaciones propias**

#### **4.1.3.3. Factores y variables determinantes del entorno institucional**

Esta tercera dimensión, correspondiente a los factores y variables del entorno institucional que en el ámbito de los emprendimientos juega un papel fundamental y decisivo. Los países donde los entornos institucionales son flexibles e innovadores, seguridad jurídica, redes de apoyo económico y social, tienden a propiciar las iniciativas empresariales. Por el contrario, las que tienen ámbitos institucionales rígidos, signados

por pesadas burocracias, derechos de propiedad mal definidos (incluyendo la propiedad intelectual), inseguridad jurídica, infraestructuras precarias y baja calidad del recurso humano, representan una limitante para estas iniciativas. Por lo demás, en América Latina resulta de importancia generar políticas públicas orientadas a adaptar y reformar las instituciones requeridas para incentivar el potencial de emprendimiento (Covarrubias, 2016).

FACTORES	VARIABLES
Instituciones públicas	Programas de financiamiento
	Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)
	Capacitación, asesoría y asistencia técnica
	Incubadoras de empresas
	Subsidios y apoyos económicos
	Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento
	Estrategias de acompañamiento a emprendedores
	Facilidades para la constitución de emprendimientos
	Leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos
	Infraestructura
	Apoyo institucional a la creación de emprendimientos
Instituciones privadas	Investigación e innovación de emprendimientos
	Asociatividad para el emprendimiento
	Inversión en emprendimientos

**Cuadro 16. Factores y variables del entorno institucional. Fuente:** (Valencia de Lara M. , 2008) **y modificaciones propias**

#### **4.1.3.4. Factores determinantes del proceso de la planificación**

Un cuarto aspecto a ser analizado es el proceso de creación del emprendimiento, dentro de éste se encuentra la planificación que debe ser desarrollada por el emprendedor. La planificación es un factor de gran relevancia para la creación de los emprendimientos, el disponer de estudios de mercado, técnicos, administrativos y financieros, contribuyen con el éxito de la naciente empresa, pues la planificación del emprendimiento es un factor compuesto por variables relacionadas con la planificación comercial del negocio, el financiamiento del proyecto empresarial y la interacción con el entorno (Alsos & Kolvereid, 1998).

Sin duda, el aspecto más importante y complejo en la creación del emprendimiento se encuentra en la fase de pre-factibilidad, luego de haber detectado la idea y las

oportunidades de negocio. El estudio de mercado deberá analizar la demanda, oferta, precios y canales de comercialización; en el estudio técnico se determinará la localización, el tamaño y la ingeniería del proyecto; el estudio administrativo-legal tendrá en cuenta la organización de la empresa y la fundamentación legal; en el estudio económico financiero se analizará el plan de inversiones, los ingresos, egresos y flujo de caja; y, finalmente se realizará una evaluación ex ante del proyecto.

La planificación permitirá minimizar los riesgos, siempre y cuando el emprendedor aproveche al máximo la información, los conocimientos y habilidades que tenga sobre el negocio. A través de la planificación racional y consciente, la idea se plasma en un proyecto de factibilidad y finalmente se pone en práctica.

En varios estudios, se sugiere que los procesos y la planificación realizados durante el desarrollo inicial de la empresa, son determinantes en la estructura y la actuación futura de la organización (Valencia de Lara M. , 2008). Es decir, la planificación de pre-inicio es un factor determinante para comprender el éxito o fracaso del emprendimiento.

FACTORES	VARIABLES DE PLANIFICACIÓN
<b>Planificación comercial</b>	Dedicación de tiempo completo a la creación de la empresa
	Dirección de investigaciones de mercado
	Elaboración del plan de negocios
	Desarrollo del producto o servicio
<b>Planificación económica y financiera</b>	Ahorro de dinero para invertir en su negocio
	Solicitud de fondos de bancos
	Solicitud de financiación pública

**Cuadro 17. Factores y variables de planificación. Fuente:** (Valencia de Lara M. , 2008) **y modificaciones propias**

#### **4.1.4. Descripción de las variables**

Con el propósito de orientar adecuadamente al lector y a los expertos en emprendimientos turísticos, es necesario definir cada una de las variables que serán estudiadas y analizadas, a continuación en el cuadro 18, se realiza una descripción de cada variable.

CÓDIGO	VARIABLE	DESCRIPCIÓN
<b>A. FACTORES Y VARIABLES DETERMINANTES DEL EMPRENDEDOR</b>		
<b>Factores socio-demográficos</b>		
V001	Edad	La edad como variable determinante en la creación de emprendimientos.
V002	Estabilidad familiar	La estabilidad familiar del emprendedor (casado o con pareja estable y/o con hijos) influye en la probabilidad de que el proyecto alcance la creación del emprendimiento.
V003	Educación regular (básica, media, superior y universitaria)	El nivel de educación regular o formal (básica, media, superior y universitaria) del emprendedor y su influencia en la probabilidad de desarrollar un emprendimiento.
V004	Capacitación para emprendimientos	La capacitación formal o informal como variable determinante en la creación de emprendimientos.
V005	Experiencia con familiares en la creación de empresas	Se refiere a la experiencia con familiares que han emprendido en negocios similares.
V006	Experiencia en la actividad que desea emprender	La experiencia profesional o de trabajo previa en la actividad que desea emprender y que le brinde la confianza necesaria para pensar tener éxito.
V007	Capacidad económica del emprendedor	Cantidad y disponibilidad de recursos económicos que dispone el emprendedor para el emprendimiento.
<b>Perfil psicológico</b>		
V008	Perseverancia y compromiso	Valores humanos fundamentales que permiten al individuo no rendirse y continuar hacia adelante a pesar de las dificultades, los obstáculos, la frustración, el desánimo, el aburrimiento o la tendencia a rendirse y abandonar un proyecto.
V009	Liderazgo	Arte de influenciar, comandar y conducir a un grupo de personas. Una actitud de liderazgo puede surgir cuando se trabaja con un equipo de personas, atrayendo seguidores, influenciando positivamente las actitudes y los comportamientos de estos, e incentivándolos para trabajar por un objetivo común.
V010	Tolerancia a cambios	Es la actitud de la persona de ser tolerante a los cambios que pueden presentarse en el ámbito empresarial y social.

Cont.

<b>CÓDIGO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
V011	Necesidad y reconocimiento de logro	El reconocimiento de logro es una de las necesidades humanas existentes, y con ella las personas consiguen aumentar la fuerza o empuje, la motivación, la competencia y capacidad, la confianza..., para alcanzar altos niveles en cualquier tipo de desempeño.
V012	Responsabilidad personal	La responsabilidad personal se considera una cualidad y un valor del ser humano. Se trata de una característica positiva de las personas que son capaces de comprometerse y actuar de forma correcta en la toma de decisiones.
<b>Propensión al riesgo</b>		
V013	Acepta riesgos moderados	Se refiere a la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre y que puedan tener un impacto decisivo sobre el éxito o el fracaso de un negocio.
V014	Locus de control interno/ Autoconfianza	Cuando la persona percibe que lo que ha ocurrido externamente es gracias a su comportamiento y tiene control sobre las consecuencias externas.
V015	Capacidad de solucionar problemas	Los problemas forman parte de la dinámica y cotidianidad de las organizaciones y los emprendedores saben cómo afrontarlos y qué decisiones tomar para solucionarlos.
<b>Energía e iniciativa personal</b>		
V016	Toma de iniciativa	Predisposición a emprender acciones, crear oportunidades y mejorar resultados sin necesidad de un requerimiento externo que lo empuje, apoyado en la autorresponsabilidad y la autodirección.
V017	Estabilidad y autocontrol	Capacidad consciente de regular los impulsos y comportamiento de manera voluntaria, con el objetivo de alcanzar un mayor equilibrio personal y relacional.
V018	Nuevos retos	Nuevos desafíos que decide afrontar, es un estímulo para la consecución de objetivos difíciles de concretar.
<b>Motivación</b>		
V019	Percepción de beneficio económico	Capacidad de percibir el beneficio material -conceptualizado como el incremento en bienes económicos físicos o riqueza de una empresa- y el beneficio pecuniario o riqueza monetaria de los emprendedores.

Cont.



<b>CÓDIGO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
V020	Autoconfianza	Seguridad o confianza firme que alguien tiene de sí mismo para conseguir los propósitos.
V021	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	Es el hecho de haber administrado recursos humanos y financieros. La experiencia es la forma de conocimiento que se produce a partir de estas vivencias u observaciones.
V022	Impulso o energía	Sentimiento impulsivo, producto del deseo de hacer u obtener algo, el cual muchas veces puede llevar a actuar en forma positiva o competitiva.
V023	Capacidad de conseguir recursos financieros	Capacidad de gestionar ante instituciones bancarias la consecución de recursos económicos para el emprendimiento.
V024	Capacidad de relacionarse con los clientes	Capacidad de comunicación personal con uno o más clientes potenciales para lograr ventas.
<b>Innovación y creatividad</b>		
V025	Creatividad	Facultad que tiene el emprendedor para crear o encontrar procedimientos o elementos para desarrollar labores de manera distinta a la tradicional, con la intención de satisfacer un determinado propósito.
V026	Innovación	Capacidad de crear conceptos de negocio radicalmente distintos a las existentes o nuevas maneras de diferenciar los existentes.
<b>Capacidad de análisis</b>		
V027	Capacidad de aprovechar oportunidades	Momento que resulta ser propicio para invertir y desarrollar un negocio. Es cualquier acción que se lleva a cabo durante ese tiempo o momento favorable y se espera tener éxito.
V028	Planificar con límites de tiempo	Esfuerzos que se realizan a fin de cumplir objetivos y hacer realidad diversos propósitos que se enmarcan dentro de una planificación con límites de tiempo.
V029	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión	Capacidad de analizar o reflexionar en detalle una serie de variables, situaciones o condiciones exógenas o endógenas que afectan o pueden impactar positiva o negativamente el desarrollo del emprendimiento en el presente o futuro.

*Cont.*

<b>CÓDIGO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
V030	Exige eficiencia y calidad	Capacidad administrativa de producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos, energía y tiempo.
<b>Capacidad de influencia</b>		
V031	Redes de contacto local, nacional e internacional	Se refiere a las redes o grupos sociales de contacto a nivel local, nacional e internacional que existen entre los emprendedores.
V032	Relaciones entre emprendedores	Grado de relaciones entre emprendedores para la cooperación entre ellos.
<b>B. FACTORES Y VARIABLES DETERMINANTES DEL SECTOR TURÍSTICO</b>		
<b>Factores Administrativos</b>		
V033	Gestión de destino con enfoque sostenible	Administración y utilización eficiente de todos los recursos que intervienen en el desarrollo del destino turístico.
V034	Especialización por funciones en la gestión del destino	Proceso por el que un individuo, departamento o empresa se centra en una función concreta en la gestión del destino.
V035	Competencias gerenciales	Habilidades, actitudes, conocimientos y capacidades administrativas que debe poseer la cabeza empresarial para lograr posicionamiento en el país y en el mundo.
V036	Asociatividad empresarial	Alianza estratégica y ética entre empresas del sector para potencializar la capacidad operativa, optimización de costos, promoción y prestación del servicio.
V037	Seguridad turística	Preservación del orden público y el estado de bienestar que percibe y disfruta el turista.
V038	Fomento	Es la destinación de recursos y mecanismos para fortalecer una actividad o un sector. El fomento puede ser: a) Líneas de crédito y uso de las mismas, b) Crecimiento de las ofertas vinculadas a exenciones tributarias, c) Proyectos apalancados con líneas de crédito, especiales para el sector.

*Cont.*

<b>CÓDIGO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
V039	Servicios públicos	Son el conjunto de actividades y prestaciones permitidas, reservadas o exigidas a las administraciones públicas por la legislación del Estado.
V040	Mapa de actores en turismo	Supone el uso de esquemas para representar la realidad turística y social en que están inmersos, comprenderla en su extensión más compleja posible y establecer estrategias de cambio para la realidad así comprendida.
<b>Factores políticos</b>		
V041	Voluntad política	Decisión del gobernante de apoyar el sector y se pueden evidenciar mediante: a) Planes y programas, b) Recursos públicos destinados al desarrollo del sector.
V042	Continuidad en los proyectos	Es la realización de proyectos en uno o varios periodos de gobierno desde su formulación hasta su retroalimentación.
V043	Concertación público-privada	Articulación de esfuerzos y acciones públicas y privadas en pro de alcanzar una visión de desarrollo sostenible compartida.
<b>Factores de producción y servicios</b>		
V044	Riobamba destino turístico	Ciudad, zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.
V045	Cadena productiva	Es la integración de los diferentes eslabones que componen el sector desde sus insumos hasta la comercialización. Pueden ser: a) Cantidad de portafolios integrados que se ofrezcan, b) Número de alianzas empresariales.
V046	Incremento del turismo	Es un momento que vive la ciudad cuando todas las circunstancias confluyen hacia una misma dirección favorablemente. Se evidencia mediante: a) Ocupación hotelera, b) Incremento de pasajeros, c) Inversión en el sector, d) Número de ferias y convenciones.

*Cont.*

<b>CÓDIGO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
V047	Calidad de productos y servicios	Es el conjunto de factores y atributos que hacen que un producto o servicio sea calificado como óptimo. Puede ser medido por: a) Encuestas de calidad y satisfacción del cliente, b) Número de empresas del sector turismo certificadas.
V048	Cadena de valor	Modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final. En cada eslabón, se añade valor.
V049	Productos turísticos	Es un conjunto de prestaciones y elementos tangibles e intangibles –que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios turísticos y actividades recreativas, así como imágenes y valores simbólicos- que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupo determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas.
<b>Factores culturales</b>		
V050	Identidad cultural de los habitantes de Riobamba	Costumbres, modos de vida y rasgos distintivos de su sociedad, para ser transmitidos al turista de una manera ética durante su visita. Se evidencia mediante la oferta gastronómica, artesanal, eventos folclóricos, etc.
V051	Cultura turística	Apropiación que hace la ciudadanía sobre el turismo como factor de desarrollo.
V052	Multilingüismo	Capacidad de comunicarse en más de dos idiomas (incluyendo el lenguaje gestual). Puede ser medido por: a) Número de personas que participan en la actividad turística y que manejan uno o dos idiomas diferentes al español, c) Cantidad de material de información en un idioma diferente al español y disponibilidad del mismo, c) Accesibilidad de información para discapacitados.
V053	Actitud del servicio	Disposición mental y emotiva por parte de todos los prestadores de servicio por la cual el turista percibe la atención.

*Cont.*

<b>CÓDIGO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Factores de educación</b>		
V054	Capacitación en competencias laborales	Conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que aplicadas o demostradas en situaciones del ámbito productivo, tanto en un empleo como en una unidad para la generación de ingreso por cuenta propia, se traducen en resultados efectivos que contribuyen al logro de los objetivos de la organización o negocio.
V055	Programas educativos formales	Los programas educativos suelen contar con ciertos contenidos obligatorios, que son fijados por el Estado. De esta manera, se espera que todos los ciudadanos dispongan de una cierta base de conocimientos que se considera imprescindible por motivos culturales, históricos o de otro tipo.
<b>Factores de infraestructura</b>		
V056	Recursos para infraestructura turística	Factor de apoyo para la producción turística que hace referencia a vías, servicios públicos, comunicación, entre otros.
V057	Accesibilidad	Es el complejo de actividades originadas durante el tiempo libre, orientado al turismo y la recreación, que posibilitan la plena integración —desde la óptica funcional y psicológica— de las personas con movilidad y/o comunicación reducidas, obteniendo durante las mismas la satisfacción individual y social del visitante y una mejor calidad de vida.
V058	Conectividad turística	Se refiere a las conexiones terrestres, aéreas y marítimas de calidad para el desarrollo del turismo. También, el acceso a medios digitales de comunicación.
V059	Vías de comunicación	Son rutas por las que se puede ir de un lugar a otro y mediante las cuales se conectan los pueblos, las ciudades y los países.
<b>Factores de mercado</b>		
V060	Oferta	Es el ofrecimiento de bienes y servicios turísticos. Corresponde a los indicadores de calidad, sostenibilidad de los atractivos y capacidad instalada.
V061	Demanda	Son los consumidores reales y potenciales del conjunto de bienes y servicios turísticos disponibles en el mercado.

*Cont.*

<b>CÓDIGO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
V062	Estrategias de promoción	Son las actividades que se realizan para dar a conocer el producto turístico. Pueden ser medidos por: a) Recursos destinados a tal efecto, b) Calidad y cantidad del material del destino y de los productos.
V063	Marca y posicionamiento de la ciudad	Identificación y nivel de recordación de la ciudad como destino turístico. Son los niveles de reconocimiento a nivel mundial.
V064	Canales de distribución	Es el conducto que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor de la forma más completa, eficiente y económica posible.
V065	Rutas turísticas	Es un recorrido que tiene un objetivo: permite admirar paisajes, rememorar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo y deseosos de admirarse con la geografía natural.
V066	Atractivos turísticos	Son los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés de un visitante. Un atractivo es un bien intangible o tangible que provoca una motivación de visitación por parte del turista.
<b>C. FACTORES Y VARIABLES DETERMINANTES DEL ENTORNO INSTITUCIONAL</b>		
<b>Instituciones públicas</b>		
V067	Programas de financiamiento	Se refiere al conjunto de proyectos que el Estado considera prioritarios y destina recursos monetarios y de crédito en condiciones favorables y accesibles para el desarrollo de actividades, emprendimientos o negocios.
V068	Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)	Consiste en un privilegio conforme a lo establecido por el Gobierno o la Ley, que excluyen del pago de un impuesto un hecho realizado por un sujeto pasivo.

*Cont.*

CÓDIGO	VARIABLE	DESCRIPCIÓN
V069	Capacitación, asesoría y asistencia técnica	Todo servicio independiente, por el cual el prestador se compromete a utilizar sus habilidades, mediante la aplicación de ciertos procedimientos, con el objeto de proporcionar conocimientos especializados, no patentables, que sean necesarios en el proceso de creación y desarrollo de emprendimientos.
V070	Incubadoras de empresas	Organización diseñada para acelerar el crecimiento y asegurar el éxito de proyectos emprendedores a través de una amplia gama de recursos y servicios empresariales que puede incluir renta de espacios físicos, capitalización, coaching, networking (es decir acceso a una red de contactos) y otros servicios.
V071	Subsidios y apoyos económicos	Un subsidio, como estímulo de la economía, es la diferencia entre el precio real de un bien o servicio y el precio real cobrado al consumidor de estos bienes o servicios.
V072	Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento	Análisis que realizan varios técnicos para determinar si el emprendimiento o negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo un proyecto.
V073	Estrategias de acompañamiento a emprendedores	La estrategia de acompañamiento a emprendedores se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles.
V074	Facilidades para la constitución de emprendimientos	Se refiere a las facilidades que el Estado o las instituciones públicas brindan para que los emprendimientos se constituyan jurídicamente.
V075	Leyes y reglamentos favorecen el emprendimiento.	Se refiere a las leyes, reglamentos y ordenanzas que contribuyen con el desarrollo de emprendimientos.
V076	Infraestructura	Es el conjunto de elementos físicos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

Cont.

<b>CÓDIGO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
V077	Apoyo institucional a la creación de emprendimientos	Se refiere al apoyo de organismos públicos (ministerios, municipios) para la creación de emprendimientos.
V078	Investigación e innovación de emprendimientos	Las universidades u organismos del Estado generan conocimiento e innovación a través de la investigación para el desarrollo de emprendimientos.
<b>Instituciones privadas</b>		
V079	Asociatividad para el emprendimiento	Mecanismo de cooperación entre emprendedores, en donde se decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto para la búsqueda de un objetivo común.
V080	Inversión en emprendimientos	Es la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa emprendedora con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias.
<b>A. FACTORES DE PLANIFICACIÓN</b>		
<b>Planificación directiva y comercial</b>		
V081	Dedicación de tiempo a la creación del emprendimiento	Se refiere al tiempo que el emprendedor debe dedicar a la creación del emprendimiento.
V082	Dirección de investigaciones de mercado	Lidera el proceso de planificación, recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.
V083	Elaboración del plan de negocios	Corresponde a la elaboración de un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para la consecución de objetivos propuestos. En este sentido, el plan de negocios presenta un análisis de mercado, técnico, administrativo y financiero.

*Cont.*



CÓDIGO	VARIABLE	DESCRIPCIÓN
<b>Planificación económica y financiera</b>		
V085	Ahorro de dinero para invertir en su negocio	Es el proceso de reservar una cantidad de dinero o ingresos actuales o parte del gasto ordinario para en el futuro invertir en un negocio.
V086	Solicitud de crédito bancario	Es la operación financiera donde una entidad bancaria le concede a una persona u organización una cantidad de dinero en una cuenta a su disposición, comprometiéndose la segunda a devolver todo el dinero tomado, pagando además un interés por el uso de esa cantidad.
V087	Solicitud de financiación pública	La financiación pública es una forma de financiación externa donde los medios económicos provienen de una institución o un organismo público del Estado.

**Cuadro 18. Descripción de cada variable y código asignado**

**Fuente:** Elaboración propia

#### **4.1.5. Validez y confiabilidad de las escalas utilizadas (Encuesta 2)**

##### **4.1.5.1. Selección de los expertos.**

Para validar las escalas utilizadas se consultó a expertos que fueron elegidos considerando su formación académica y amplia experiencia en investigaciones científicas desarrolladas en el ámbito de la migración internacional y desarrollo de emprendimientos. El cuadro muestra los expertos seleccionados.

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO
1	PhD. Gorka Moreno Márquez	Director del Observatorio de Inmigraciones. Universidad del País Vasco-España
2	PhD. Arkaitz Fullaondo Elordui-Zapaterietxe	Profesor del Departamento de Sociología y Trabajo Social. Universidad del País Vasco-España
3	PhD. Xabier Aierdi Urzaa	Departamento de Sociología y Trabajo Social. Universidad del País Vasco-España
4	PhD. Antidio Martínez de Lizarrondo Artola	Departamento de Sociología y Trabajo Social. Universidad Pública de Navarra-España

**Cuadro 19. Expertos seleccionados para validar la encuesta 2.**

**Fuente: Elaboración propia**

#### **4.1.5.2. Confiabilidad del instrumento**

El método de consistencia interna basado en el Alfa de Cronbach permite estimar la confiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica.

La validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir. Y la confiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el Alfa de Cronbach. La medida de la confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados.

El valor varía entre 0 y 1, cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. Se considera una fiabilidad óptima cuando dicho valor es superior a 0,70 (Nunally, 1978); En estudios exploratorios se considera como límite aceptable el valor 0,60 (Flavián & Lozano, 2005). La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación.

Como criterio general, sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de Alfa de Cronbach:  $\alpha > 0,90$  es excelente,  $\alpha > 0,80$  es bueno,  $\alpha > 0,70$  es

aceptable,  $\alpha > 0,60$  es cuestionable,  $\alpha > 0,50$  es pobre,  $\alpha < 0,50$  es inaceptable (George & Mallery, 2003).

De la literatura revisada, se observa que las escalas utilizadas en esta investigación han sido ampliamente utilizadas y su capacidad y propiedades psicométricas han sido contrastadas en diferentes estudios. Sin embargo, se considera que cada población objeto de estudio tiene sus propias particularidades y el análisis de los factores que inciden en el proceso de desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba serán únicos, por lo que es necesario someterlas a un nuevo proceso de depuración específico para confirmar que estas escalas pueden considerarse instrumentos válidos de medida en este nuevo contexto de análisis.

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right) \quad (7)$$

**Donde:**

$\alpha$  = Alfa de Cronbach

k = Número de preguntas o ítems

$s_i^2$  = Varianza de cada pregunta o ítem

$S_t^2$  = Varianza de los valores totales observados

#### **4.1.5.3. Factores y variables determinantes del emprendedor**

El valor de Alfa de Cronbach para las variables sociodemográficas (0,739), personalidad (0,875), motivación (0,715), capacidades y competencias (0,796). Se observa en todos los casos que las variables del emprendedor se encuentran sobre 0,700; por tanto, se evalúa como una escala aceptable y con alta fiabilidad como instrumento de medida.

FACTORES	CÓDIGO	VARIABLES	ALFA DE CRONBACH
Socio-demográficos	V001	Edad	0,739
	V002	Estabilidad familiar	
	V003	Educación regular (primaria, secundaria, superior)	
	V004	Capacitación para emprendimientos	
	V005	Experiencia con familiares en la creación de empresas	
	V006	Experiencia en la actividad que desea emprender	
	V007	Capacidad económica del emprendedor	
Personalidad (perfil psicológico, propensión al riesgo, energía e iniciativa personal)	V008	Perseverancia y compromiso total	0,875
	V009	Liderazgo	
	V010	Tolerancia a cambios	
	V011	Necesidad y reconocimiento de logro	
	V012	Responsabilidad personal	
	V013	Acepta riesgos moderados	
	V014	Locus de control interno/ Autoconfianza	
	V015	Capacidad de solucionar problemas	
	V016	Toma de iniciativa	
	V017	Estabilidad y autocontrol	
Motivación	V019	Percepción de beneficio económico	0,715
	V020	Autoconfianza	
	V021	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	
	V022	Impulso o energía	
	V023	Capacidad de conseguir recursos financieros	
	V024	Capacidad de relacionarse con los clientes	
Capacidades y competencias (innovación y creatividad, capacidad de análisis, capacidad de influencia)	V025	Creatividad	0,796
	V026	Innovación	
	V027	Aprovecha oportunidades	
	V028	Planificar con límites de tiempo	
	V029	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión	
	V030	Exige eficiencia y calidad	
	V031	Redes de contacto local, nacional e internacional	
	V032	Relaciones entre emprendedores	

**Cuadro 20.** Alfa de Cronbach de los factores del emprendedor. *Fuente:* Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. *Procesamiento:* SPSS Statistics

#### 4.1.5.4. Factores y variables determinantes del entorno turístico

Los cálculos de Alfa de Cronbach para las variables administrativos (0,831), políticos (0,739), producción y servicios (0,707), culturales (0,807), infraestructura (0,873) y mercado (0,886). En todos los casos que las variables del entorno turístico se encuentran sobre 0,700; en consecuencia, la escala muy buena y con alta fiabilidad como instrumento de medida.

FACTORES	CÓDIGO	VARIABLES	ALFA DE CRONBACH
Administrativos	V033	Gestión de destino con enfoque sostenible	0,831
	V034	Especialización por funciones en la gestión del destino	
	V035	Competencias gerenciales	
	V036	Asociatividad empresarial	
	V037	Seguridad turística	
	V038	Fomento	
	V039	Servicios públicos	
	V040	Mapa de actores en turismo	
Políticos	V041	Voluntad política	0,739
	V042	Continuidad en los proyectos	
	V043	Concertación público-privada	
Producción y servicios	V044	Riobamba destino turístico	0,707
	V045	Cadena productiva	
	V046	Incremento del turismo	
	V047	Calidad de productos y servicios	
	V048	Cadena de valor	
	V049	Productos turísticos definidos	
Culturales	V050	Identidad cultural de los habitantes de Riobamba	0,807
	V051	Cultura turística	
	V052	Multilingüismo	
	V053	Actitud del servicio	
	V054	Capacitación en competencias laborales	
	V055	Programas educativos formales	
Infraestructura	V056	Recursos para infraestructura turística	0,873
	V057	Accesibilidad y facilidades turísticas	
	V058	Conectividad turística	
	V059	Vías de acceso	
Mercado	V060	Oferta	0,886
	V061	Demanda	
	V062	Estrategias de promoción	
	V063	Marca y posicionamiento de la ciudad	
	V064	Canales de distribución	
	V065	Rutas turísticas	
	V066	Atractivos turísticos	

**Cuadro 21. Alfa de Cronbach de los factores del entorno turístico.**

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22

#### **4.1.5.5. Factores y variables determinantes del entorno institucional**

Alfa de Cronbach para las variables del entorno institucional es 0,829; en consecuencia, la escala se evalúa como muy buena y con alta fiabilidad como instrumento de medida.

FACTOR	CÓDIGO	VARIABLES	ALFA DE CRONBACH
Instituciones públicas y privadas	V067	Programas de financiamiento	0,829
	V068	Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)	
	V069	Capacitación, asesoría y asistencia técnica	
	V070	Incubadoras de empresas	
	V071	Subsidios y apoyos económicos	
	V072	Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento	
	V073	Estrategias de acompañamiento a emprendedores	
	V074	Facilidades para la constitución de emprendimientos	
	V075	Leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos	
	V076	Infraestructura	
	V077	Apoyo institucional a la creación de emprendimientos	
	V078	Investigación e innovación de emprendimientos	
V079	Asociatividad para el emprendimiento		
V080	Inversión en emprendimientos		

**Cuadro 22. Alfa de Cronbach de los factores del entorno institucional.**

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22

#### 4.1.5.6. Factores y variables determinantes del proceso de planificación

Se observa que los valores de Alfa de Cronbach para las variables del proceso de planificación es 0,748; en consecuencia, la escala se evalúa como buena y con alta fiabilidad como instrumento de medida.

FACTOR	CÓDIGO	VARIABLES DE PLANIFICACIÓN	ALFA DE CRONBACH
Proceso de planificación	V081	Dedicación de tiempo completo a la creación de la empresa	0,748
	V082	Dirección de investigaciones de mercado	
	V083	Elaboración del plan de negocios	
	V084	Desarrollo del producto o servicio	
	V085	Ahorro de dinero para invertir en su negocio	
	V086	Solicitud de fondos de bancos	
	V087	Solicitud de financiación pública	

**Cuadro 23. Alfa de Cronbach del proceso de planificación. Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. **Procesamiento:** SPSS Statistics

#### **4.1.6. Análisis factorial: reducción de variables**

Luego de haber realizado el análisis de validez y fiabilidad de las escalas del cuestionario, se procede con el análisis factorial para las variables que se investigan. El análisis factorial, una técnica estadística multivariante cuyo principal propósito es sintetizar las interrelaciones observadas entre un conjunto de variables en una forma concisa y segura como una ayuda a la construcción de nuevos conceptos y teorías. Para ello utiliza un conjunto de variables aleatorias inobservables, que se llaman factores comunes, de forma que todas las covarianzas o correlaciones son explicadas por dichos factores y cualquier porción de la varianza inexplicada por los factores comunes se asigna a términos de error residuales que se llaman factores únicos o específicos.

El análisis factorial, es una aproximación estadística que puede usarse para analizar interrelaciones entre un gran número de variables y explicar estas variables en términos de sus dimensiones subyacentes comunes (factores). Por tanto, el objetivo de este tipo de análisis, es encontrar un modo de condensar la información contenida en un número de variables originales en un conjunto más pequeño de variables (factores) con una pérdida mínima de información (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 2004).

Se utiliza el *Análisis Factorial Confirmatorio*, por cuanto se propone “*a priori*” el modelo, según el cual hay unos factores que representan a las variables originales.

Las variables que contribuyen con la creación de los emprendimientos, se obtuvieron de investigaciones realizadas sobre el tema y de la entrevista inicial desarrollada con expertos en el tema migratorio y emprendimientos turísticos.

Con el propósito de reducir el número de factores y agruparlos de acuerdo a ciertas características internas relacionadas y concretas se ha realizado un análisis factorial confirmatorio.

Se utiliza el método de componentes principales con una rotación *varimax*. La rotación ortogonal de los factores trata de minimizar el número de variables con saturaciones altas en un factor. El propósito es obtener variables fuertemente correlacionadas entre sí y que tengan saturaciones altas sobre un mismo factor.

El objeto de este análisis, es reducir el número de variables utilizadas en el cuestionario, por lo que se procede a seleccionar aquellas variables que puedan afectar negativamente a la consistencia interna observada al inicio de la investigación. Se eliminan las variables cuyas comunalidades son bajas, con el objeto de incrementar la varianza total explicada de los factores.

El análisis se realiza de manera separada para cada grupo de variables agrupadas en los cuatro dimensiones: emprendedor, entorno turístico, entorno institucional y proceso de planificación.

DIMENSIONES	FACTORES	NÚMERO DE VARIABLES
Emprendedor	Socio-demográficos	7
	Personalidad	11
	Motivación	6
	Capacidades y competencias	8
Entorno turístico	Administrativos	8
	Políticos	3
	Producción y servicios	6
	Culturales	6
	Infraestructura	4
	Mercado	7
Entorno institucional	Instituciones públicas	12
	Instituciones privadas	2
Planificación	Planificación comercial	4
	Planificación económica y financiera	3
TOTAL		87

**Cuadro 24. Dimensiones, factores y número de variables.**

**Fuente: Cuadros 14, 15, 16, 17**

Luego de realizar el análisis factorial de cada grupo de variables, se obtuvieron las puntuaciones de los mismos que servirán para el análisis de regresión logístico para determinar el grado de influencia en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

#### **4.1.6.1. Factores relacionados con el emprendedor**

En lo relacionado a los factores del emprendedor, el análisis descriptivo se centra en los variables que conforman los factores: socio-demográficos, personalidad, motivación, capacidades y competencias. A continuación se presentan los resultados del análisis factorial para cada uno de los factores.



#### 4.1.6.1.1. Análisis factorial de las variables socio-demográficas

Para efectuar el análisis factorial de las variables socio-demográficas, se considera las variables originales del cuestionario (Cuadro 14). El procesamiento de la información se realizó en el programa IBM SPSS Statistics V-22.

FACTOR	CÓDIGO	VARIABLES
Socio-demográficos	V001	Edad
	V002	Estabilidad familiar
	V003	Educación regular (primaria, secundaria, superior)
	V004	Capacitación para emprendimientos
	V005	Experiencia con familiares en la creación de empresas
	V006	Experiencia en la actividad que desea emprender
	V007	Capacidad económica del emprendedor

**Cuadro 25. Variables socio-demográficas. Fuente: Cuadro 14**

En primera instancia se determina la estructura factorial necesaria, se utiliza el método de Káiser que calcula tantos factores como autovalores mayores que 1. Es el método por defecto que realiza SPSS.

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,537 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,003 que resulta prácticamente nulo, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior al umbral generalmente aceptado de 0,5.

**Tabla 29. Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,537
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	42,853
	gl	21
	Sig.	,003

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con tres factores que explican el 68,192% de la varianza total. Sin embargo, el cuarto valor (0,931) se encuentra muy próximo a 1, proporciona un factor que determina el 13,297% de la varianza; por tanto, se decide incluirlo también en la estructura factorial. Es decir, la estructura factorial se compone de cuatro factores que explican el 81,489% de la varianza total.

**Tabla 30. Varianza total explicada**

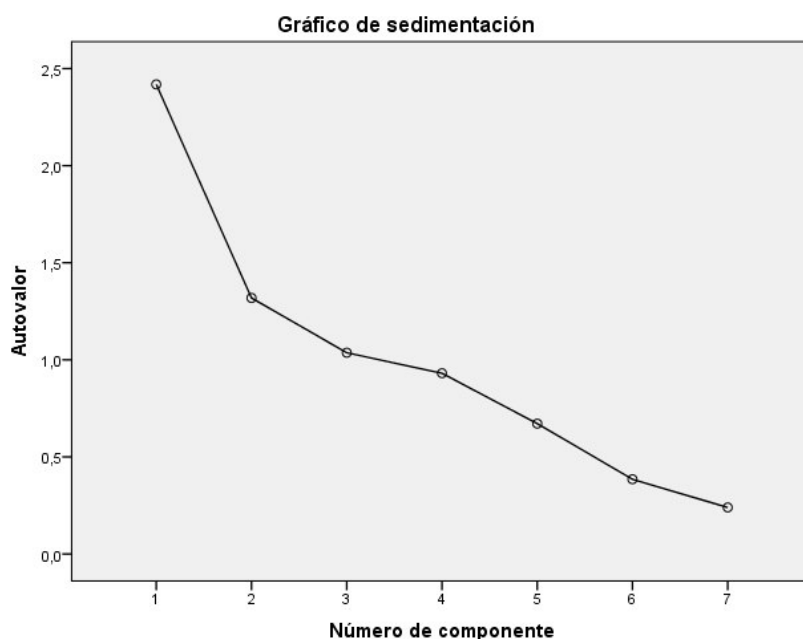
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2,418	34,549	34,549	2,418	34,549	34,549	2,043	29,187	29,187
2	1,319	18,837	53,386	1,319	18,837	53,386	1,532	21,891	51,079
3	1,036	14,807	68,192	1,036	14,807	68,192	1,198	17,114	68,192
4	,931	13,297	81,489						
5	,671	9,592	91,081						
6	,385	5,498	96,579						
7	,239	3,421	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La decisión de incluir el cuarto factor se observa también en el gráfico de sedimentación:



**Figura 31:** Gráfico de sedimentación de los factores socio-demográficos

Las comunalidades son altas, lo que implica que las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores (la comunalidad representa el coeficiente de correlación lineal múltiple de cada variable con los factores).

**Tabla 31. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
1. Edad	1,000	,751
2. Estabilidad familiar	1,000	,757
3. Educación regular (primaria, secundaria, superior)	1,000	,860
4. Capacitación para emprendimientos	1,000	,639
5. Experiencia con familiares en la creación de empresas	1,000	,900
6. Experiencia en la actividad que desea emprender	1,000	,879
7. Capacidad económica del emprendedor]	1,000	,919

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

Con el propósito de clarificar la estructura factorial sin perder poder explicativo, se realiza una rotación ortogonal de ejes. Se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor). La interpretación se simplifica, la solución por columna produce la siguiente matriz de componentes (las comunalidades no varían):

**Tabla 32. Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente			
	1	2	3	4
1. Edad	,193	,590	,295	,527
2. Estabilidad familiar	,847	-,089	-,034	,173
3. Educación regular (primaria, secundaria, superior)	,913	,125	,028	,095
4. Capacitación para emprendimientos	,659	,132	,428	-,061
5. Experiencia con familiares en la creación de empresas	,006	,935	-,152	-,037
6. Experiencia en la actividad que desea emprender	,099	-,002	-,030	,932
7. Capacidad económica del emprendedor	,059	-,092	,952	,032

Método de extracción: análisis de componentes principales.  
Método de rotación: Varimax con normalización Káiser.

a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, se encuentra asociado con las variables: educación regular (primaria, secundaria, superior), estabilidad familiar y en menor proporción a capacitación para emprendimientos. Tiene un poder explicativo del 34,549% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *educación*, por tener una saturación elevada.

**Factor 2**, está asociado con la variable experiencia con familiares en la creación de empresas, tiene un poder explicativo del 18,837% de la varianza total.

**Factor 3**, se encuentra asociado con la variable capacidad económica del emprendedor, cuyo poder explicativo del 14,807% de la varianza total.

**Factor 4**, se asocia con la variable experiencia en la actividad que desea emprender, su poder explicativo es del 13,297% de la varianza total.

Se concluye del análisis factorial realizada que existe una elevada coherencia conceptual entre variables, las similitudes de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. En el siguiente cuadro se aprecia el nombre de las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V003	Educación regular (primaria, secundaria, superior)	X01	Educación
V002	Estabilidad familiar		
V004	Capacitación para emprendimientos		
V005	Experiencia con familiares en la creación de empresas	X02	Experiencia con familiares en la creación de empresas
V007	Capacidad económica del emprendedor	X03	Capacidad económica del emprendedor
V006	Experiencia en la actividad que desea emprender	X04	Experiencia en la actividad que desea emprender

**Cuadro 26. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente: Elaboración propia**

#### 4.1.6.1.2. Análisis factorial de las variables de personalidad

Para realizar el análisis factorial de las variables de personalidad, se trabajó con las variables originales del cuestionario (Cuadro 14).

FACTOR	CÓDIGO	VARIABLES
Personalidad (perfil psicológico, propensión al riesgo, energía e iniciativa personal)	V008	Perseverancia y compromiso total
	V009	Liderazgo
	V010	Tolerancia a cambios
	V011	Necesidad y reconocimiento de logro
	V012	Responsabilidad personal
	V013	Acepta riesgos moderados
	V014	Locus de control interno/ Autoconfianza
	V015	Capacidad de solucionar problemas
	V016	Toma de iniciativa
	V017	Estabilidad y autocontrol
V018	Nuevos retos	

**Cuadro 27. Variables de personalidad. Fuente: Cuadro 14**

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,669 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,000 que es nulo, entonces, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior al umbral generalmente aceptado de 0,5.

**Tabla 33. Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,669
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	160,910
	gl	55
	Sig.	,000

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con cuatro factores que explican el 76,179% de la varianza total.

**Tabla 34. Varianza total explicada**

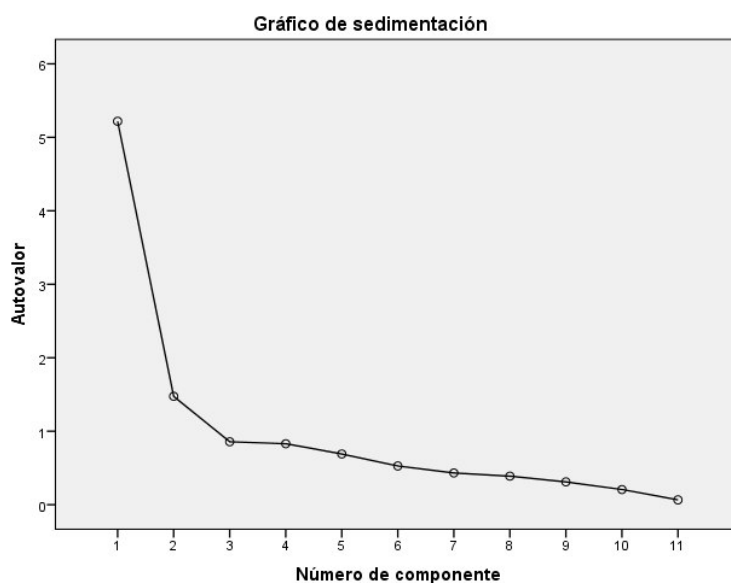
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	5,218	47,438	47,438	5,218	47,438	47,438	2,810	25,549	25,549
2	1,475	13,411	60,848	1,475	13,411	60,848	2,346	21,325	46,874
3	,857	7,787	68,635	,857	7,787	68,635	2,050	18,639	65,513
4	,830	7,545	76,179	,830	7,545	76,179	1,173	10,666	76,179
5	,690	6,276	82,455						
6	,527	4,794	87,250						
7	,432	3,925	91,175						
8	,388	3,528	94,703						
9	,310	2,821	97,524						
10	,207	1,879	99,404						
11	,066	,596	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

El gráfico de sedimentación explica claramente la decisión de incluir los cuatro factores:



**Figura 32: Gráfico de sedimentación de los factores de personalidad**

Las comunalidades son altas, lo que implica que las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores.

**Tabla 35. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
8. Perseverancia y compromiso]	1,000	,784
9. Liderazgo	1,000	,723
10. Tolerancia a cambios	1,000	,617
11. Necesidad y reconocimiento de logro	1,000	,928
12. Responsabilidad personal	1,000	,705
13. Acepta riesgos moderados	1,000	,640
14. Locus de control interno/ Autoconfianza	1,000	,950
15. Capacidad de solucionar problemas	1,000	,800
16. Toma de iniciativa	1,000	,719
17. Estabilidad y autocontrol	1,000	,765
18. Nuevos retos	1,000	,749
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

Se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor), tiene el propósito de clarificar la estructura factorial sin perder poder explicativo.

**Tabla 36. Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente			
	1	2	3	4
8. Perseverancia y compromisos	,219	,492	,701	-,048
9. Liderazgo	,459	-,043	,698	,154
10. Tolerancia a cambios	,501	,445	,347	,219
11. Necesidad y reconocimiento de logro	,157	-,016	,128	,941
12. Responsabilidad personal	,421	,146	,672	,235
13. Acepta riesgos moderados	-,043	,580	,549	,024
14. Locus de control interno/ Autoconfianza	,403	,850	,080	,243
15. Capacidad de solucionar problemas	,168	,853	,114	-,177
16. Toma de iniciativa	,771	,159	,214	,231
17. Estabilidad y autocontrol	,829	,229	,126	,102
18. Nuevos retos	,792	,140	,317	-,054
Método de extracción: análisis de componentes principales.				
Método de rotación: Varimax con normalización Káiser.				
a. La rotación ha convergido en 10 iteraciones.				

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, se encuentra asociado con las variables: tolerancia a cambios, toma de iniciativa, estabilidad y autocontrol, y nuevos retos. Tiene un poder explicativo del 47,438% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *autocontrol*, por tener una saturación elevada.

**Factor 2**, está asociado con las variables: Acepta riesgos moderados, locus de control interno/ autoconfianza, capacidad de solucionar problemas. Tiene un poder explicativo del 13,411% de la varianza total. El nombre de este factor será *capacidad*, por tener una saturación elevada.

**Factor 3**, se encuentra asociado con las variables: Perseverancia y compromisos, liderazgo y responsabilidad personal. Tiene un poder explicativo del 7,787% de la varianza total. El nombre del nuevo factor será *liderazgo y perseverancia*, por tener una saturación elevada.

**Factor 4**, se asocia con la variable necesidad y reconocimiento de logro, su poder explicativo es del 7,545% de la varianza total.

Se concluye que existe una elevada coherencia conceptual entre variables, las similitudes de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. En el siguiente cuadro se aprecia el nombre de las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V010	Tolerancia a cambios	X05	Autocontrol
V016	Toma de iniciativa		
V017	Estabilidad y autocontrol		
V018	Nuevos retos		
V013	Acepta riesgos moderados	X06	Autoconfianza
V014	Locus de control interno/ Autoconfianza		
V015	Capacidad de solucionar problemas		
V008	Perseverancia y compromiso total	X07	Liderazgo y perseverancia
V009	Liderazgo		
V012	Responsabilidad personal		
V011	Necesidad y reconocimiento de logro	X08	Reconocimiento

**Cuadro 28. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente: Elaboración propia**

#### 4.1.6.1.3. Análisis factorial de las variables de motivación

En el análisis factorial de las variables de motivación, se considera las variables originales del cuestionario.

FACTOR	CÓDIGO	VARIABLES
Motivación	V019	Percepción de beneficio económico
	V020	Autoconfianza
	V021	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros
	V022	Impulso o energía
	V023	Capacidad de conseguir recursos financieros
	V024	Capacidad de relacionarse con los clientes

**Cuadro 29. Variables de motivación. Fuente: Cuadro 14**

En primera instancia se determina la estructura factorial necesaria, se utiliza el método de Káiser que calcula tantos factores como autovalores mayores que 1. Es el método por defecto que realiza SPSS.

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,526 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,014 que resulta prácticamente nulo, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior al umbral generalmente aceptado de 0,5.



**Tabla 37. Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,526
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	29,392
	gl	15
	Sig.	,014

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con cuatro factores que explican el 86,005% de la varianza total.

**Tabla 38. Varianza total explicada**

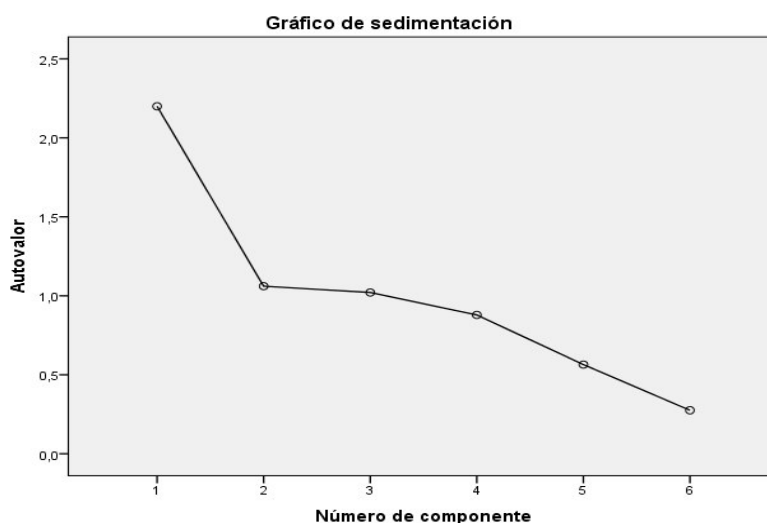
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2,200	36,663	36,663	2,200	36,663	36,663	1,853	30,889	30,889
2	1,061	17,678	54,341	1,061	17,678	54,341	1,171	19,510	50,398
3	1,021	17,017	71,358	1,021	17,017	71,358	1,080	18,005	68,403
4	,879	14,647	86,005	,879	14,647	86,005	1,056	17,602	86,005
5	,565	9,409	95,414						
6	,275	4,586	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La decisión de incluir el cuarto factor se observa también en el gráfico de sedimentación:

**Figura 33: Gráfico de sedimentación de los factores de motivación**

Las comunalidades son altas, lo que implica que las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores.

**Tabla 39. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
19. Percepción de beneficio económico	1,000	,928
20. Autoconfianza	1,000	,733
21. Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	1,000	,964
22. Impulso o energía	1,000	,856
23. Capacidad de conseguir recursos financieros	1,000	,954
24. Capacidad de relacionarse con los clientes	1,000	,725
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

Se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor), con el fin de aclarar la estructura factorial sin perder poder explicativo.

**Tabla 40. Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente			
	1	2	3	4
19. Percepción de beneficio económico	,095	,006	,958	,037
20. Autoconfianza	,782	,000	,338	,088
21. Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	,130	,075	,049	,969
22. Impulso o energía	,777	,464	,127	-,142
23. Capacidad de conseguir recursos financieros	,048	,972	-,009	,089
24. Capacidad de relacionarse con los clientes	,781	-,074	-,173	,283
Método de extracción: análisis de componentes principales.				
Método de rotación: Varimax con normalización Káiser.				
a. La rotación ha convergido en 7 iteraciones.				

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, está asociado con las variables: autoconfianza, impulso o energía y capacidad de relacionarse con los clientes. Tiene un poder explicativo del 36,663% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *autoconfianza*, por tener una saturación elevada.

**Factor 2**, está asociado con la variable capacidad de conseguir recursos financieros, tiene un poder explicativo del 17,678% de la varianza total.

**Factor 3**, se encuentra asociado con la variable percepción de beneficio económico, cuyo poder explicativo del 17,017% de la varianza total.

**Factor 4**, se asocia con la variable experiencia en administrar recursos humanos y financieros, su poder explicativo es del 14,647% de la varianza total.

Se concluye que existe una elevada coherencia entre variables, las semejanzas entre variables agregadas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. En el siguiente cuadro se aprecia el nombre de las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V020	Autoconfianza	X9	Autoconfianza
V022	Impulso o energía		
V024	Capacidad de relacionarse con los clientes		
V023	Capacidad de conseguir recursos financieros	X10	Capacidad de conseguir recursos financieros
V019	Percepción de beneficio económico	X11	Percepción de beneficio económico
V021	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	X12	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros

**Cuadro 30. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente: Elaboración propia**

#### 4.1.6.1.4. Análisis factorial de las variables de capacidades y competencias

En el análisis factorial de las variables de capacidades y competencias, se utiliza las variables originales del cuestionario.

FACTOR	CÓDIGO	VARIABLES
Capacidades y competencias (innovación y creatividad, capacidad de análisis, capacidad de influencia)	V025	Creatividad
	V026	Innovación
	V027	Aprovecha oportunidades
	V028	Planificar con límites de tiempo
	V029	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión
	V030	Exige eficiencia y calidad
	V031	Redes de contacto local, nacional e internacional
	V032	Relaciones entre emprendedores

**Cuadro 31. Variables de capacidades y competencias. Fuente: Cuadro 14**

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,632 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,000, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica el análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior a 0,5 que generalmente se acepta.

**Tabla 41. Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,632
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	89,520
	gl	28
	Sig.	,000

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

Se utiliza el método de Káiser que calcula tantos factores como autovalores mayores que 1 existan. La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con cuatro factores que explican el 82,628% de la varianza total. Debiendo aclarar que el tercero y cuarto valor se encuentra muy próximo a 1, proporcionan factores que determinan el 12,068% y 11,243% respectivamente de la varianza, por tanto, se decide incluirlo también en la estructura factorial.

**Tabla 42. Varianza total explicada**

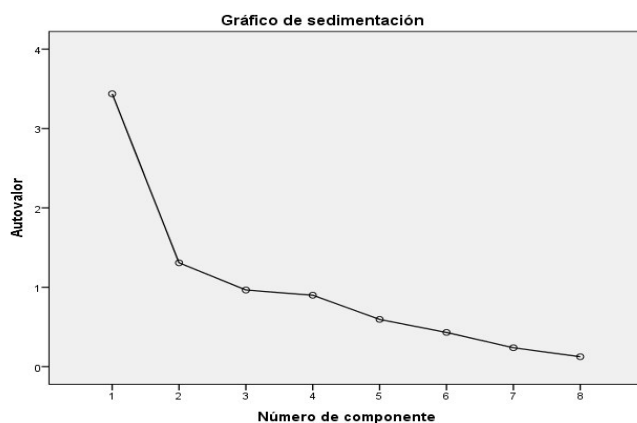
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	3,437	42,966	42,966	3,437	42,966	42,966	2,215	27,685	27,685
2	1,308	16,351	59,317	1,308	16,351	59,317	2,034	25,428	53,112
3	,965	12,068	71,384	,965	12,068	71,384	1,269	15,857	68,969
4	,899	11,243	82,628	,899	11,243	82,628	1,093	13,658	82,628
5	,595	7,438	90,066						
6	,431	5,392	95,458						
7	,238	2,978	98,435						
8	,125	1,565	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La decisión de incluir el tercero y cuarto factor se observa también en el gráfico de sedimentación:

**Figura 34: Gráfico de sedimentación de los factores de capacidades y competencias**

Las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores puesto que las comunalidades son altas.

**Tabla 43. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
25. Creatividad	1,000	,903
26. Innovación	1,000	,925
27. Capacidad de aprovechar oportunidades	1,000	,793
28. Planificar con límites de tiempo	1,000	,763
29. Capacidad de análisis del ambiente / reflexión	1,000	,730
30. Exige eficiencia y calidad	1,000	,814
31. Redes de contacto local, nacional e internacional	1,000	,719
32. Relaciones entre emprendedores	1,000	,962
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

Para determinar la estructura factorial sin perder poder explicativo, se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor).

**Tabla 44. Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente			
	1	2	3	4
25. Creatividad	,260	,913	,040	-,011
26. Innovación	,028	,879	,311	,234
27. Capacidad de aprovechar oportunidades	,681	,568	-,069	,027
28. Planificar con límites de tiempo	,723	,223	,428	-,085
29. Capacidad de análisis del ambiente / reflexión	,763	,124	,290	,222
30. Exige eficiencia y calidad	,076	,153	,882	,083
31. Redes de contacto local, nacional e internacional	,735	,028	-,340	,251
32. Relaciones entre emprendedores	,178	,122	,070	,954
Método de extracción: análisis de componentes principales.				
Método de rotación: Varimax con normalización Káiser.				
a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.				

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, asociado con las variables: capacidad de aprovechar oportunidades, planificar con límites de tiempo, capacidad de análisis del ambiente / reflexión, redes de contacto local, nacional e internacional. Tiene un poder explicativo del 42,966% de la varianza

total. Por lo que el nombre de este factor será *capacidad de reflexión*, por tener una saturación elevada.

**Factor 2**, está asociado con las variables: creatividad e innovación, tiene un poder explicativo del 16,351% de la varianza total.

**Factor 3**, se encuentra asociado con la variable exige eficiencia y calidad, cuyo poder explicativo del 12,068% de la varianza total.

**Factor 4**, se asocia con la variable relaciones entre emprendedores, su poder explicativo es del 11,243% de la varianza total.

Existe una elevada coherencia entre variables, las similitudes de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. En el siguiente cuadro se aprecia el nombre de las variables agregadas para el modelo logístico.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V027	Aprovecha oportunidades	X13	Capacidad de reflexión
V028	Planificar con límites de tiempo		
V029	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión		
V031	Redes de contacto local, nacional e internacional		
V025	Creatividad	X14	Creatividad e innovación
V026	Innovación		
V030	Exige eficiencia y calidad	X15	Eficiencia y calidad
V032	Relaciones entre emprendedores	X16	Relaciones entre emprendedores

**Cuadro 32. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente: Elaboración propia**

#### 4.1.6.2. Factores relacionadas con el entorno turístico

##### 4.1.6.2.1. Variables relacionadas con el entorno administrativo

En el análisis factorial de las variables del entorno administrativo, se considera las variables originales del cuestionario.

FACTORES	CÓDIGO	VARIABLES
Administrativos	V033	Gestión de destino con enfoque sostenible
	V034	Especialización por funciones en la gestión del destino
	V035	Competencias gerenciales
	V036	Asociatividad empresarial
	V037	Seguridad turística
	V038	Fomento
	V039	Servicios públicos
	V040	Mapa de actores en turismo

**Cuadro 33. Variables relacionadas con el entorno administrativo.**

**Fuente: Cuadro 15**

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,749 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,000, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial por cuanto el resultado de KMO es superior a 0,5 generalmente aceptado.

**Tabla 45. Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,749
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	79,517
	gl	28
	Sig.	,000

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

Se utiliza el método de Káiser que calcula tantos factores como autovalores mayores que 1 existan. La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con dos factores que explican el 62,123% de la varianza total. El tercer valor se encuentra muy próximo a 1 y proporciona un factor que determina el 9,948% de la varianza, en consecuencia, se decide incluirlo también en la estructura factorial. Es decir, la estructura factorial se compone de tres factores que explican el 72,071% de la varianza total.

**Tabla 46. Varianza total explicada**

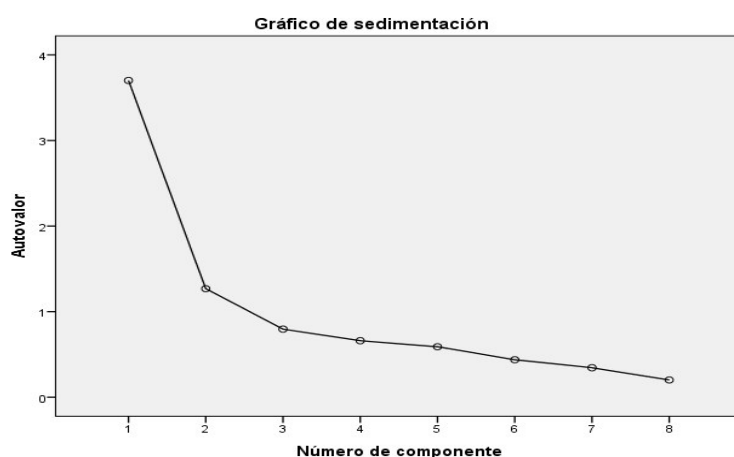
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	3,701	46,266	46,266	3,701	46,266	46,266	3,003	37,541	37,541
2	1,269	15,857	62,123	1,269	15,857	62,123	1,967	24,582	62,123
3	,796	9,948	72,071						
4	,660	8,256	80,327						
5	,590	7,374	87,701						
6	,438	5,477	93,179						
7	,344	4,305	97,484						
8	,201	2,516	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La decisión de incluir el tercer factor se observa también en el gráfico de sedimentación:

**Figura 35: Gráfico de sedimentación de los factores administrativos**

Las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores por cuanto las communalidades son altas.

**Tabla 47. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
33. Gestión de destino con enfoque sostenible	1,000	,651
34. Especialización por funciones en la gestión del destino	1,000	,679
35. Competencias gerenciales	1,000	,557
36. Asociatividad empresarial	1,000	,491
37. Seguridad turística	1,000	,901
38. Fomento	1,000	,774
39. Servicios públicos	1,000	,845
40. Mapa de actores en turismo]	1,000	,867

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.



Con el fin de clarificar la estructura factorial sin perder poder explicativo, se realiza una rotación ortogonal de ejes. Se trabajó con el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor).

**Tabla 48. Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente		
	1	2	3
33. Gestión de destino con enfoque sostenible	,681	-,013	,433
34. Especialización por funciones en la gestión del destino	,787	,244	-,029
35. Competencias gerenciales	,741	,005	,086
36. Asociatividad empresarial	,553	,152	,403
37. Seguridad turística	,207	,926	,008
38. Fomento	,774	,205	,364
39. Servicios públicos	,032	,752	,527
40. Mapa de actores en turismo	,232	,161	,887
Método de extracción: análisis de componentes principales.			
Método de rotación: Varimax con normalización Káiser.			
a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.			

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, asociado con las variables: gestión de destino con enfoque sostenible, especialización por funciones en la gestión del destino, competencias gerenciales, asociatividad empresarial y fomento. Tiene un poder explicativo del 46,266% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *gestión del destino*, por tener una saturación elevada.

**Factor 2**, está asociado con las variables: seguridad turística y servicios públicos. Tiene un poder explicativo del 15,857% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *seguridad y servicios*, por tener una saturación elevada.

**Factor 3**, se encuentra asociado con la variable mapa de actores en turismo, cuyo poder explicativo del 9,948% de la varianza total.

Las semejanzas de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. En el siguiente cuadro se aprecia el nombre de las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V033	Gestión de destino con enfoque sostenible	X17	Gestión del destino
V034	Especialización por funciones en la gestión del destino		
V035	Competencias gerenciales		
V036	Asociatividad empresarial		
V038	Fomento		
V037	Seguridad turística	X18	Seguridad y servicios
V039	Servicios públicos		
V040	Mapa de actores en turismo	X19	Mapa de actores en turismo

**Cuadro 34. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente: Elaboración propia**

#### 4.1.6.2.2. Variables relacionadas con el entorno político

Para el análisis factorial se considera las variables originales del cuestionario.

FACTORES	CÓDIGO	VARIABLES
Políticos	V041	Voluntad política
	V042	Continuidad en los proyectos
	V043	Concertación público-privada

**Cuadro 35. Variables relacionadas con el entorno político. Fuente: Cuadro 15**

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,586 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,005 que resulta prácticamente nulo, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior al umbral generalmente aceptado de 0,5.

#### Tabla 49. Prueba de KMO y Bartlett

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,586
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	12,658
	gl	3
	Sig.	,005

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con un factor que explica el 58,834% de la varianza total. Sin embargo, el segundo valor se encuentra muy próximo a 1, proporciona un factor que determina el 25,933% de la varianza, por tanto se decide

incluirlo también en la estructura factorial. Es decir, la estructura factorial se compone de dos factores que explican el 84,766% de la varianza total.

**Tabla 50. Varianza total explicada**

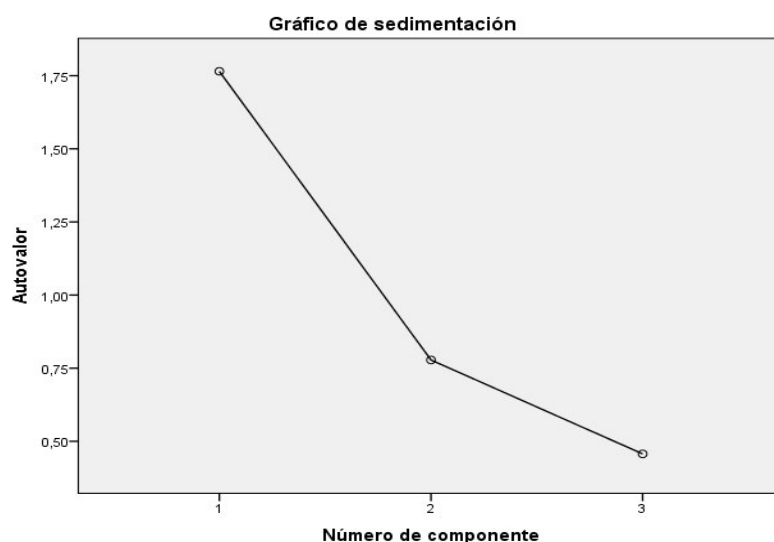
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1,765	58,834	58,834	1,765	58,834	58,834	1,418	47,251	47,251
2	,778	25,933	84,766	,778	25,933	84,766	1,125	37,516	84,766
3	,457	15,234	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La decisión de incluir el segundo factor se observa también en el gráfico de sedimentación:



**Figura 36:** Gráfico de sedimentación de los factores políticos

Las comunalidades son altas, lo que implica que las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores.

**Tabla 51. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
41. Voluntad política	1,000	,949
42. Continuidad en los proyectos	1,000	,858
43. Concertación público-privada	1,000	,736

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

Para determinar la estructura factorial sin perder poder explicativo, se realiza una rotación ortogonal de ejes. Se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor).

**Tabla 52. Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente	
	1	2
41. Voluntad política	,132	,965
42. Continuidad en los proyectos	,926	,021
43. Concertación público-privada	,736	,440
Método de extracción: análisis de componentes principales.		
Método de rotación: Varimax con normalización Káiser.		
a. La rotación ha convergido en 3 iteraciones.		

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, asociado con las variables: continuidad en los proyectos y concertación público-privada. Tiene un poder explicativo del 58,834% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *continuidad en los proyectos*, por tener una saturación elevada.

**Factor 2**, se encuentra asociado con la variable voluntad política, tiene un poder explicativo del 25,933% de la varianza total.

Del análisis factorial realizado, se concluye que existe una elevada relación entre variables, las semejanzas de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. En el siguiente cuadro se aprecia el nombre de las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V042	Continuidad en los proyectos	X20	Continuidad en los proyectos
V043	Concertación público-privada		
V041	Voluntad política	X21	Voluntad política

**Cuadro 36. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente:** Elaboración propia

#### 4.1.6.2.3. Variables relacionadas con la producción y servicios

Para efectuar el análisis factorial de las variables relacionadas con la producción y servicios, se considera las variables originales del cuestionario.

FACTORES	CÓDIGO	VARIABLES
Producción y servicios	V044	Riobamba destino turístico
	V045	Cadena productiva
	V046	Incremento del turismo
	V047	Calidad de productos y servicios
	V048	Cadena de valor
	V049	Productos turísticos definidos

**Cuadro 37. Variables relacionadas con la producción y servicios.**

**Fuente: Cuadro 15**

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,593 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,000, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior a 0,5 que es el umbral generalmente aceptado.

**Tabla 53. Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,593
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	65,274
	gl	15
	Sig.	,000

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con dos factores que explican el 69,697% de la varianza total. Sin embargo, el tercer valor se encuentra muy próximo a 1, proporciona un factor que determina el 16,247% de la varianza, por tanto se decide incluirlo también en la estructura factorial. Es decir, la estructura factorial se compone de tres factores que explican el 85,945% de la varianza total.

**Tabla 54. Varianza total explicada**

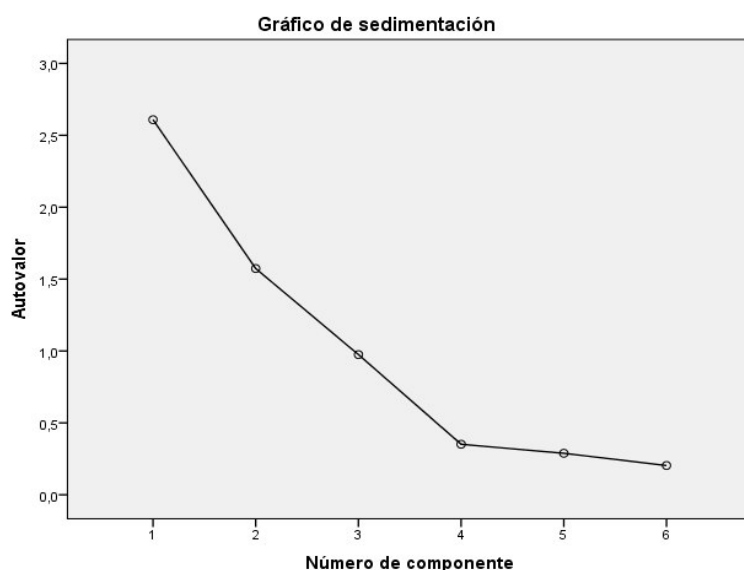
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2,608	43,475	43,475	2,608	43,475	43,475	1,812	30,204	30,204
2	1,573	26,223	69,697	1,573	26,223	69,697	1,748	29,138	59,343
3	,975	16,247	85,945	,975	16,247	85,945	1,596	26,602	85,945
4	,351	5,855	91,800						
5	,288	4,807	96,607						
6	,204	3,393	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

El gráfico de sedimentación muestra con claridad que es posible incluir el tercer factor.



**Figura 37: Gráfico de sedimentación de los factores de producción y servicios**

Las comunalidades son altas, lo que implica que las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores.

**Tabla 55. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
44. Riobamba destino turístico	1,000	,818
45. Cadena productiva	1,000	,815
46. Incremento del turismo	1,000	,871
47. Calidad de productos y servicios	1,000	,869
48. Cadena de valor	1,000	,901
49. Productos turísticos	1,000	,882
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

Con el fin de tener claro la estructura factorial sin perder poder explicativo, se realiza una rotación ortogonal de ejes. Se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor).

**Tabla 56. Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente		
	1	2	3
44. Riobamba destino turístico	,904	-,012	-,014
45. Cadena productiva	,872	,196	,130
46. Incremento del turismo	,339	,109	,863
47. Calidad de productos y servicios	-,173	,274	,874
48. Cadena de valor	-,067	,921	,219
49. Productos turísticos	,293	,880	,149
Método de extracción: análisis de componentes principales.			
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.			
a. La rotación ha convergido en 4 iteraciones.			

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, asociado con las variables: Riobamba destino turístico y cadena productiva. Tiene un poder explicativo del 43,475% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *destino turístico*, por tener una saturación elevada.

**Factor 2**, se encuentra asociado con las variables: cadena de valor y productos turísticos. Tiene un poder explicativo del 26,223% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *cadena de valor*, por tener una saturación elevada.

**Factor 3**, está asociado con las variables: incremento del turismo y calidad de productos y servicios. Tiene un poder explicativo del 16,247% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *calidad de productos y servicios*, por tener una saturación elevada.

Las similitudes de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. A continuación se aprecia el nombre de las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V044	Riobamba destino turístico	X22	Destino turístico
V045	Cadena productiva		
V048	Cadena de valor	X23	Cadena de valor
V049	Productos turísticos definidos		
V046	Incremento del turismo	X24	Calidad de productos y servicios
V047	Calidad de productos y servicios		

**Cuadro 38. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente:** Elaboración propia

#### 4.1.6.2.4. Variables relacionadas con el entorno cultural

En el análisis factorial de las variables del entorno cultural, se trabaja con las variables originales del cuestionario.

FACTORES	CÓDIGO	VARIABLES
Culturales	V050	Identidad cultural de los habitantes de Riobamba
	V051	Cultura turística
	V052	Multilingüismo
	V053	Actitud del servicio
	V054	Capacitación en competencias laborales
	V055	Programas educativos formales

**Cuadro 39. Variables del entorno cultural. Fuente: Cuadro 15**

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,556 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,000, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior al umbral generalmente aceptado de 0,5.

**Tabla 57. Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,556
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	84,593
	gl	15
	Sig.	,000

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

Se utiliza el método de Káiser que calcula tantos factores como autovalores mayores que 1 existan. La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con dos factores que explican el 73,150% de la varianza total. Sin embargo, el tercer valor se encuentra muy próximo a 1 y proporciona un factor que determina el 13,912% de la varianza, por tanto, se decide incluirlo también en la estructura factorial. En consecuencia, la estructura factorial se compone de tres factores que explican el 87,063% de la varianza total.



**Tabla 58. Varianza total explicada**

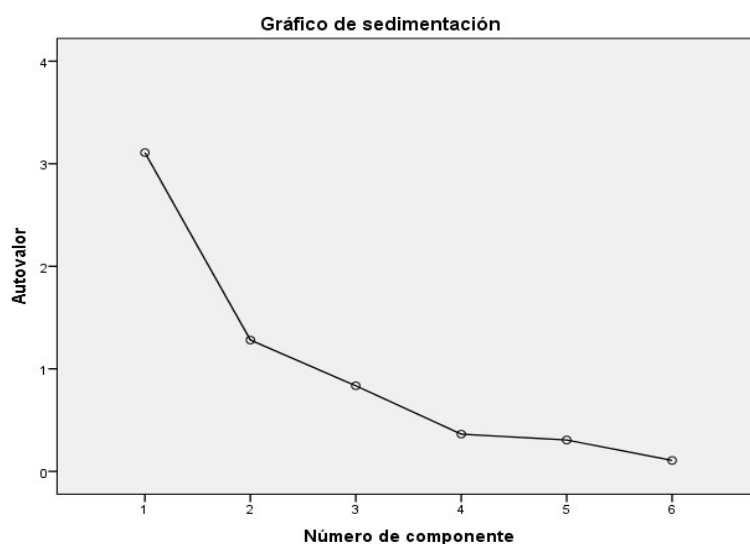
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	3,108	51,803	51,803	3,108	51,803	51,803	2,660	44,332	44,332
2	1,281	21,348	73,150	1,281	21,348	73,150	1,729	28,818	73,150
3	,835	13,912	87,063						
4	,363	6,056	93,119						
5	,306	5,103	98,222						
6	,107	1,778	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La decisión de incluir el tres factor se observa también en el gráfico de sedimentación:

**Figura 38: Gráfico de sedimentación de los factores del entorno cultural**

Las cinco variables están muy bien representadas en el espacio de los factores por cuanto las comunalidades son altas.

**Tabla 59. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
50. Identidad cultural de los habitantes de Riobamba	1,000	,452
51. Cultura turística	1,000	,734
52. Multilingüismo	1,000	,844
53. Actitud del servicio	1,000	,654
54. Capacitación en competencias laborales	1,000	,863
55. Programas educativos formales	1,000	,842

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

Con el propósito de clarificar la estructura factorial sin perder poder explicativo, se realiza una rotación ortogonal de ejes. Se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor).

**Tabla 60. Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente		
	1	2	3
50. Identidad cultural de los habitantes de Riobamba	,134	,105	,952
51. Cultura turística	,585	,192	,616
52. Multilingüismo	,847	,121	,381
53. Actitud del servicio	,959	,157	,024
54. Capacitación en competencias laborales	,095	,923	,052
55. Programas educativos formales	,182	,884	,168
Método de extracción: análisis de componentes principales.			
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.			
a. La rotación ha convergido en 4 iteraciones.			

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, se encuentra asociado con las variables: multilingüismo y actitud de servicio. Tiene un poder explicativo del 51,803% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *actitud de servicio*, por tener una saturación elevada.

**Factor 2**, se encuentra asociado con las variables: capacitación en competencias laborales y programas educativos formales. Tiene un poder explicativo del 21,348% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *educación y capacitación*, por tener una saturación elevada.

**Factor 3**, se encuentra asociado con las variables: identidad cultural de los habitantes de Riobamba y cultura turística. Tiene un poder explicativo del 13,912% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *identidad cultural*, por tener una saturación elevada.

Se concluye que existe una elevada coherencia entre variables, las similitudes de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. Las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico se indican en el siguiente cuadro:

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V052	Multilingüismo	X25	Actitud del servicio
V053	Actitud del servicio		
V054	Capacitación en competencias laborales	X26	Educación y capacitación
V055	Programas educativos formales		
V050	Identidad cultural de los habitantes de Riobamba	X27	Identidad cultural
V051	Cultura turística		

**Cuadro 40. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente: Elaboración propia**

#### 4.1.6.2.5. Variables relacionadas con la infraestructura

Para el análisis factorial de las variables de infraestructura, se considera las variables originales del cuestionario.

FACTORES	CÓDIGO	VARIABLES
Infraestructura	V056	Recursos para infraestructura turística
	V057	Accesibilidad y facilidades turísticas
	V058	Conectividad turística
	V059	Vías de acceso

**Cuadro 41. Variables de la infraestructura. Fuente: Cuadro 15**

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,740 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,000, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior al umbral generalmente aceptado de 0,5.

#### Tabla 61. Prueba de KMO y Bartlett

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,740
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	65,653
	gl	6
	Sig.	,000

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con un factor que explica el 72,936% de la varianza total.

**Tabla 62. Varianza total explicada**

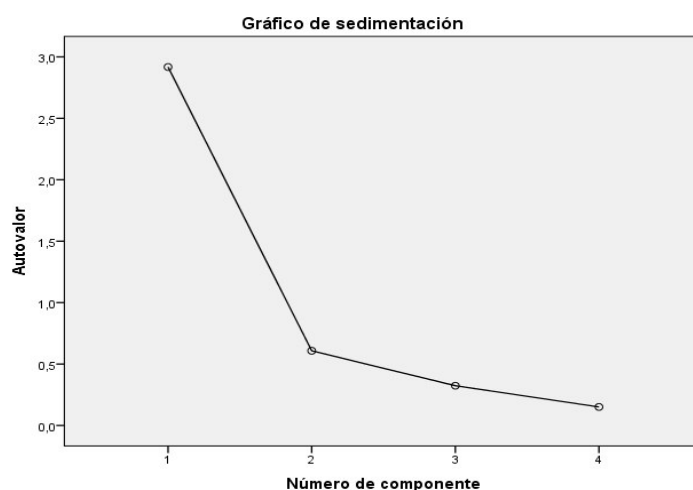
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2,917	72,936	72,936	2,917	72,936	72,936
2	,608	15,204	88,140			
3	,324	8,091	96,230			
4	,151	3,770	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La decisión de incluir un factor se observa también en el gráfico de sedimentación:

**Figura 39: Gráfico de sedimentación de los factores de infraestructura**

En las tres últimas variables las comunales son altas, lo que implica que las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores, se exceptúa la variable recursos para infraestructura turística donde la comunalidad es baja (0,523) y por tanto debe eliminarse.

**Tabla 63. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
56. Recursos para infraestructura turística	1,000	,523
57. Accesibilidad	1,000	,751
58. Conectividad turística	1,000	,808
59. Vías de comunicación	1,000	,836

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

Se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor), con el fin de determinar la estructura factorial sin perder poder explicativo.

**Tabla 64. Matriz de componente<sup>a</sup>**

	Componente
	1
56. Recursos para infraestructura turística	,723
57. Accesibilidad	,866
58. Conectividad turística	,899
59. Vías de comunicación	,915
Método de extracción: análisis de componentes principales.	
a. 1 componentes extraídos.	

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, asociado con las variables: recursos para infraestructura turística, accesibilidad, conectividad turística y vías de comunicación. Tiene un poder explicativo del 72,936% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor es *conectividad turística*.

Se concluye del análisis factorial realizada que existe una elevada relación entre variables, las semejanzas de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. En el siguiente cuadro se aprecia el nombre de las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V056	Recursos para infraestructura turística	X28	Conectividad turística
V057	Accesibilidad y facilidades turísticas		
V058	Conectividad turística		
V059	Vías de acceso		

**Cuadro 42. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente:** Elaboración propia

#### 4.1.6.2.6. Variables relacionadas con el mercado

Para efectuar el análisis factorial de las variables relacionadas con el mercado, se considera las variables originales del cuestionario.

FACTORES	CÓDIGO	VARIABLES
Mercado	V060	Oferta
	V061	Demanda
	V062	Estrategias de promoción
	V063	Marca y posicionamiento de la ciudad
	V064	Canales de distribución
	V065	Rutas turísticas
	V066	Atractivos turísticos

**Cuadro 43. Variables del mercado. Fuente: Cuadro 15**

La prueba de Bartlett (tabla 65) tiene un valor de 0,734 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,000, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior al umbral generalmente aceptado de 0,5.

**Tabla 65. Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,734
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	131,757
	gl	21
	Sig.	,000

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con un factor que explica el 61,583% de la varianza total. Sin embargo, el segundo valor se encuentra muy próximo a 1, proporciona un factor que determina el 12,975% de la varianza, por tanto se decide incluirlo también en la estructura factorial. Es decir, la estructura factorial se compone de dos factores que explican el 74,557% de la varianza total.

**Tabla 66. Varianza total explicada**

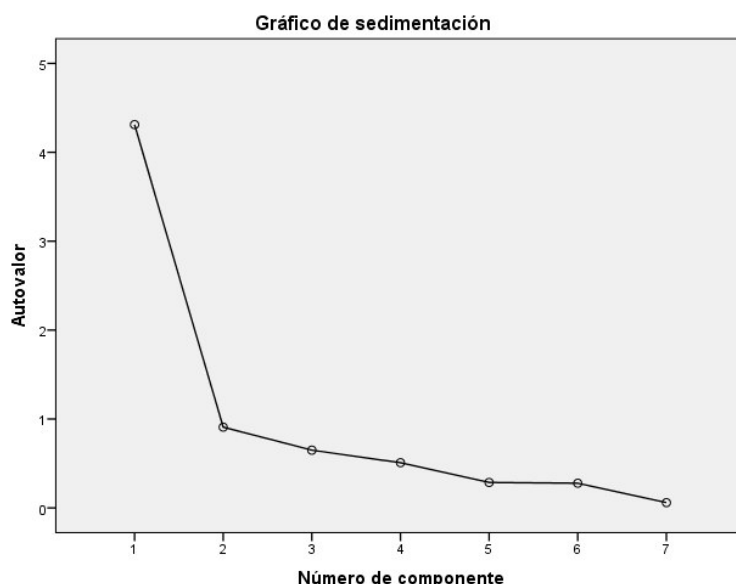
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	4,311	61,583	61,583	4,311	61,583	61,583
2	,908	12,975	74,557			
3	,649	9,278	83,836			
4	,509	7,267	91,102			
5	,286	4,089	95,191			
6	,277	3,961	99,152			
7	,059	,848	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

La decisión de incluir el segundo factor se observa también en el gráfico de sedimentación:



**Figura 40:** Gráfico de sedimentación de los factores de mercado

Las comunalidades son altas, lo que implica que las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores.

**Tabla 67. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
60. Oferta	1,000	,761
61. Demanda	1,000	,798
62. Estrategias de promoción	1,000	,643
63. Marca y posicionamiento de la ciudad	1,000	,737
64. Canales de distribución	1,000	,740
65. Rutas turísticas	1,000	,913
66. Atractivos turísticos	1,000	,627
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

Se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor).

**Tabla 68. Matriz de componente<sup>a</sup>**

	Componente	
	1	2
60. Oferta	,640	,592
61. Demanda	,867	,217
62. Estrategias de promoción	,541	,592
63. Marca y posicionamiento de la ciudad	,849	,128
64. Canales de distribución	,830	,226
65. Rutas turísticas	,084	,952
66. Atractivos turísticos	,656	,443
Método de extracción: análisis de componentes principales.		
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.		
a. La rotación ha convergido en 3 iteraciones.		

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, se encuentra asociado con las variables: oferta, demanda, marca y posicionamiento de la ciudad, canales de distribución y atractivos turísticos. Tiene un poder explicativo del 61,583% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *demanda insatisfecha*.

**Factor 2**, se encuentra asociado con las variables: estrategias de promoción y rutas turísticas. Tiene un poder explicativo del 12,975% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *promoción*.

Las semejanzas de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. Las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico se aprecian en el siguiente cuadro.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V060	Oferta	X29	Demanda insatisfecha
V061	Demanda		
V063	Marca y posicionamiento de la ciudad		
V064	Canales de distribución		
V066	Atractivos turísticos		
V062	Estrategias de promoción	X30	Promoción
V065	Rutas turísticas		

**Cuadro 44. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente:** Elaboración propia



#### 4.1.6.3. Factores relacionadas con el entorno institucional

Para efectuar el análisis factorial de las variables del entorno institucional, se considera las variables originales del cuestionario.

FACTORES	CÓDIGO	VARIABLES
Instituciones públicas y privadas	V067	Programas de financiamiento
	V068	Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)
	V069	Capacitación, asesoría y asistencia técnica
	V070	Incubadoras de empresas
	V071	Subsidios y apoyos económicos
	V072	Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento
	V073	Estrategias de acompañamiento a emprendedores
	V074	Facilidades para la constitución de emprendimientos
	V075	Leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos
	V076	Infraestructura
	V077	Apoyo institucional a la creación de emprendimientos
	V078	Investigación e innovación de emprendimientos
	V079	Asociatividad para el emprendimiento
V080	Inversión en emprendimientos	

**Cuadro 45. Factores y variables del entorno institucional. Fuente: Cuadro 16**

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,596 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,000, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior al umbral generalmente aceptado de 0,5.

**Tabla 69. Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,596
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	187,204
	gl	91
	Sig.	,000

**Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.**

**Procesamiento: IBM SPSS Statistics V-22.**

La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con cinco factores que explican el 76,077% de la varianza total.

**Tabla 70. Varianza total explicada**

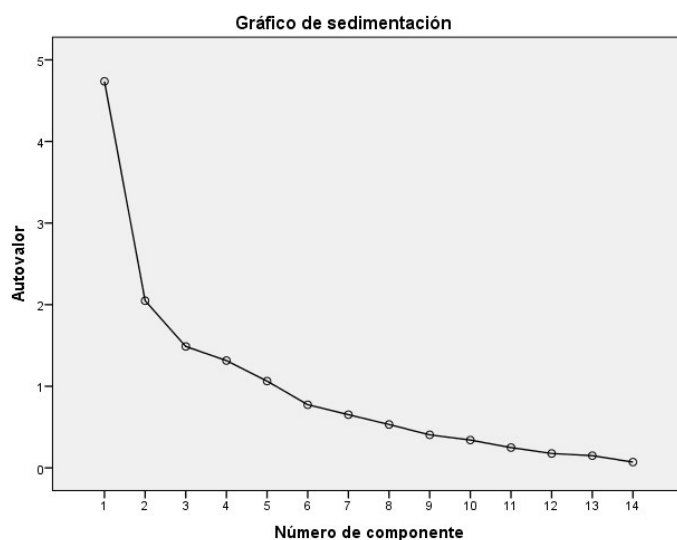
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	4,736	33,831	33,831	4,736	33,831	33,831	2,497	17,837	17,837
2	2,048	14,629	48,459	2,048	14,629	48,459	2,276	16,258	34,096
3	1,488	10,627	59,087	1,488	10,627	59,087	2,224	15,889	49,985
4	1,315	9,394	68,480	1,315	9,394	68,480	1,830	13,070	63,055
5	1,063	7,596	76,077	1,063	7,596	76,077	1,823	13,022	76,077
6	,774	5,528	81,604						
7	,652	4,658	86,262						
8	,532	3,798	90,060						
9	,405	2,893	92,953						
10	,341	2,436	95,389						
11	,249	1,778	97,167						
12	,176	1,258	98,425						
13	,150	1,070	99,496						
14	,071	,504	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

El gráfico de sedimentación muestra los cinco factores que se incluyen en el análisis.



**Figura 41: Gráfico de sedimentación de los factores del entorno institucional**

En las diez variables las comunalidades son altas, lo que implica que las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores, mientras 4 variables tienen las comunalidades bajas.

**Tabla 71. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
67. Programas de financiamiento	1,000	,802
68. Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)	1,000	,557
69. Capacitación, asesoría y asistencia técnica	1,000	,774
70. Incubadoras de empresas	1,000	,813
71. Subsidios y apoyos económicos]	1,000	,685
72. Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento	1,000	,701
73. Estrategias de acompañamiento a emprendedores	1,000	,652
74. Facilidades para la constitución de emprendimientos	1,000	,729
75. Leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos	1,000	,845
76. Infraestructura	1,000	,662
77. Apoyo institucional a la creación de emprendimientos	1,000	,807
78. Investigación e innovación de emprendimientos	1,000	,872
79. Asociatividad para el emprendimiento	1,000	,874
80. Inversión en emprendimientos	1,000	,876

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

Se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor), con el propósito de clarificar la estructura factorial sin perder poder explicativo.

**Tabla 72. Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente				
	1	2	3	4	5
67. Programas de financiamiento	,136	,215	,083	-,116	,847
68. Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)	,688	,126	,165	-,176	,097
69. Capacitación, asesoría y asistencia técnica	,286	,185	,188	,201	,764
70. Incubadoras de empresas	,395	-,227	,604	,011	,490
71. Subsidios y apoyos económicos	,735	,121	,296	,209	,013
72. Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento	,766	,139	-,182	-,033	,247
73. Estrategias de acompañamiento a emprendedores	,687	,285	,156	,148	,228
74. Facilidades para la constitución de emprendimientos	,301	,779	-,087	-,132	,080
75. Leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos	,072	,880	,152	,027	,202
76. Infraestructura	,219	,691	,348	,085	,089
77. Apoyo institucional a la creación de emprendimientos	,037	,378	,804	,044	,124
78. Investigación e innovación de emprendimientos	,137	,078	,900	,175	,079
79. Asociatividad para el emprendimiento	,061	,042	,192	,893	-,188
80. Inversión en emprendimientos	-,017	-,063	,017	,908	,220

Método de extracción: análisis de componentes principales.  
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, se encuentra asociado con las variables: exenciones fiscales (se excluye el pago de impuestos), subsidios y apoyos económicos, estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento y estrategias de acompañamiento a emprendedores. Tiene un poder explicativo del 33,831% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *subsidios y acompañamiento*.

**Factor 2**, se encuentra asociado con las variables: facilidades para la constitución de emprendimientos, leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos e infraestructura. Tiene un poder explicativo del 14,629% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *leyes y reglamentos*.

**Factor 3**, se encuentra asociado con las variables: incubadora de empresas, apoyo institucional a la creación de emprendimientos e investigación e innovación de emprendimientos. Tiene un poder explicativo del 10,627% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *incubadora de empresas*, por tener una saturación elevada.

**Factor 4**, se encuentra asociado con las variables: asociatividad para el emprendimiento e Inversión en emprendimientos. Tiene un poder explicativo del 9,394% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *inversión pública y privada*, por tener una saturación elevada.

**Factor 5**, se encuentra asociado con las variables: programas de financiamiento y, capacitación, asesoría y asistencia técnica. Tiene un poder explicativo del 7,596% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *asistencia financiera y técnica*.

Se concluye del análisis factorial realizada que existe una elevada coherencia conceptual entre variables, las similitudes de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. En el siguiente cuadro se aprecia el nombre de las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V068	Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)	X31	Subsidios y acompañamiento
V071	Subsidios y apoyos económicos		
V072	Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento		
V073	Estrategias de acompañamiento a emprendedores		
V074	Facilidades para la constitución de emprendimientos		
V075	Leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos	X32	Leyes y reglamentos
V076	Infraestructura		
V070	Incubadoras de empresas	X33	Incubadora de empresas
V077	Apoyo institucional a la creación de emprendimientos		
V078	Investigación e innovación de emprendimientos		
V079	Asociatividad para el emprendimiento	X34	Inversión pública y privada
V080	Inversión en emprendimientos		
V067	Programas de financiamiento	X35	Asistencia financiera y técnica
V069	Capacitación, asesoría y asistencia técnica		

**Cuadro 46. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente: Elaboración propia**

#### 4.1.6.4. Factores relacionadas con el proceso de planificación

Para efectuar el análisis factorial de las variables del proceso de planificación comercial, se considera las variables originales del cuestionario.

FACTOR	CÓDIGO	VARIABLES DE PLANIFICACIÓN
Proceso de planificación	V081	Dedicación de tiempo completo a la creación de la empresa
	V082	Dirección de investigaciones de mercado
	V083	Elaboración del plan de negocios
	V084	Desarrollo del producto o servicio
	V085	Ahorro de dinero para invertir en su negocio
	V086	Solicitud de fondos de bancos
	V087	Solicitud de financiación pública

**Cuadro 47. Variables del proceso de planificación. Fuente: Cuadro 17**

La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,532 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,009 que es prácticamente nulo, en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial, puesto que el resultado de KMO es superior al umbral generalmente aceptado de 0,5.

**Tabla 73. Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Káiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,532
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	39,383
	gl	21
	Sig.	,009

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con tres factores que explican el 68,192% de la varianza total. Sin embargo, el cuarto valor se encuentra muy próximo a 1, proporciona un factor que determina el 12,253% de la varianza, por tanto se decide incluirlo también en la estructura factorial. Es decir, la estructura factorial se compone de cuatro factores que explican el 79,611% de la varianza total.

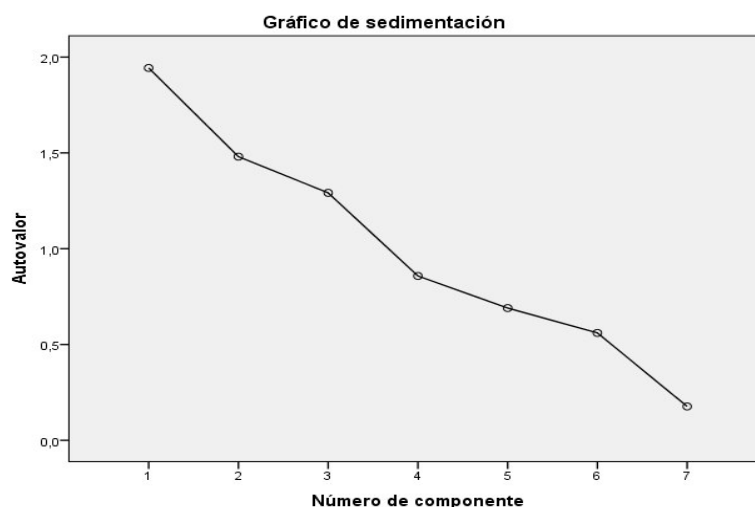
**Tabla 74. Varianza total explicada**

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1,943	27,759	27,759	1,943	27,759	27,759	1,808	25,824	25,824
2	1,480	21,150	48,909	1,480	21,150	48,909	1,503	21,468	47,292
3	1,291	18,449	67,358	1,291	18,449	67,358	1,405	20,066	67,358
4	,858	12,253	79,611						
5	,690	9,860	89,471						
6	,560	8,005	97,476						
7	,177	2,524	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22

La decisión de incluir el cuarto factor se observa también en el gráfico de sedimentación:

**Figura 42: Gráfico de sedimentación de los factores de planificación**

Las comunalidades son altas, lo que implica que las variables están muy bien representadas en el espacio de los factores.

**Tabla 75. Comunalidades**

	Inicial	Extracción
81. Dedicación de tiempo a la creación de la empresa	1,000	,904
82. Dirección de investigaciones de mercado	1,000	,819
83. Elaboración del plan de negocios	1,000	,907
84. Desarrollo del producto o servicio	1,000	,886
85. Ahorro de dinero para invertir en su negocio	1,000	,696
86. Solicitud de fondos de bancos	1,000	,695
87. Solicitud de financiación pública	1,000	,666
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

Con el propósito de clarificar la estructura factorial sin perder poder explicativo, se realiza una rotación ortogonal de ejes. Se elige el método *Varimax* (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor).

**Tabla 76. Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente			
	1	2	3	4
81. Dedicación de tiempo a la creación de la empresa	,897	-,242	-,059	,193
82. Dirección de investigaciones de mercado	,177	-,228	,491	,703
83. Elaboración del plan de negocios	,096	,102	,941	-,036
84. Desarrollo del producto o servicio	,782	,197	,447	-,189
85. Ahorro de dinero para invertir en su negocio	-,035	,214	-,201	,780
86. Solicitud de fondos de bancos	-,135	,808	,079	-,135
87. Solicitud de financiación pública	,058	,729	,011	,363
Método de extracción: análisis de componentes principales.				
Método de rotación: Varimax con normalización Káiser.				
a. La rotación ha convergido en 8 iteraciones.				

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

**Factor 1**, se encuentra asociado con las variables: dedicación de tiempo a la creación de la empresa y desarrollo del producto o servicio. Tiene un poder explicativo del 27,759% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *desarrollo del producto o servicio*.

**Factor 2**, se encuentra asociado con las variables: solicitud de fondos de bancos y solicitud de financiación pública. Tiene un poder explicativo del 21,150% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *financiación*.

**Factor 3**, se encuentra asociado con la variable elaboración del plan de negocios, cuyo poder explicativo del 18,449% de la varianza total.

**Factor 4**, se encuentra asociado con las variables: dirección de investigaciones de mercado y ahorro de dinero para invertir en su negocio. Tiene un poder explicativo del 12,253% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será *ahorro*.

Se concluye del análisis factorial realizada que existe una elevada relación entre variables, las similitudes de las variables obtenidas con las propuestas originalmente en el modelo refuerzan la validez conceptual. En el siguiente cuadro se aprecia el nombre de las variables agregadas que se trabajarán en el modelo logístico.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V081	Dedicación de tiempo completo al negocio	X36	Desarrollo del producto o servicio
V084	Desarrollo del producto o servicio		
V086	Solicitud de fondos de bancos	X37	Financiación
V087	Solicitud de financiación pública		
V083	Elaboración del plan de negocios	X38	Plan de negocios
V082	Dirección de investigaciones de mercado	X39	Ahorro
V085	Ahorro de dinero para invertir en su negocio		

**Cuadro 48. Variables agregadas para el modelo logístico. Fuente: Elaboración propia**



#### 4.1.7. *Análisis de regresión logística*

Con el fin de determinar las variables que influyen en la creación de los emprendimientos turísticos, se ha desarrollado el análisis de regresión logística, también conocido como análisis logit. Es un modelo estadístico que permite conocer la relación entre: una variable dependiente cualitativa dicotómica, que posee dos categorías: (1) *Si influye* en la creación del emprendimiento, y (0) *No influye* en la creación del emprendimiento y las demás variables independientes son de naturaleza categórica y métrica.

El análisis logit se realiza en cuatro escenarios: a) factores y variables del emprendedor, b) factores y variables del entorno turístico, c) factores y variables del entorno institucional, d) factores y variables del proceso de planificación. El propósito de trabajar en cuatro escenarios es para identificar aquellos que tienen mayor relevancia en el desarrollo de emprendimientos turísticos. Así también, analizar la capacidad explicativa cuando se pasa de la unilateralidad a la multilateralidad en el proceso de creación de emprendimientos.

Para el análisis de regresión logística se utilizan las variables modificadas con los respectivos promedios de las escalas obtenidas en las variables originales y se tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

- a) Se utilizará el *análisis de regresión logística binaria*, por cuanto la variable dependiente es dicotómica; es decir, tiene dos categorías: (1) Si influye con el desarrollo de emprendimientos turísticos. (0) No influye con el desarrollo de emprendimientos turísticos.
- b) Se considera como categoría de referencia la primera, cuando se trata de realizar los contrastes de las variables independientes o categóricas.
- c) *-2 logaritmo de la verosimilitud (-2LL) o desviación*, mide hasta qué punto un modelo se ajusta bien a los datos. El ajuste será mejor, cuanto más pequeño sea el valor.
- d) *R<sup>2</sup> de Cox y Snell*, es un coeficiente de determinación generalizado que se utiliza para estimar la proporción de varianza de la variable dependiente explicada por

las variables predictoras (independientes). La  $R^2$  de Cox y Snell se basa en la comparación del logaritmo de la verosimilitud (LL) para el modelo respecto al logaritmo de la verosimilitud (LL) para un modelo de línea base. Los valores oscilan entre 0 y 1.

- e)  **$R^2$  de Nagelkerke**, es una versión corregida de la  $R^2$  de Cox y Snell. La  $R^2$  de Cox y Snell tiene un valor máximo inferior a 1, incluso para un modelo "perfecto". La  $R^2$  de Nagelkerke corrige la escala del estadístico para cubrir el rango completo de 0 a 1. Es una medida de bondad de ajuste e indica la proporción de varianza explicada por el modelo. Tiene una variación entre 0 y 1, valores próximos a cero indican modelos inadecuados y valores próximos a 1 indican modelos óptimos.
- f) La **Chi-cuadrado ( $\chi^2$ )**, si existe concordancia perfecta entre las frecuencias observadas y las esperadas el estadístico tomará un valor igual a 0; por el contrario, si existe una gran discrepancia entre estas frecuencias el estadístico tomará un valor grande y, en consecuencia, se rechazará la hipótesis nula.
- g) **Hosmer-lemeshow**, Para un nivel de significancia del 5% (10%), si el valor de la probabilidad es mayor que 0,05 (0,1) es un buen modelo. Es un Test donde se evalúa la distancia entre un dato observado y un dato esperado.
- h) **Especificidad y sensibilidad**, una ecuación sin poder de clasificación alguno tendría una especificidad, sensibilidad y total de clasificación correctas igual al 50% (por el simple azar). Un modelo puede considerarse aceptable si tanto la especificidad como la sensibilidad tienen un nivel alto, de al menos el 75% (De la Fuente Fernández, 2011).

#### **4.1.7.1. Análisis de regresión logístico del emprendedor**

El procesamiento de la información se realizó en el programa IBM SPSS Statistics V\_22. Con el propósito de evaluar en forma global la validez del modelo. En la mayoría de los casos, el análisis se efectuó mediante el método "*Hacia atrás: Wald*" que es un método por pasos hacia atrás, el contraste para la eliminación se basa en la probabilidad del estadístico de Wald. Se selecciona hacia atrás porque se desea que el modelo incluya

en un principio todas las variables independientes y vaya quitando variables en cada paso hasta quedar con las variables explicativas.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
<b>VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS</b>			
V003	Educación regular (primaria, secundaria, superior)	X01	Educación
V002	Estabilidad familiar		
V004	Capacitación para emprendimientos		
V005	Experiencia con familiares en la creación de empresas	X02	Experiencia con familiares en la creación de empresas
V007	Capacidad económica del emprendedor	X03	Capacidad económica del emprendedor
V006	Experiencia en la actividad que desea emprender	X04	Experiencia en la actividad que desea emprender
<b>VARIABLES DE PERSONALIDAD</b>			
V010	Tolerancia a cambios	X05	Autocontrol
V016	Toma de iniciativa		
V017	Estabilidad y autocontrol		
V018	Nuevos retos		
V013	Acepta riesgos moderados	X06	Autoconfianza
V014	Locus de control interno/ Autoconfianza		
V015	Capacidad de solucionar problemas		
V008	Perseverancia y compromiso total	X07	Liderazgo y perseverancia
V009	Liderazgo		
V012	Responsabilidad personal		
V011	Necesidad y reconocimiento de logro	X08	Reconocimiento
<b>VARIABLES DE MOTIVACIÓN</b>			
V020	Autoconfianza	X9	Autoconfianza
V022	Impulso o energía		
V024	Capacidad de relacionarse con los clientes		
V023	Capacidad de conseguir recursos financieros	X10	Capacidad de conseguir recursos financieros
V019	Percepción de beneficio económico	X11	Percepción de beneficio económico
V021	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	X12	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros
<b>VARIABLES DE CAPACIDADES Y COMPETENCIAS</b>			
V027	Aprovecha oportunidades	X13	Capacidad de reflexión
V028	Planificar con límites de tiempo		
V029	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión		
V031	Redes de contacto local, nacional e internacional		
V025	Creatividad	X14	Creatividad e innovación
V026	Innovación		
V030	Exige eficiencia y calidad	X15	Eficiencia y calidad
V032	Relaciones entre emprendedores	X16	Relaciones entre emprendedores

**Cuadro 49. Variables independientes originales y agregadas del emprendedor**

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.1.7.1.1. Análisis de regresión logístico de las variables sociodemográficas

Los coeficientes de determinación tienen los siguientes valores: *logaritmo de la verosimilitud* -2 (8,039), se ajusta muy bien por cuanto el valor es pequeño; mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,469) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,790), lo que pone de manifiesto que es un modelo óptimo, por cuanto se acerca a 1.

**Tabla 77. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	,000 <sup>a</sup>	,594	1,000
2	,000 <sup>a</sup>	,594	1,000
3	8,039 <sup>b</sup>	,469	,790

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.

b. La estimación ha terminado en el número de iteración 8 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). Se dice que el ajuste es bueno, cuando el valor de la probabilidad predicha (p) es alto, es decir, cercano a 1 de la variable binomial dependiente, en este caso el nivel de significación es 0,998 en consecuencia el ajuste es excelente.

**Tabla 78. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	2	1,000
2	,000	2	1,000
3	,752	7	,998

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente.

**Tabla 79. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		SOCIODEMOGRÁFICOS = No influye		SOCIODEMOGRÁFICOS = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	3	3,000	0	,000	3
	2	2	2,000	2	2,000	4
	3	0	,000	3	3,000	3
	4	0	,000	20	20,000	20
Paso 2	1	3	3,000	0	,000	3
	2	2	2,000	1	1,000	3
	3	0	,000	2	2,000	2
	4	0	,000	22	22,000	22
Paso 3	1	3	2,831	0	,169	3
	2	2	1,734	1	1,266	3
	3	0	,250	2	1,750	2
	4	0	,148	4	3,852	4
	5	0	,033	5	4,967	5
	6	0	,002	2	1,998	2
	7	0	,002	4	3,998	4
	8	0	,001	5	4,999	5
	9	0	,000	2	2,000	2

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

Una ecuación sin poder de clasificación alguno tendría una especificidad, sensibilidad y total de clasificación correctas igual al 50% (por el simple azar). Un modelo puede considerarse aceptable si tanto la especificidad como la sensibilidad tienen un nivel alto, de al menos el 75% (De la Fuente Fernández, 2011). De los resultados obtenidos se desprende que el modelo tiene una especificidad del 96% y una sensibilidad del 80%.

**Tabla 80. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado	Pronosticado			
		SOCIODEMOGRÁFICOS		Corrección de porcentaje	
		No influye	Si influye		
Paso 1	SOCIODEMOGRÁFICOS	No influye	5	0	100,0
		Si influye	0	25	100,0
	Porcentaje global				100,0
Paso 2	SOCIODEMOGRÁFICOS	No influye	5	0	100,0
		Si influye	0	25	100,0
	Porcentaje global				100,0
Paso 3	SOCIODEMOGRÁFICOS	No influye	4	1	80,0
		Si influye	1	24	96,0
	Porcentaje global				93,3

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

Finalmente, en la siguiente tabla se presenta las variables de la ecuación, los coeficientes de regresión con sus correspondientes errores estándar (ET), el valor del

estadístico de Wald para evaluar la hipótesis nula ( $\pi = 0$ ), la significación estadística asociada, y el valor de  $\text{Exp}(\beta_i)$  con sus intervalos de confianza.

**Tabla 81. Variables en la ecuación**

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)		
							Inferior	Superior	
Paso 1a	X01	33,518	7182,491	,000	1	,996	360198455707567,000	,000	.
	X02	30,134	17445,146	,000	1	,999	12217193495877,676	,000	.
	X03	36,724	12966,626	,000	1	,998	8895091137045016,000	,000	.
	X04	30,362	14286,310	,000	1	,998	15348734502344,762	,000	.
	Constante	-439,479	83312,412	,000	1	,996	,000		
Paso 2a	X01	230,773	10677,373	,000	1	,983	1,672E+100	,000	.
	X03	202,433	9247,431	,000	1	,983	8,232E+87	,000	.
	X04	86,625	4013,492	,000	1	,983	4,177E+37	,000	.
	Constante	-1746,907	80410,475	,000	1	,983	,000		
Paso 3a	X01	2,196	1,182	3,451	1	,063	8,990	,886	91,201
	X03	3,508	1,755	3,996	1	,046	33,397	1,071	1041,386
	Constante	-17,362	8,302	4,374	1	,036	,000		

a. Variables especificadas en el paso 1: X01, X02, X03, X04.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De las cuatro variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, sólo dos resultaron ser significativas, al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influya los aspectos sociodemográficos en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

En resumen, las variables: educación ( $X_1$ ) y capacidad económica del emprendedor ( $X_3$ ), son variables que se encuentran en el modelo de regresión logístico, poseen un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influye favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

El **Modelo Logit** (modelo de regresión logística binario) ajustado resulta:

$$p[(Y = 1) / x_1, x_2, \dots, x_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}} \quad (8)$$

Sustituyendo los valores de  $\beta_i$  obtenidos y los valores de  $x_i$  correspondientes a las variables de estudio, se obtiene la ecuación de probabilidad de influencia  $p(i)$  para las variables sociodemográficas del emprendedor.

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(17,362 - 2,196X_1 - 3,508X_3)}} \quad (9)$$

#### 4.1.7.1.2. Análisis de regresión logístico de las variables de la personalidad

El *logaritmo de la verosimilitud* -2 (14,221), se ajusta muy bien por cuanto el valor es pequeño; mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,550) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,764), lo que indica que el modelo es muy bueno, por cuanto se acerca a 1.

**Tabla 82. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	,000 <sup>a</sup>	,720	1,000
2	,000 <sup>a</sup>	,720	1,000
3	,000 <sup>a</sup>	,720	1,000
4	14,221 <sup>b</sup>	,550	,764
a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.			
b. La estimación ha terminado en el número de iteración 6 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.			

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). Se dice que el ajuste es bueno, cuando el valor de la probabilidad predicha (p) es alto, es decir, cercano a 1 de la variable binomial dependiente, en este caso el nivel de significación es 0,977 en consecuencia el ajuste es excelente.

**Tabla 83. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	5	1,000
2	,000	5	1,000
3	,000	2	1,000
4	,001	1	,977

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente.

**Tabla 84. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		PERSONALIDAD = No influye		PERSONALIDAD = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	4	4,000	0	,000	4
	2	2	2,000	0	,000	2
	3	4	4,000	0	,000	4
	4	0	,000	2	2,000	2
	5	0	,000	3	3,000	3
	6	0	,000	3	3,000	3
	7	0	,000	12	12,000	12
Paso 2	1	4	4,000	0	,000	4
	2	1	1,000	0	,000	1
	3	5	5,000	0	,000	5
	4	0	,000	2	2,000	2
	5	0	,000	4	4,000	4
	6	0	,000	2	2,000	2
	7	0	,000	12	12,000	12
Paso 3	1	1	1,000	0	,000	1
	2	8	8,000	0	,000	8
	3	1	1,000	2	2,000	3
	4	0	,000	18	18,000	18
Paso 4	1	1	,999	0	,001	1
	2	8	8,002	1	,998	9
	3	1	,999	19	19,001	20

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De los resultados obtenidos en la *tabla de clasificación*, se desprende que el modelo tiene una especificidad del 95% y una sensibilidad del 90%, en consecuencia el modelo se considera aceptable por cuanto la especificidad y la sensibilidad tienen un nivel alto.

**Tabla 85. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado		Pronosticado		
			PERSONALIDAD		Corrección de porcentaje
			No influye	Si influye	
Paso 1	PERSONALIDAD	No influye	10	0	100,0
		Si influye	0	20	100,0
	Porcentaje global				
Paso 2	PERSONALIDAD	No influye	10	0	100,0
		Si influye	0	20	100,0
	Porcentaje global				
Paso 3	PERSONALIDAD	No influye	10	0	100,0
		Si influye	0	20	100,0
	Porcentaje global				
Paso 4	PERSONALIDAD	No influye	9	1	90,0
		Si influye	1	19	95,0
	Porcentaje global				

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.



En la siguiente tabla se presenta las *variables en la ecuación*, los coeficientes de regresión con sus correspondientes errores estándar (ET), el valor del estadístico de Wald para evaluar la hipótesis nula ( $\pi = 0$ ), la significación estadística asociada, y el valor de la  $\text{Exp}(\beta_i)$  con sus intervalos de confianza.

**Tabla 86. Variables en la ecuación**

		$\beta$	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp( $\beta$ )	95% C.I. para EXP(B)	
								Inferior	Superior
Paso 1a	X05	2,078	23601,895	,000	1	1,000	7,987	,000	.
	X06	30,961	28672,547	,000	1	,999	27927907102821,562	,000	.
	X07	38,349	14298,949	,000	1	,998	45163693538784776,000	,000	.
	X08	35,278	6803,129	,000	1	,996	2094462807479839,000	,000	.
	Constante	-409,555	71375,113	,000	1	,995	,000		
Paso 2a	X06	32,531	18202,977	,000	1	,999	134292411191602,340	,000	.
	X07	39,123	15927,088	,000	1	,998	97889953389049696,000	,000	.
	X08	35,420	6671,092	,000	1	,996	2414794910679045,000	,000	.
	Constante	-411,233	69902,796	,000	1	,995	,000		
Paso 3a	X07	71,753	10943,223	,000	1	,995	145157016155790930000 0000000000,000	,000	.
	X08	35,868	5922,202	,000	1	,995	3779245682375801,000	,000	.
	Constante	-413,461	62842,129	,000	1	,995	,000		
Paso 4a	X07	5,027	1,473	11,637	1	,001	152,411	8,488	2736,858
	Constante	-22,188	6,695	10,982	1	,001	,000		

a. Variables especificadas en el paso 1: X05, X06, X07, X08.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De las cuatro variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, sólo una resultó ser significativa; es decir, perseverancia ( $X_7$ ), es la variable que se encuentra en el modelo de regresión logístico, posee un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influye favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

El **Modelo Logit** (*modelo de regresión logística binario*) ajustado resulta:

$$p[(Y = 1) / x_1, x_2, \dots, x_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}} \quad (10)$$

La ecuación de probabilidad de influencia  $p(i)$  para las variables de personalidad del emprendedor es:

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(22,188 - 5,027X_7)}} \quad (11)$$

#### 4.1.7.1.3. Análisis de regresión logístico de las variables de motivación

Se trabaja con el *Método Hacia Adelante de Wald*, que es un método por pasos hacia adelante, el contraste para la eliminación se basa en la probabilidad del estadístico de Wald. Se selecciona hacia adelante porque se desea que el modelo incluya una por una todas las variables independientes y vaya incorporando variables en cada paso hasta quedar con las variables explicativas.

Los coeficientes de determinación tienen los siguientes valores: *logaritmo de la verosimilitud -2* (15,220), se ajusta bien por cuanto el valor es pequeño; mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,568) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,767), lo que pone de manifiesto que es un modelo óptimo, por cuanto se acerca a 1.

**Tabla 87. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	,000a	,740	1,000
2	11,685b	,616	,832
3	15,220c	,568	,767

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.

b. La estimación ha terminado en el número de iteración 8 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

c. La estimación ha terminado en el número de iteración 7 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). En este caso el nivel de significación es 0,985, en consecuencia el ajuste es excelente, pues el valor de la probabilidad predicha (p) es cercano a 1.

**Tabla 88. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	4	1,000
2	1,200	6	,977
3	1,007	6	,985

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente.

**Tabla 89. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		MOTIVACIÓN = No influye		MOTIVACIÓN = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	3	3,000	0	,000	3
	2	3	3,000	0	,000	3
	3	5	5,000	0	,000	5
	4	1	1,000	2	2,000	3
	5	0	,000	3	3,000	3
	6	0	,000	13	13,000	13
Paso 2	1	4	3,992	0	,008	4
	2	5	5,375	1	,625	6
	3	2	1,673	0	,327	2
	4	1	,655	3	3,345	4
	5	0	,275	3	2,725	3
	6	0	,020	4	3,980	4
	7	0	,010	3	2,990	3
	8	0	,000	4	4,000	4
Paso 3	1	2	1,999	0	,001	2
	2	7	7,331	1	,669	8
	3	1	,733	0	,267	1
	4	2	1,621	4	4,379	6
	5	0	,254	3	2,746	3
	6	0	,049	4	3,951	4
	7	0	,012	4	3,988	4
	8	0	,000	2	2,000	2

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la *tabla de clasificación* se indica que se tiene una especificidad del 94,4% y una sensibilidad del 83,3%. En consecuencia, el modelo puede considerarse aceptable porque la especificidad y sensibilidad tienen valores altos.

**Tabla 90. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado		Pronosticado		
			MOTIVACIÓN		Corrección de porcentaje
			No influye	Si influye	
Paso 1	MOTIVACIÓN	No influye	12	0	100,0
		Si influye	0	18	100,0
	Porcentaje global				
Paso 2	MOTIVACIÓN	No influye	11	1	91,7
		Si influye	1	17	94,4
	Porcentaje global				
Paso 3	MOTIVACIÓN	No influye	10	2	83,3
		Si influye	1	17	94,4
	Porcentaje global				

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la siguiente tabla se presenta las *variables de la ecuación*, de las cuatro variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, sólo dos resultaron ser significativas, al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influyan los aspectos motivacionales en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

Las variables: capacidad de conseguir recursos financieros (X<sub>10</sub>) y experiencia en administrar recursos humanos y financieros (X<sub>12</sub>), son variables que se encuentran en el modelo de regresión logístico, poseen un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influye favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

**Tabla 91. Variables en la ecuación**

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)		
							Inferior	Superior	
Paso 1a	X09	34,993	7450,815	,000	1	,996	1574889729577980,000	,000	.
	X10	35,059	9123,637	,000	1	,997	1682985798055361,000	,000	.
	X11	38,282	12349,387	,000	1	,998	42241857140596776,000	,000	.
	X12	37,344	8461,335	,000	1	,996	16531642268644220,000	,000	.
	Constante	-564,927	95956,785	,000	1	,995	,000		
Paso 2a	X09	3,336	2,340	2,032	1	,154	28,119	,286	2761,540
	X10	4,371	2,409	3,294	1	,070	79,158	,705	8884,808
	X12	3,781	1,424	7,047	1	,008	43,863	2,690	715,288
	Constante	-44,326	19,202	5,329	1	,021	,000		
Paso 3a	X10	4,775	2,180	4,797	1	,029	118,523	1,652	8503,691
	X12	3,388	1,265	7,174	1	,007	29,616	2,481	353,470
	Constante	-31,660	12,448	6,469	1	,011	,000		
a. Variables especificadas en el paso 1: X09, X10, X11, X12.									
b. Variables especificadas en el paso 4: X11.									
c. El procedimiento por pasos se ha detenido porque eliminar la variable menos significativa genera un modelo ajustado previamente.									

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

El **Modelo Logit** (*modelo de regresión logística binario*) ajustado resulta:

$$p[(Y = 1) / x_1, x_2, \dots, x_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}} \quad (12)$$

La ecuación de probabilidad de influencia p(i) para las variables motivacionales del emprendedor es:

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(31,660 - 4,775X_{10} - 3,388X_{12})}} \quad (13)$$

#### 4.1.7.1.4. Análisis de regresión logístico de las variables de competencias

El *logaritmo de la verosimilitud* -2 (10,742), se ajusta muy bien por cuanto el valor es pequeño; mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,551) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,803), pone de manifiesto que es un modelo muy bueno, por cuanto se acerca a 1.

**Tabla 92. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	,000a	,686	1,000
2	,000a	,686	1,000
3	10,742b	,551	,803

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.

b. La estimación ha terminado en el número de iteración 8 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). El nivel de significación es 0,866, es muy cercano a 1, en consecuencia, el ajuste es muy bueno.

**Tabla 93. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	3	1,000
2	,000	3	1,000
3	5,429	5	,866

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente.

**Tabla 94. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		COMPETENCIAS = No influye		COMPETENCIAS = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	3	3,000	0	,000	3
	2	3	3,000	0	,000	3
	3	2	2,000	2	2,000	4
	4	0	,000	5	5,000	5
	5	0	,000	15	15,000	15
Paso 2	1	3	3,000	0	,000	3
	2	3	3,000	0	,000	3
	3	2	2,000	1	1,000	3
	4	0	,000	6	6,000	6
	5	0	,000	15	15,000	15
Paso 3	1	3	2,991	0	,009	3
	2	2	2,723	1	,277	3
	3	3	1,604	0	1,396	3
	4	0	,664	9	8,336	9
	5	0	,016	5	4,984	5
	6	0	,002	3	2,998	3
	7	0	,000	4	4,000	4

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

Una ecuación sin poder de clasificación alguno tendría una especificidad, sensibilidad y total de clasificación correctas igual al 50% (por el simple azar). Un modelo puede considerarse aceptable si tanto la especificidad como la sensibilidad tienen un nivel alto, de al menos el 75% (De la Fuente Fernández, 2011).

De los resultados obtenidos se desprende que el modelo tiene una especificidad del 95,5% y una sensibilidad del 87,5%; entonces, el modelo es aceptable por tener especificidad y sensibilidad altas.

**Tabla 95. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado		Pronosticado		
			COMPETENCIAS		Corrección de porcentaje
			No influye	Si influye	
Paso 1	COMPETENCIAS	No influye	8	0	100,0
		Si influye	0	22	100,0
	Porcentaje global				100,0
Paso 2	COMPETENCIAS	No influye	8	0	100,0
		Si influye	0	22	100,0
	Porcentaje global				100,0
Paso 3	COMPETENCIAS	No influye	7	1	87,5
		Si influye	1	21	95,5
	Porcentaje global				93,3

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la siguiente tabla se presenta las variables de la ecuación, de las cuatro variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, sólo dos resultaron ser significativas, al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influyan las competencias del emprendedor en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

**Tabla 96. Variables en la ecuación**

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)	
								Inferior	Superior
Paso 1a	X13	36,035	7458,831	,000	1	,996	4465764265619942,000	,000	.
	X14	2,379	9625,453	,000	1	1,000	10,789	,000	.
	X15	35,186	8979,051	,000	1	,997	1910417724251552,000	,000	.
	X16	35,569	7365,822	,000	1	,996	2800959034453792,000	,000	.
	Constante	-419,145	71362,293	,000	1	,995	,000		
Paso 2a	X13	37,216	6988,722	,000	1	,996	14542435291665440,000	,000	.
	X15	36,855	7913,294	,000	1	,996	10140512764840630,000	,000	.
	X16	36,838	7372,100	,000	1	,996	9964855023940262,000	,000	.
	Constante	-425,055	71903,432	,000	1	,995	,000		
Paso 3a	X13	4,814	2,132	5,097	1	,024	123,198	1,886	8046,273
	X16	3,181	1,529	4,331	1	,037	24,078	1,204	481,664
	Constante	-29,450	12,300	5,733	1	,017	,000		

a. Variables especificadas en el paso 1: X13, X14, X15, X16.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

Las variables: capacidad de reflexión (X<sub>13</sub>) y relaciones entre emprendedores (X<sub>16</sub>), son las variables que se encuentran en el modelo de regresión logístico, posee un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influye favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

El **Modelo Logit** (*modelo de regresión logística binario*) ajustado resulta:

$$p[(Y = 1) / x_1, x_2, \dots, x_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}} \quad (14)$$

La ecuación de probabilidad de influencia p(i) para las variables de las competencias del emprendedor es:

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(29,450 - 4,814X_{13} - 3,181X_{16})}} \quad (15)$$

#### 4.1.7.2. Análisis de regresión logística del entorno turístico

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
<b>VARIABLES DEL ENTORNO ADMINISTRATIVO</b>			
V033	Gestión de destino con enfoque sostenible	X17	Gestión del destino
V034	Especialización por funciones en la gestión del destino		
V035	Competencias gerenciales		
V036	Asociatividad empresarial		
V038	Fomento		
V037	Seguridad turística	X18	Seguridad y servicios
V039	Servicios públicos	X19	Mapa de actores en turismo
V040	Mapa de actores en turismo		
<b>VARIABLES DEL ENTORNO POLÍTICO</b>			
V042	Continuidad en los proyectos	X20	Continuidad en los proyectos
V043	Concertación público-privada		
V041	Voluntad política	X21	Voluntad política
<b>VARIABLES DE PRODUCCIÓN Y SERVICIOS</b>			
V044	Riobamba destino turístico	X22	Destino turístico
V045	Cadena productiva		
V048	Cadena de valor	X23	Cadena de valor
V049	Productos turísticos definidos		
V046	Incremento del turismo	X24	Calidad de productos y servicios
V047	Calidad de productos y servicios		
<b>VARIABLES DEL ENTORNO CULTURAL</b>			
V052	Multilingüismo	X25	Actitud del servicio
V053	Actitud del servicio		
V054	Capacitación en competencias laborales	X26	Educación y capacitación
V055	Programas educativos formales		
V050	Identidad cultural de los habitantes de Riobamba	X27	Identidad cultural
V051	Cultura turística		
<b>VARIABLES DE INFRAESTRUCTURA</b>			
V056	Recursos para infraestructura turística	X28	Conectividad turística
V057	Accesibilidad y facilidades turísticas		
V058	Conectividad turística		
V059	Vías de acceso		
<b>VARIABLES DE MERCADO</b>			
V060	Oferta	X29	Demanda insatisfecha
V061	Demanda		
V063	Marca y posicionamiento de la ciudad		
V064	Canales de distribución		
V066	Atractivos turísticos		
V062	Estrategias de promoción	X30	Promoción
V065	Rutas turísticas		

**Cuadro 50. Variables independientes originales y agregadas del entorno turístico**  
**Fuente: Elaboración propia**



#### 4.1.7.2.1. Análisis de regresión logística del entorno administrativo

Los coeficientes de determinación tienen los siguientes valores: *logaritmo de la verosimilitud -2* (13,103), se ajusta muy bien por cuanto el valor es pequeño; mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,478) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,721), lo que pone de manifiesto que es un modelo bueno, por cuanto se acerca a 1.

**Tabla 97. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	,000a	,663	1,000
2	6,502a	,581	,877
3	17,995a	,385	,582
4	32,596b	,000	,000
5	13,103c	,478	,721

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.  
b. La estimación ha terminado en el número de iteración 4 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.  
c. La estimación ha terminado en el número de iteración 7 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). Se dice que el ajuste es bueno, cuando el valor de la probabilidad predicha (p) es alto, es decir, cercano a 1 de la variable binomial dependiente, en este caso el nivel de significación es 0,934 en consecuencia el ajuste es excelente.

**Tabla 98. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	3	1,000
2	,000	3	1,000
3	,000	1	1,000
4	,000	0	.
5	,007	1	,934

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente.

**Tabla 99. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		ADMINISTRATIVO = No influye		ADMINISTRATIVO = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	3	3,000	0	,000	3
	2	3	3,000	0	,000	3
	3	1	1,000	1	1,000	2
	4	0	,000	6	6,000	6
	5	0	,000	16	16,000	16
Paso 2	1	3	3,000	0	,000	3
	2	3	3,000	0	,000	3
	3	1	1,000	9	9,000	10
	4	0	,000	4	4,000	4
	5	0	,000	10	10,000	10
Paso 3	1	3	3,000	0	,000	3
	2	4	4,000	12	12,000	16
	3	0	,000	11	11,000	11
Paso 4	1	7	7,000	23	23,000	30
Paso 5	1	6	6,007	1	,993	7
	2	1	,987	14	14,013	15
	3	0	,007	8	7,993	8

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De la *tabla de clasificación*, se desprende que el modelo tiene una especificidad del 95,7% y una sensibilidad del 85,7%; en consecuencia, el modelo es aceptable por cuanto la especificidad y la sensibilidad tienen valores altos.

**Tabla 100. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado	Pronosticado			
		ADMINISTRATIVO		Corrección de porcentaje	
		0	1		
Paso 1	ADMINISTRATIVO	No influye	7	0	100,0
		Si influye	0	23	100,0
	Porcentaje global				100,0
Paso 2	ADMINISTRATIVO	No influye	6	1	85,7
		Si influye	0	23	100,0
	Porcentaje global				96,7
Paso 3	ADMINISTRATIVO	No influye	3	4	42,9
		Si influye	0	23	100,0
	Porcentaje global				86,7
Paso 4	ADMINISTRATIVO	No influye	0	7	,0
		Si influye	0	23	100,0
	Porcentaje global				76,7
Paso 5	ADMINISTRATIVO	No influye	6	1	85,7
		Si influye	1	22	95,7
	Porcentaje global				93,3

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la siguiente tabla se presenta las variables de la ecuación, los coeficientes de regresión con sus correspondientes errores estándar (ET), el valor del estadístico de Wald para evaluar la hipótesis nula ( $\pi = 0$ ), la significación estadística asociada, y el valor de  $\text{Exp}(\beta_i)$  con sus intervalos de confianza.

**Tabla 101. Variables en la ecuación**

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)	
								Inferior	Superior
Paso 1a	X17	36,707	6681,600	,000	1	,996	8740927739465824,000	,000	.
	X18	36,590	9372,826	,000	1	,997	7777922667503288,000	,000	.
	X19	35,762	8346,402	,000	1	,997	3399261688145179,000	,000	.
	Constante	-417,698	66193,955	,000	1	,995	,000		
Paso 2a	X17	20,504	5421,748	,000	1	,997	803472843,663	,000	.
	X19	36,034	8908,554	,000	1	,997	4460789335608702,000	,000	.
	Constante	-223,957	51776,194	,000	1	,997	,000		
Paso 3a	X19	20,167	9272,909	,000	1	,998	573246107,178	,000	.
	Constante	-79,569	37091,637	,000	1	,998	,000		
Paso 4a	Constante	1,190	,432	7,594	1	,006	3,286		
Paso 5b	X17	4,453	1,479	9,065	1	,003	85,852	4,731	1558,036
	Constante	-15,157	5,267	8,283	1	,004	,000		
a. Variables especificadas en el paso 1: X17, X18, X19.									
b. Variables especificadas en el paso 5: X17.									

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De las tres variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, sólo una resultó ser significativa, al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influya los aspectos de administrativos en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

La variable: gestión del destino ( $X_{17}$ ), es la variable que se encuentra en el modelo de regresión logístico, posee un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influye favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

El **Modelo Logit** (modelo de regresión logística binario) ajustado resulta:

$$p[(Y = 1) / x_1, x_2, \dots, x_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}} \quad (16)$$

La ecuación de probabilidad de influencia  $p(i)$  para las variables del entorno administrativo es:

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(15,157 - 4,453X_{17})}} \quad (17)$$

#### 4.1.7.2.2. Análisis de regresión logística del entorno político

Los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,488) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,678), ponen de manifiesto el modelo es bueno.

**Tabla 102. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	9,274 <sup>a</sup>	,619	,859
2	18,094 <sup>b</sup>	,488	,678

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.

b. La estimación ha terminado en el número de iteración 6 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). El nivel de significación es 0,894 en consecuencia el ajuste es muy bueno, por cuanto el valor de la probabilidad predicha (p) es alto, es decir, cercano a 1.

**Tabla 103. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	5	1,000
2	,018	1	,894

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente.

**Tabla 104. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		POLÍTICA = Si influye		POLÍTICA = No influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	1	1,000	0	,000	1
	2	6	6,000	0	,000	6
	3	2	2,000	1	1,000	3
	4	1	1,000	9	9,000	10
	5	0	,000	4	4,000	4
	6	0	,000	2	2,000	2
	7	0	,000	4	4,000	4
Paso 2	1	8	8,017	1	,983	9
	2	2	1,967	13	13,033	15
	3	0	,017	6	5,983	6

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De la tabla de clasificación se desprende que el modelo tiene una especificidad del 95% y una sensibilidad del 80%, lo cual pone de manifiesto que el modelo es aceptable.

**Tabla 105. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado	Pronosticado			
		POLÍTICA		Corrección de porcentaje	
		Si influye	No influye		
Paso 1	POLÍTICA	Si influye	8	2	80,0
		No influye	0	20	100,0
	Porcentaje global				
Paso 2	POLÍTICA	Si influye	8	2	80,0
		No influye	1	19	95,0
	Porcentaje global				

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de las variables en la ecuación, se indica que de las dos variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, sólo una resultó ser significativa, al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influya el entorno político en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

**Tabla 106. Variables en la ecuación**

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)		
							Inferior	Superior	
Paso 1a	X20	20,321	6576,726	,000	1	,998	669091531,662	,000	.
	X21	22,519	6576,727	,000	1	,997	6021823784,961	,000	.
	Constante	-169,163	52613,811	,000	1	,997	,000		
Paso 2a	X21	3,990	1,282	9,689	1	,002	54,033	4,382	666,265
	Constante	-14,067	4,744	8,792	1	,003	,000		

a. Variables especificadas en el paso 1: X20, X21.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La variable: voluntad política ( $X_{21}$ ), es la variable que se encuentra en el modelo de regresión logístico, posee un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influye favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

El **Modelo Logit** (modelo de regresión logística binario) ajustado resulta:

$$p[(Y = 1) / x_1, x_2, \dots, x_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}} \quad (18)$$

La ecuación de probabilidad de influencia  $p(i)$  para las variables del entorno político es:

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(14,067 - 3,990X_{21})}} \quad (19)$$

#### 4.1.7.2.3. Análisis de regresión logística de producción y servicios

El *logaritmo de la verosimilitud* -2 (9,681), se ajusta muy bien por cuanto el valor es pequeño; mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,279) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,584), ponen de manifiesto que es un modelo bueno.

**Tabla 107. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	,000a	,478	1,000
2	4,499a	,394	,823
3	10,008a	,271	,568
4	19,505b	,000	,000
5	9,681c	,279	,584
a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.			
b. La estimación ha terminado en el número de iteración 5 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.			
c. La estimación ha terminado en el número de iteración 7 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.			

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). El nivel de significación es 0,570 en consecuencia el ajuste es bueno.

**Tabla 108. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	1	1,000
2	,000	4	1,000
3	,000	2	1,000
4	,000	0	.
5	,323	1	,570

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

En la tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente.

**Tabla 109. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		PRODUCCIÓN = No influye		PRODUCCIÓN = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	3	3,000	0	,000	3
	2	0	,000	4	4,000	4
	3	0	,000	23	23,000	23
Paso 2	1	2	2,000	0	,000	2
	2	1	1,000	3	3,000	4
	3	0	,000	1	1,000	1
	4	0	,000	5	5,000	5
	5	0	,000	1	1,000	1
	6	0	,000	17	17,000	17
Paso 3	1	1	1,000	0	,000	1
	2	2	2,000	8	8,000	10
	3	0	,000	4	4,000	4
	4	0	,000	15	15,000	15
Paso 4	1	3	3,000	27	27,000	30
Paso 5	1	2	2,147	1	,853	3
	2	1	,706	5	5,294	6
	3	0	,147	21	20,853	21

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** IBM SPSS Statistics V-22.

En la tabla de clasificación se aprecia que el modelo tiene una especificidad del 96,3% y una sensibilidad del 66,7%, en consecuencia, el modelo puede considerarse aceptable.

**Tabla 110. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado	Pronosticado			
		PRODUCCIÓN		Corrección de porcentaje	
		No influye	Si influye		
Paso 1	PRODUCCIÓN	No influye	3	0	100,0
		Si influye	0	27	100,0
	Porcentaje global				100,0
Paso 2	PRODUCCIÓN	No influye	2	1	66,7
		Si influye	0	27	100,0
	Porcentaje global				96,7
Paso 3	PRODUCCIÓN	No influye	1	2	33,3
		Si influye	0	27	100,0
	Porcentaje global				93,3
Paso 4	PRODUCCIÓN	No influye	0	3	,0
		Si influye	0	27	100,0
	Porcentaje global				90,0
Paso 5	PRODUCCIÓN	No influye	2	1	66,7
		Si influye	1	26	96,3
	Porcentaje global				93,3

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la siguiente tabla se presenta las variables de la ecuación, de las tres variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, sólo una resultó ser significativa al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influyan los aspectos de producción y servicios en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

**Tabla 111. Variables en la ecuación**

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)	
								Inferior	Superior
Paso 1a	X22	33,828	5414,438	,000	1	,995	491364609453801,900	,000	.
	X23	65,435	10153,511	,000	1	,995	261798879925910650000 00000000,000	,000	.
	X24	66,956	7916,603	,000	1	,993	119824553164056380000 00000000,000	,000	.
	Constante	-647,945	69423,421	,000	1	,993	,000		
Paso 2a	X23	67,527	11900,302	,000	1	,995	212070346532618150000 00000000,000	,000	.
	X24	17,962	3679,682	,000	1	,996	63186922,842	,000	.
	Constante	-340,855	57871,237	,000	1	,995	,000		
Paso 3a	X23	37,770	11280,256	,000	1	,997	25298503778465108,000	,000	.
	Constante	-149,692	45121,023	,000	1	,997	,000		
Paso 4a	Constante	2,197	,609	13,035	1	,000	9,000		
Paso 5b	X24	2,939	1,291	5,183	1	,023	18,888	1,505	237,066
	Constante	-9,739	4,805	4,109	1	,043	,000		
a. Variables especificadas en el paso 1: X22, X23, X24.									
b. Variables especificadas en el paso 5: X24.									

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La variable: calidad de productos y servicios ( $X_{24}$ ), es la variable que se encuentra en el modelo de regresión logístico, posee un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influye favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

El **Modelo Logit** (modelo de regresión logística binario) ajustado resulta:

$$p[(Y = 1) / x_1, x_2, \dots, x_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}} \quad (20)$$

La ecuación de probabilidad de influencia  $p(i)$  para las variables de producción y servicios es:

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(9,739 - 2,939 X_{24})}} \quad (21)$$



#### 4.1.7.2.4. Análisis de regresión logística de variables culturales

El *logaritmo de la verosimilitud -2* (10,363), se ajusta muy bien por cuanto el valor es pequeño; mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,523) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,790), indican que es un modelo muy bueno.

**Tabla 112. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	,000 <sup>a</sup>	,663	1,000
2	10,363 <sup>b</sup>	,523	,790

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.  
b. La estimación ha terminado en el número de iteración 8 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). El nivel de significación es 0,776 en consecuencia el ajuste es muy bueno.

**Tabla 113. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	4	1,000
2	2,501	5	,776

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente.

**Tabla 114. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		CULTURALES = No influye		CULTURALES = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	3	3,000	0	,000	3
	2	3	3,000	0	,000	3
	3	1	1,000	2	2,000	3
	4	0	,000	7	7,000	7
	5	0	,000	1	1,000	1
	6	0	,000	13	13,000	13
Paso 2	1	3	2,990	0	,010	3
	2	3	2,544	0	,456	3
	3	0	,956	3	2,044	3
	4	1	,497	9	9,503	10
	5	0	,011	4	3,989	4
	6	0	,001	3	2,999	3
	7	0	,000	4	4,000	4

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de clasificación se aprecia que el modelo es aceptable, pues tiene una especificidad del 100% y una sensibilidad del 85,7%.

**Tabla 115. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado	Pronosticado			
		CULTURALES		Corrección de porcentaje	
		No influye	Si influye		
Paso 1	CULTURALES	No influye	7	0	100,0
		Si influye	0	23	100,0
	Porcentaje global				100,0
Paso 2	CULTURALES	No influye	6	1	85,7
		Si influye	0	23	100,0
	Porcentaje global				96,7

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De la tabla de variables de la ecuación, se desprende que de las tres variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, dos resultaron ser significativas, al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influyan los aspectos culturales en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

**Tabla 116. Variables en la ecuación**

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)	
								Inferior	Superior
Paso 1a	X25	36,840	6575,965	,000	1	,996	9989084304219276,000	,000	.
	X26	36,389	7578,146	,000	1	,996	6363847067373829,000	,000	.
	X27	36,819	7883,805	,000	1	,996	9778582329388822,000	,000	.
	Constante	-421,445	65243,263	,000	1	,995	,000		
Paso 2a	X25	4,671	2,051	5,189	1	,023	106,782	1,919	5941,646
	X26	2,907	1,595	3,322	1	,068	18,294	,803	416,685
	Constante	-27,358	12,273	4,969	1	,026	,000		

a. Variables especificadas en el paso 1: X25, X26, X27.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

Las variables: actitud de servicio ( $X_{25}$ ) y educación ( $X_{26}$ ), son las variables que se encuentra en el modelo de regresión logístico, poseen un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influyen favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

El **Modelo Logit** (modelo de regresión logística binario) ajustado resulta:

$$p[(Y = 1) / x_1, x_2, \dots, x_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}} \quad (22)$$

La ecuación de probabilidad de influencia  $p(i)$  para las variables culturales del entorno turístico es:

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(27,358 - 4,671X_{25} - 2,907X_{26})}} \quad (23)$$

#### 4.1.7.2.5. Análisis de regresión logística de variables de infraestructura

Por considerarse una sola variable, se trabajó con el *Método Introducir*. Los coeficientes de determinación tienen los siguientes valores: *logaritmo de la verosimilitud -2* (11,162), se ajusta muy bien por cuanto el valor es pequeño; mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,411) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,692), lo que pone de manifiesto que es un modelo bueno.

**Tabla 117. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	11,162 <sup>a</sup>	,411	,692

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). Se dice que el ajuste es bueno, cuando el valor de la probabilidad predicha (p) es alto, es decir, cercano a 1 de la variable binomial dependiente, en este caso el nivel de significación es 1,000 en consecuencia el ajuste es excelente.

**Tabla 118. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	1	1,000

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente.

**Tabla 119. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		INFRAESTRUCTURA = No influye		INFRAESTRUCTURA = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	3	3,000	0	,000	3
	2	2	2,000	11	11,000	13
	3	0	,000	14	14,000	14

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De los resultados obtenidos se desprende que el modelo tiene una especificidad del 100% y una sensibilidad del 60%, en consecuencia, el modelo es bueno.

**Tabla 120. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado		Pronosticado		
			INFRAESTRUCTURA		Corrección de porcentaje
			No influye	Si influye	
Paso 1	INFRAESTRUCTURA	No influye	3	2	60,0
		Si influye	0	25	100,0
	Porcentaje global				93,3

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla se presenta las variables de la ecuación, de los resultados obtenidos, la variable independiente explicativa considerada en el análisis estadístico, resultó ser no significativa al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influya los aspectos de infraestructura en el desarrollo de emprendimientos turísticos; por tanto, no tiene sentido considerarla en la ecuación del modelo logit..

**Tabla 121. Variables en la ecuación**

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)		
							Inferior	Superior	
Paso 1a	X28	21,091	8708,362	,000	1	,998	1444323507,840	,000	.
	Constante	-82,659	34833,448	,000	1	,998	,000		

a. Variables especificadas en el paso 1: X28.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

#### **4.1.7.2.6. Análisis de regresión logística de variables de mercado**

Se trabaja con el *Método Introducir*. Los coeficientes de determinación tienen los siguientes valores: *logaritmo de la verosimilitud* -2 (10,585), se ajusta muy bien por cuanto el valor es pequeño; mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,351) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,645), ponen de manifiesto que es un modelo bueno.

**Tabla 122. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	10,585a	,351	,645

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). El nivel de significación es 1,000 en consecuencia el ajuste es excelente.

**Tabla 123. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	3	1,000

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente.

**Tabla 124. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		MERCADO = No influye		MERCADO = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	1	1,000	0	,000	1
	2	3	3,000	5	5,000	8
	3	0	,000	4	4,000	4
	4	0	,000	5	5,000	5
	5	0	,000	12	12,000	12

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De la tabla de clasificación, se desprende que el modelo tiene una especificidad del 100% y una sensibilidad del 25%. Con la constante y dos variables predictoras, clasifica mal cuando el punto de corte de la probabilidad de Y calculada se establece (por defecto) en

**Tabla 125. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

		Pronosticado			
		MERCADO		Corrección de porcentaje	
		No influye	Si influye		
Paso 1	MERCADO	No influye	1	3	25,0
		Si influye	0	26	100,0
	Porcentaje global				90,0

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla se presenta las variables de la ecuación, se aprecia que de las dos variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, ninguna resultó ser significativa, al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influyan los aspectos de mercado en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

**Tabla 126. Variables en la ecuación**

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)		
							Inferior	Superior	
Paso 1a	X29	19,010	7750,962	,000	1	,998	180232349,528	,000	.
	X30	18,918	8275,300	,000	1	,998	164353461,905	,000	.
	Constante	-151,198	45353,360	,000	1	,997	,000		

a. Variables especificadas en el paso 1: X29, X30.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

#### 4.1.7.3. Análisis de regresión logística del entorno institucional

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V068	Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)	X31	Subsidios y acompañamiento
V071	Subsidios y apoyos económicos		
V072	Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento		
V073	Estrategias de acompañamiento a emprendedores		
V074	Facilidades para la constitución de emprendimientos	X32	Leyes y reglamentos
V075	Leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos		
V076	Infraestructura		
V070	Incubadoras de empresas	X33	Incubadora de empresas
V077	Apoyo institucional a la creación de emprendimientos		
V078	Investigación e innovación de emprendimientos	X34	Inversión pública y privada
V079	Asociatividad para el emprendimiento		
V080	Inversión en emprendimientos	X35	Asistencia financiera y técnica
V067	Programas de financiamiento		
V069	Capacitación, asesoría y asistencia técnica		

**Cuadro 51. Variables independientes originales y agregadas del entorno institucional**

**Fuente:** Elaboración propia

Los coeficientes de determinación tienen los siguientes valores: *logaritmo de la verosimilitud* -2 (11,692), se ajusta muy bien por cuanto el valor es pequeño; mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,502) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,757), lo que pone de manifiesto que es un modelo muy bueno, por cuanto se acerca a 1.

**Tabla 127. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	11,692a	,502	,757

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 8 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). Se dice que el ajuste es bueno, cuando el valor de la probabilidad predicha (p) es alto, es decir, cercano a 1 de la variable binomial dependiente, en este caso el nivel de significación es 0,027 en consecuencia el ajuste no es muy bueno.

**Tabla 128. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	10,925	4	,027

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta muy buena.

**Tabla 129. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		INSTITUCIONAL = No influye		INSTITUCIONAL = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	4	3,739	0	,261	4
	2	2	2,273	1	,727	3
	3	0	,891	9	8,109	9
	4	1	,090	2	2,910	3
	5	0	,007	6	5,993	6
	6	0	,000	5	5,000	5

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De la tabla de clasificación se desprende que el modelo tiene una especificidad del 95,7% y una sensibilidad del 85,7%, entonces, el modelo se considera aceptable.



**Tabla 130. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado		Pronosticado		
			INSTITUCIONAL		Corrección de porcentaje
			No influye	Si influye	
Paso 1	INSTITUCIONAL	No influye	6	1	85,7
		Si influye	1	22	95,7
	Porcentaje global				93,3

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

Finalmente, en la siguiente tabla se presenta las variables de la ecuación, de las cinco variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, sólo dos resultaron ser significativas, al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influya el entorno institucional en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

**Tabla 131. Variables en la ecuación**

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)		
							Inferior	Superior	
Paso 1a	X34	3,687	1,520	5,879	1	,015	39,906	2,027	785,663
	X32	4,568	1,916	5,684	1	,017	96,386	2,254	4121,885
	Constante	-30,811	12,156	6,424	1	,011	,000		

a. Variables especificadas en el paso 1: X34, X32.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

Las variables: leyes y reglamentos ( $X_{32}$ ) e inversión ( $X_{34}$ ), son las variables que se encuentra en el modelo de regresión logístico, poseen un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influyen favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

El **Modelo Logit** (*modelo de regresión logística binario*) ajustado resulta:

$$p[(Y = 1) / x_1, x_2, \dots, x_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}} \quad (24)$$

La ecuación de probabilidad de influencia  $p(i)$  para las variables del entorno institucional es:

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(30,811 - 4,568X_{32} - 3,687X_{34})}} \quad (25)$$

#### 4.1.7.4. Análisis de regresión logística del proceso de planificación

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS	
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR
V081	Dedicación de tiempo completo al negocio	X36	Desarrollo del producto o servicio
V084	Desarrollo del producto o servicio		
V086	Solicitud de fondos de bancos	X37	Financiación
V087	Solicitud de financiación pública		
V083	Elaboración del plan de negocios	X38	Plan de negocios
V082	Dirección de investigaciones de mercado	X39	Ahorro
V085	Ahorro de dinero para invertir en su negocio		

**Cuadro 52. Variables independientes originales y agregadas del proceso de planificación.**

**Fuente:** Elaboración propia

El logaritmo de la verosimilitud -2 (21,800); mientras los valores de *R cuadrado de Cox y Snell* (0,302) y *R cuadrado de Nagelkerke* (0,456), lo que pone de manifiesto que es un modelo regular.

**Tabla 132. Resumen del modelo**

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	,000 <sup>a</sup>	,663	1,000
2	,000 <sup>a</sup>	,663	1,000
3	4,499 <sup>a</sup>	,608	,918
4	21,800 <sup>b</sup>	,302	,456

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.

b. La estimación ha terminado en el número de iteración 6 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La prueba de *Hosmer y Lemeshow* es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). En este caso el nivel de significación es 0,815 en consecuencia el ajuste es muy bueno.

**Tabla 133. Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,000	4	1,000
2	,000	4	1,000
3	,000	3	1,000
4	,055	1	,815

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

En la tabla de contingencia para la prueba de *Hosmer y Lemeshow*, se observa que existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta muy buena.

**Tabla 134. Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow**

		PLANIFICACIÓN = No influye		PLANIFICACIÓN = Si influye		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	3	3,000	0	,000	3
	2	4	4,000	0	,000	4
	3	0	,000	3	3,000	3
	4	0	,000	3	3,000	3
	5	0	,000	2	2,000	2
	6	0	,000	15	15,000	15
Paso 2	1	3	3,000	0	,000	3
	2	4	4,000	0	,000	4
	3	0	,000	3	3,000	3
	4	0	,000	2	2,000	2
	5	0	,000	3	3,000	3
	6	0	,000	15	15,000	15
Paso 3	1	3	3,000	0	,000	3
	2	4	4,000	1	1,000	5
	3	0	,000	2	2,000	2
	4	0	,000	4	4,000	4
	5	0	,000	16	16,000	16
Paso 4	1	1	,953	0	,047	1
	2	5	5,093	5	4,907	10
	3	1	,953	18	18,047	19

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

De la tabla de clasificación, se desprende que el modelo tiene una especificidad del 78,3% y una sensibilidad del 85,7%, en consecuencia, se considera un modelo aceptable.

**Tabla 135. Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado	Pronosticado			
		PLANIFICACIÓN		Corrección de porcentaje	
		No influye	Si influye		
Paso 1	PLANIFICACIÓN	No influye	7	0	100,0
		Si influye	0	23	100,0
	Porcentaje global				100,0
Paso 2	PLANIFICACIÓN	No influye	7	0	100,0
		Si influye	0	23	100,0
	Porcentaje global				100,0
Paso 3	PLANIFICACIÓN	No influye	7	0	100,0
		Si influye	1	22	95,7
	Porcentaje global				96,7
Paso 4	PLANIFICACIÓN	No influye	6	1	85,7
		Si influye	5	18	78,3
	Porcentaje global				80,0

a. El valor de corte es ,500

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.

De las cinco variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, sólo una resultó ser significativa, al nivel del 0,05 para explicar la probabilidad de que influya el proceso de planificación en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

**Tabla 136. Variables en la ecuación**

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)	
								Inferior	Superior
Paso 1a	X38	37,561	11517,214	,000	1	,997	20541378561987540,000	,000	.
	X37	36,375	7678,222	,000	1	,996	6275245293454626,000	,000	.
	X36	35,056	13536,334	,000	1	,998	1677660926533848,000	,000	.
	X39	2,300	12146,922	,000	1	1,000	9,973	,000	.
	Constante	-463,696	88453,568	,000	1	,996	,000		
Paso 2a	X38	37,867	9618,835	,000	1	,997	27880141421529300,000	,000	.
	X37	37,366	7391,282	,000	1	,996	16905893768405940,000	,000	.
	X36	36,684	9456,078	,000	1	,997	8544862112296602,000	,000	.
	Constante	-466,180	86964,419	,000	1	,996	,000		
Paso 3a	X38	52,879	9745,659	,000	1	,996	922680588922143000000,000	,000	.
	X37	34,416	6544,419	,000	1	,996	884667521869269,500	,000	.
	Constante	-350,279	64278,363	,000	1	,996	,000		
Paso 4a	X38	2,978	1,166	6,520	1	,011	19,652	1,998	193,289
	Constante	-11,950	4,986	5,745	1	,017	,000		
a. Variables especificadas en el paso 1: X38, X37, X36, X39.									

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.  
**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

La variable: plan de negocios ( $X_{38}$ ) es la variable que se encuentra en el modelo de regresión logístico, posee un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influyen favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

El **Modelo Logit** (modelo de regresión logística binario) ajustado resulta:

$$p[(Y = 1) / x_1, x_2, \dots, x_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}} \quad (26)$$

La ecuación de probabilidad de influencia  $p(i)$  para las variables del proceso de planificación es:

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(11,950 - 2,978X_{38})}} \quad (27)$$

## 4.2. Prueba de hipótesis

### 4.2.1. Prueba de la hipótesis específica 1

*HE<sub>1</sub>: El colectivo migrante internacional retornado influirá positivamente en la probabilidad de creación de emprendimientos turísticos.*

Para demostrar la hipótesis específica 1, se considera los resultados obtenidos en la tabla N° 27, donde se resume los porcentajes correspondientes a las variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos y que fueron obtenidos mediante una autoevaluación realizada a los migrantes internacionales retornados. De las 33 variables, las 22 se obtuvo una respuesta positiva, mientras que 11 fue negativa.

Para el contraste de la hipótesis se utiliza la distribución de proporción, donde:

$$p = \frac{22}{33} = 0,67\%, \quad q = \frac{11}{33} = 0,33\%, \quad n = 271$$

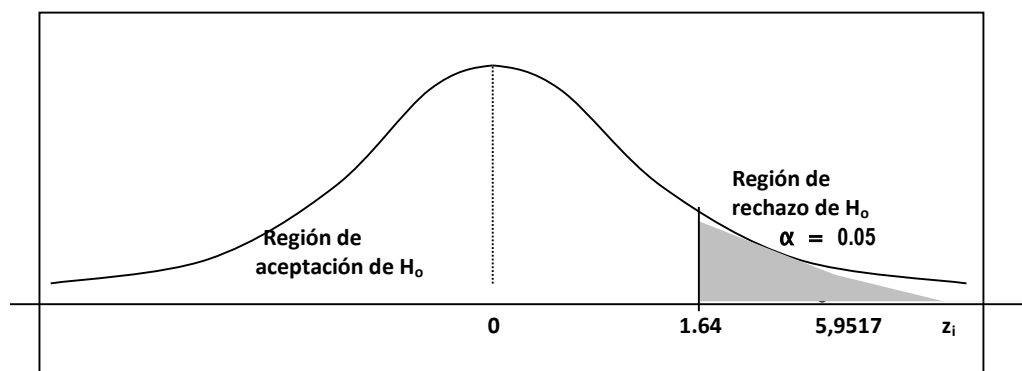
a)  $H_0: P \leq 0,50$

$H_a: P > 0,50$

b)  $\alpha = 0,05$

c)  $z = \frac{p-P}{\sqrt{\frac{p*q}{n}}} = \frac{0,67-0,50}{\sqrt{\frac{(0,67)(0,33)}{271}}} = 5,9517 \quad (28)$

d) Dócima unilateral hacia la derecha ( $\alpha=0.05$ )



**Figura 43. Región de rechazo de  $H_0$**

**Decisión:** Como el valor de  $z$  calculado ( $z = 5,9517$ ), es mayor que el valor de  $z$  crítico ( $z_c = 1,64$ ) y se ubica en la zona de rechazo de la hipótesis nula ( $H_0$ ); entonces, se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Es decir, el colectivo migrante internacional retornado influirá positivamente en la probabilidad de creación de emprendimientos turísticos.

#### **4.2.2. Prueba de la hipótesis específica 2**

***HE<sub>2</sub>: Los factores y variables del emprendedor, entorno y planificación influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.***

Para comprobar esta hipótesis se desagregó en tres escenarios: del emprendedor, del entorno turístico e institucional y del proceso de planificación. A continuación se desarrolla el proceso para contrastar las hipótesis desagregadas.

El contraste de hipótesis se realizó en el programa IBM SPSS Statistics V-22, a través del “Análisis de Regresión Logística”, utilizando el método “Hacia atrás: Wlad”, en la cual partiendo del conjunto completo de variables predictoras, se va eliminando en cada etapa la peor variable predictora hasta que las variables que quedan en el modelo son todas ellas pertinentes (Larrañaga, Inza, & Moujahid, 2016).

##### **4.2.2.1. Contraste de las hipótesis relativas al emprendedor**

***HE<sub>2.1</sub>: Los factores y variables del emprendedor influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.***

A continuación se contrastan las hipótesis específicas relativas al emprendedor:

**HE<sub>2.1.1</sub>:** *Las variables sociodemográficas del emprendedor influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a) H<sub>0</sub>: *Las variables sociodemográficas del emprendedor no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

H<sub>a</sub>: *Las variables sociodemográficas del emprendedor influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de la Constante ( $\beta$ ) y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CONS-TANTE	SIGNIFI-CANCIA	CONTRAS-TACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$\beta$	p-valor	
<b>Constante</b>				-17,362	0,036	
V003	Educación regular (primaria, secundaria, superior)	X01	Educación	2,196	0,043	Si
V002	Estabilidad familiar					
V004	Capacitación para emprendimientos					
V005	Experiencia con familiares en la creación de empresas	X02	Experiencia con familiares en la creación de empresas	30,134	0,999	No
V007	Capacidad económica del emprendedor	X03	Capacidad económica del emprendedor	3,508	0,046	Si
V006	Experiencia en la actividad que desea emprender	X04	Experiencia en la actividad que desea emprender	86,625	0,998	No

**Cuadro 53. Constante y significancia para las variables sociodemográficas del emprendedor. Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. **Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. (X<sub>01</sub>) = 0,043 y Sig. (X<sub>03</sub>) = 0,046 son menores que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y se acepta la hipótesis alterna (H<sub>a</sub>). Es decir, las variables sociodemográficas del emprendedor: educación (educación regular, estabilidad familiar, capacitación para el emprendimiento) y capacidad económica del emprendedor, influyen positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

**HE<sub>2.1.2</sub>:** *Las variables de personalidad del emprendedor influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a)  $H_0$ : *Las variables de personalidad del emprendedor no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

$H_a$ : *Las variables de personalidad del emprendedor influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de la Constante ( $\beta$ ) y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CONS-TANTE	SIGNIFI-CANCIA	CONTRAS-TACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$\beta$	p-valor	
<b>Constante</b>				-22,188	0,001	
V010	Tolerancia a cambios	X05	Autocontrol	2,078	1,000	No
V016	Toma de iniciativa					
V017	Estabilidad y autocontrol					
V018	Nuevos retos					
V013	Acepta riesgos moderados	X06	Autoconfianza	32,593	0,999	No
V014	Locus de control interno/ Autoconfianza					
V015	Capacidad de solucionar problemas					
V008	Perseverancia y compromiso total	X07	Liderazgo y perseverancia	5,027	0,001	Si
V009	Liderazgo					
V012	Responsabilidad personal					
V011	Necesidad y reconocimiento de logro	X08	Reconocimiento	35,868	0,995	No

**Cuadro 54. Constante y significancia para las variables de personalidad del emprendedor. Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. **Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. ( $X_{07}$ ) = 0,001 es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Es decir, las variables de personalidad del emprendedor: liderazgo y perseverancia (perseverancia y compromiso, liderazgo, y responsabilidad personal) influyen positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.



**HE<sub>2.1.3</sub>:** *Las variables de motivación del emprendedor influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a)  $H_0$ : *Las variables de motivación del emprendedor no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

$H_a$ : *Las variables de motivación del emprendedor influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de la Constante ( $\beta$ ) y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CONSTANTE	SIGNIFICANCIA	CONTRASTACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$\beta$	p-valor	
<b>Constante</b>				-31,660	0,011	
V020	Autoconfianza	X9	Autoconfianza	3,336	0,154	No
V022	Impulso o energía					
V024	Capacidad de relacionarse con los clientes					
V023	Capacidad de conseguir recursos financieros	X10	Capacidad de conseguir recursos financieros	4,775	0,029	Si
V019	Percepción de beneficio económico	X11	Percepción de beneficio económico	38,282	0,998	No
V021	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	X12	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros	3,388	0,007	Si

**Cuadro 55. Constante y significancia para las variables de motivación del emprendedor. Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. **Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. ( $X_{10}$ ) = 0,029 y Sig. ( $X_{12}$ ) = 0,007 son menores que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Es decir, las variables de motivación del emprendedor: capacidad de conseguir recursos financieros y experiencia en administrar recursos humanos y financieros, influyen positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

**HE<sub>2.1.4</sub>:** *Las variables de capacidades y competencias del emprendedor influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a)  $H_0$ : *Las variables de capacidades y competencias del emprendedor no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

$H_a$ : *Las variables de capacidades y competencias del emprendedor influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de la Constante ( $\beta$ ) y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CONSTANTE	SIGNIFICANCIA	CONTRASTACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$\beta$	p-valor	
<b>Constante</b>				-29,450	0,017	
V027	Aprovecha oportunidades	X13	Capacidad de reflexión	4,814	0,024	Si
V028	Planificar con límites de tiempo					
V029	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión					
V031	Redes de contacto local, nacional e internacional	X14	Creatividad e innovación	2,379	1,000	No
V025	Creatividad					
V026	Innovación	X15	Eficiencia y calidad	36,855	0,996	No
V030	Exige eficiencia y calidad					
V032	Relaciones entre emprendedores	X16	Relaciones entre emprendedores	3,181	0,037	Si

**Cuadro 56. Constante y significancia de las variables de capacidades y competencias del emprendedor. Fuente: Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. Procesamiento: SPSS Statistics V-22.**

d) **Decisión:** Como Sig. ( $X_{13}$ ) = 0,024 y Sig. ( $X_{16}$ ) = 0,037 son menores que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Es decir, las variables de capacidades y competencias del emprendedor: capacidad de reflexión (aprovecha oportunidades, planifica con límites de tiempo, capacidad de análisis del ambiente/reflexión, redes de contacto local, nacional e internacional), creatividad e innovación, influyen positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

#### 4.2.2.2. Contraste de las hipótesis relativas al entorno turístico

*HE<sub>2.2</sub>: Las variables del entorno turístico influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

A continuación se realiza el contraste de las hipótesis relacionadas con el entorno turístico.

*HE<sub>2.2.1</sub>: Las variables administrativas del entorno turístico influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a) H<sub>0</sub>: *Las variables administrativas del entorno turístico no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

H<sub>a</sub>: *Las variables administrativas del entorno turístico influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de la Constante ( $\beta$ ) y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CONSTANTE	SIGNIFICANCIA	CONTRASTACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$\beta$	p-valor	
<b>Constante</b>				-15,157	0,004	
V033	Gestión de destino con enfoque sostenible	X17	Gestión del destino	4,453	0,003	Si
V034	Especialización por funciones en la gestión del destino					
V035	Competencias gerenciales					
V036	Asociatividad empresarial					
V038	Fomento					
V037	Seguridad turística	X18	Seguridad y servicios	36,590	0,997	No
V039	Servicios públicos					
V040	Mapa de actores en turismo	X19	Mapa de actores en turismo	20,167	0,998	No

**Cuadro 57. Constante y significancia de las variables administrativas del entorno turístico. Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. **Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. ( $X_{17}$ ) = 0,003 es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Es decir, las variables administrativas del entorno turístico: gestión del destino (gestión del destino con enfoque sostenible, especialización por funciones en la gestión del destino, competencias gerenciales, asociatividad empresarial y fomento), influyen positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

**HE2.2.2:** *Las variables de la política del entorno turístico influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a)  $H_0$ : *Las variables de la política del entorno turístico no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

$H_a$ : *Las variables la política del entorno turístico influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de la Constante ( $\beta$ ) y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CONSTANTE	SIGNIFICANCIA	CONTRASTACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$\beta$	p-valor	
<b>Constante</b>				-14,067	0,003	
V042	Continuidad en los proyectos	X20	Continuidad en los proyectos	20,321	0,998	No
V043	Concertación público-privada					
V041	Voluntad política	X21	Voluntad política	3,990	0,002	Si

**Cuadro 58. Constante y significancia de las variables de la política del entorno turístico. Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. **Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. ( $X_{21}$ ) = 0,002 es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Es decir, la variable política del entorno turístico: voluntad política, influye positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

**HE<sub>2.2.3</sub>:** *Las variables producción y servicios del entorno turístico influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a) H<sub>0</sub>: *Las variables producción y servicios del entorno turístico no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

H<sub>a</sub>: *Las variables producción y servicios del entorno turístico influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de la Constante ( $\beta$ ) y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CONSTANTE	SIGNIFICANCIA	CONTRASTACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$\beta$	p-valor	
<b>Constante</b>				-9,739	0,043	
V044	Riobamba destino turístico	X22	Destino turístico	33,828	0,995	No
V045	Cadena productiva					
V048	Cadena de valor	X23	Cadena de valor	37,770	0,997	No
V049	Productos turísticos definidos					
V046	Incremento del turismo	X24	Calidad de productos y servicios	2,939	0,023	Si
V047	Calidad de productos y servicios					

**Cuadro 59. Constante y significancia de las variables producción y servicios del entorno turístico. Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. **Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. ( $X_{24}$ ) = 0,023 es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Es decir, las variables producción y servicios del entorno turístico: Calidad de productos y servicios (incremento del turismo, calidad de productos y servicios), influyen positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

**HE<sub>2.2.4</sub>:** *Las variables culturales del entorno turístico influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a)  $H_0$ : *Las variables culturales del entorno turístico no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

$H_a$ : *Las variables culturales del entorno turístico influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de la Constante ( $\beta$ ) y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CONSTANTE	SIGNIFICANCIA	CONTRASTACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$\beta$	p-valor	
<b>Constante</b>				-27,358	0,026	
V052	Multilingüismo	X25	Actitud del servicio	4,671	0,023	Si
V053	Actitud del servicio					
V054	Capacitación en competencias laborales	X26	Educación y capacitación	2,907	0,048	Si
V055	Programas educativos formales					
V050	Identidad cultural de los habitantes de Riobamba	X27	Identidad cultural	36,819	0,996	No
V051	Cultura turística					

**Cuadro 60.** Constante y significancia de las variables culturales del entorno turístico. **Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. **Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. ( $X_{25}$ ) = 0,023 y Sig. ( $X_{26}$ ) = 0,048 son menores que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Es decir, las variables culturales del entorno turístico: actitud de servicio (multilingüismo, actitud de servicio) y Educación y capacitación (capacitación en competencias laborales, programas educativos formales), influyen positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

*HE<sub>2.2.5</sub>: Las variables de infraestructura del entorno turístico influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a)  $H_0$ : *Las variables de infraestructura del entorno turístico no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

$H_a$ : *Las variables de infraestructura del entorno turístico influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de Chi-cuadrado y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CHI-CUADRADO	SIGNIFICANCIA	CONTRASTACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$X^2$	p-valor	
V056	Recursos para infraestructura turística	X28	Conectividad turística	7,412	0,025	Si
V057	Accesibilidad y facilidades turísticas					
V058	Conectividad turística					
V059	Vías de acceso					

**Cuadro 61. Constante y significancia de las variables de infraestructura del entorno turístico. Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. **Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. ( $X_{28}$ ) = 0,025 es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Es decir, las variables de infraestructura del entorno turístico: Conectividad turística (recursos para infraestructura turística, accesibilidad y facilidades turísticas, conectividad turística, vías de acceso), influyen positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

**HE2.2.6:** *Las variables de mercado del entorno turístico influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a)  $H_0$ : *Las variables de mercado del entorno turístico no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

$H_a$ : *Las variables de mercado del entorno turístico influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de Chi-cuadrado y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CHI-CUADRADO	SIGNIFICANCIA	CONTRASTACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$X^2$	p-valor	
V060	Oferta	X29	Demanda insatisfecha	10,529	0,005	Si
V061	Demanda					
V063	Marca y posicionamiento de la ciudad					
V064	Canales de distribución					
V066	Atractivos turísticos	X30	Promoción	10,030	0,007	Si
V062	Estrategias de promoción					
V065	Rutas turísticas					

**Cuadro 62.** Constante y significancia de las variables de mercado del entorno turístico. *Fuente:* Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. *Procesamiento:* SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. ( $X_{29}$ ) = 0,005 y Sig. ( $X_{30}$ ) = 0,005 son menores que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Es decir, las variables de mercado del entorno turístico: demanda insatisfecha (oferta, demanda, marca y posicionamiento de la ciudad, canales de distribución, atractivos turísticos) y promoción (estrategias de promoción, rutas turísticas), influyen positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

#### 4.2.2.3. **Contraste de las hipótesis relativas al entorno institucional**

Seguidamente se presenta el contraste de hipótesis del entorno institucional.



**HE<sub>2.3</sub>:** *Las variables del entorno institucional influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a) H<sub>0</sub>: *Las variables del entorno institucional no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

H<sub>a</sub>: *Las variables del entorno institucional influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de la Constante ( $\beta$ ) y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CONSTANTE	SIGNIFICANCIA	CONTRASTACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$\beta$	p-valor	
<b>Constante</b>				-30,811	0,011	
V068	Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)	X31	Subsidios y acompañamiento			No
V071	Subsidios y apoyos económicos					
V072	Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento					
V073	Estrategias de acompañamiento a emprendedores					
V074	Facilidades para la constitución de emprendimientos	X32	Leyes y reglamentos	4,568	0,017	Si
V075	Leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos					
V076	Infraestructura					
V070	Incubadoras de empresas	X33	Incubadora de empresas			No
V077	Apoyo institucional a la creación de emprendimientos					
V078	Investigación e innovación de emprendimientos					
V079	Asociatividad para el emprendimiento	X34	Inversión pública y privada	3,687	0,015	Si
V080	Inversión en emprendimientos					
V067	Programas de financiamiento	X35	Asistencia financiera y técnica			No

**Cuadro 63.** Constante y significancia de las variables del entorno institucional. *Fuente:* Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos. *Procesamiento:* SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. (X<sub>32</sub>) = 0,017 y Sig. (X<sub>34</sub>) = 0,017 son menores que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y se acepta la hipótesis alterna (H<sub>a</sub>). Es decir, las variables del entorno institucional: leyes y reglamentos e inversión pública y privada, influyen positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

#### 4.2.2.4. Contraste de las hipótesis relativas al proceso de planificación

Seguidamente se presenta el contraste de hipótesis del entorno institucional.

**HE<sub>2.4</sub>:** *Las variables del proceso de planificación influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

a) H<sub>0</sub>: *Las variables del proceso de planificación no influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

H<sub>a</sub>: *Las variables del proceso de planificación influyen en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.*

b)  $\alpha = 0,05$

c) Descripción global de los valores de la Constante ( $\beta$ ) y Significancia (Sig.) calculados en el análisis de regresión logística.

NOMBRE ORIGINAL DE LOS CONSTRUCTOS		NOMBRE DE LAS VARIABLES AGREGADAS		CONSTANTE	SIGNIFICANCIA	CONTRASTACIÓN
CÓDIGO	VARIABLES	CÓDIGO	FACTOR	$\beta$	p-valor	
<b>Constante</b>				-11,950	0,017	
V081	Dedicación de tiempo completo al negocio	X36	Desarrollo del producto o servicio	36,684	0,997	No
V084	Desarrollo del producto o servicio					
V086	Solicitud de fondos de bancos	X37	Financiación	34,416	0,996	No
V087	Solicitud de financiación pública					
V083	Elaboración del plan de negocios	X38	Plan de negocios	2,978	0,011	Si
V082	Dirección de investigaciones de mercado	X39	Ahorro	2,300	1,000	No
V085	Ahorro de dinero para invertir en su negocio					

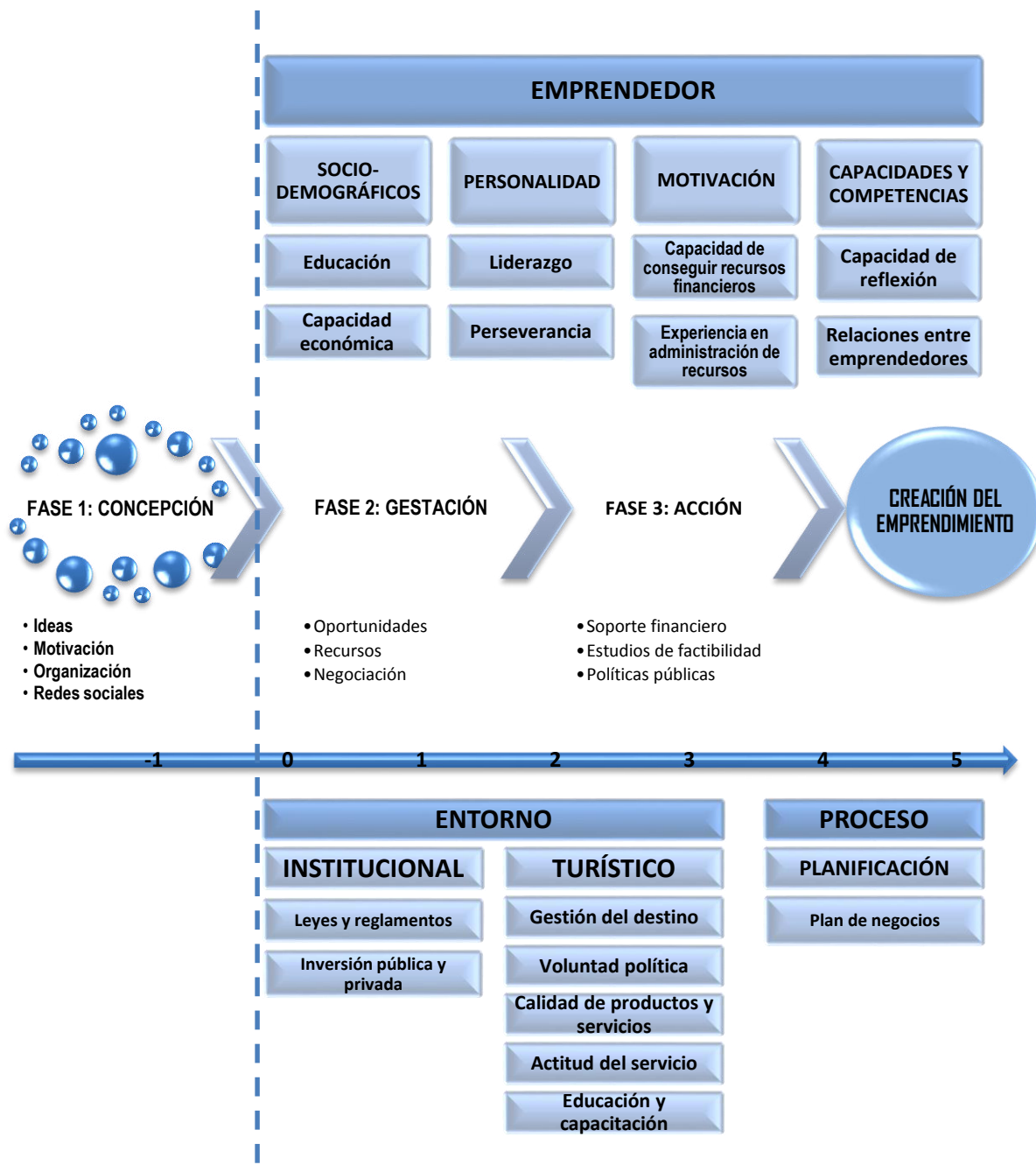
**Cuadro 64. Constante y significancia de las variables del proceso de planificación.**

**Fuente:** Encuesta aplicada a expertos en emprendimientos turísticos.  
**Procesamiento:** SPSS Statistics V-22.

d) **Decisión:** Como Sig. (X<sub>38</sub>) = 0,011 es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$  ( $p < 0,05$ ), entonces se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y se acepta la hipótesis alterna (H<sub>a</sub>). Es decir, la variable del proceso de planificación: elaboración del plan de negocios, influye positivamente en la probabilidad de desarrollar emprendimientos turísticos.

**4.2.3. Modelo corregido de factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos.**

Finalmente, se propone el modelo corregido de factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos.



**Figura 44. Modelo corregido de factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos**

Este modelo es el resultado del análisis estadístico y de manera particular el análisis factorial exploratorio, el análisis de regresión logística y la contrastación de las hipótesis planteadas en la investigación. En la figura 44 se resumen los factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos, considerando los tres escenarios: a) emprendedor, b) entorno turístico e institucional y c) proceso de planificación.

## **CAPÍTULO 5: IMPACTOS**

### **5.1. Lineamientos estratégicos para el desarrollo de emprendimientos.**

#### ***5.1.1. Objetivos***

Apoyar el crecimiento y desarrollo económico y social de los migrantes retornados a través del fortalecimiento del ecosistema emprendedor, logrando una mayor capacidad de respuesta del entorno y del proceso de planificación.

#### ***5.1.2. Dimensiones estratégicas del ecosistema emprendedor***

Las dimensiones del ecosistema para el emprendimiento turístico son: el emprendedor, entorno turístico, entorno institucional y proceso de planificación.

##### ***5.1.2.1. Lineamientos estratégicos del emprendedor***

###### ***5.1.2.1.1. Educación***

Se refiere a la nivel de educación regular o formal (básica, media, superior y universitaria), es necesario contar con la participación activa de todos los agentes educativos como son la sociedad, organizaciones, instituciones públicas y privadas. Se requiere incorporar el emprendimiento en el currículo, capacitar a los profesores y

apoyar a los centros educativos, con el objetivo de garantizar que los estudiantes puedan adquirir y desarrollar competencias de manera coherente y progresiva. Las estrategias tienen en cuenta la intervención progresiva en las diferentes etapas del sistema educativo.

#### **Líneas de acción:**

- Desarrollar política pública para la educación emprendedora
- Incorporar en el currículo el emprendimiento
- Formar y capacitar a la planta docente del sistema educativo
- Incorporar una metodología activa (teoría-práctica) desde la educación básica hasta la educación superior.
- Desarrollar el espíritu emprendedor como competencia clave en todas las áreas del currículo.
- Articular el trabajo interinstitucional para potenciar el emprendimiento.
- Plantear objetivos claros, visionarios y ambiciosos.
- Integrar y apoyar el emprendimiento con ejemplos exitosos
- Desarrollar un sistema para el diseño, gestión y evaluación de emprendimientos
- Elaborar un modelo lógico que incluya indicadores, resultados e impacto esperado.
- Destinar los fondos suficientes para desarrollar emprendimientos

#### ***5.1.2.1.2. Capacidad económica del emprendedor***

Las oportunidades para el desarrollo del emprendimiento son múltiples, sin embargo tener el conocimiento no es suficiente. Las barreras van desde restricciones legales e impedimentos a la inexistencia de disponibilidad de financiación en la fase temprana o a una tradición social e institucional que desalienta la actividad emprendedora y también al estigma asociado a actividades emprendedoras fallidas. La capacidad económica del emprendedor es un factor determinante para generar comportamiento empresarial.

#### **Líneas de acción:**

- Educar para el ahorro personal y social

- Generar programas de capacitación que motiven el ahorro
- Motivar el ahorro a través de campañas de sensibilización.
- Identificar socios que aporten con capital propio
- Contactar con organizaciones públicas o privadas que apoyen al emprendimiento
- Maximizar los ingresos actuales
- Inculcar una cultura de ahorro e inversión disciplinada, aprender a controlar el gasto.
- Priorizar y valorar la inversión. Optimizar el capital de trabajo
- Buscar un espacio de coworking, talleres, incubación de proyectos y eventos de networking donde se puede generar ideas innovadoras y desarrollar la creatividad al máximo.

#### **5.1.2.1.3. Liderazgo y perseverancia**

El liderazgo es el arte de influenciar, comandar y conducir a un grupo de personas. Una actitud de liderazgo puede surgir cuando se trabaja con un equipo de personas, atrayendo seguidores, influenciando positivamente las actitudes y los comportamientos de estos, e incentivándolos para trabajar por un objetivo común.

La perseverancia y compromiso son valores humanos fundamentales que permiten al individuo no rendirse y continuar hacia adelante a pesar de las dificultades, los obstáculos, la frustración, el desánimo, el aburrimiento o la tendencia a rendirse y abandonar un proyecto.

El emprendedor debe superar los rasgos personalistas de “líder-seguidor” y pasar a lo que se puede llamar el modelo “líder-lider”. Este nuevo paradigma está fundamentado en la esencia del liderazgo – servicio (misión) y transformación (visión) – e introduce tres características fundamentales: unidad de liderazgo, liderazgo por participación y liderazgo sinérgico.

#### **Líneas de acción:**

- Crear un plan de capacitación para desarrollar el liderazgo
- Fomentar el liderazgo en el sistema educativo formal

- Definir el modelo de *unidad de liderazgo* (líder-líder), donde todos los líderes tienen una fuente común que emana su liderazgo. Para ello, cada individuo debe considerar como propia la misión y visión del emprendimiento.
- Establecer el modelo de *liderazgo por participación*, concepción vertical (jefe-colaborador) del liderazgo a lo largo de la cadena de mando. A su vez, el líder-colaborador participa en el liderazgo del jefe impulsando la misión y visión de la organización.
- Impulsar el modelo del *liderazgo sinérgico*, donde el liderazgo se mantiene y refuerza gracias al liderazgo de los otros miembros de la organización, es un efecto que multiplica el liderazgo más allá de las posibilidades individuales.
- Establecer redes de contacto con personas influyentes

#### **5.1.2.1.4. Motivación**

Motivar implica implementar mecanismos para satisfacer las aspiraciones y los intereses particulares, con el fin de dirigir a las personas hacia un objetivo. La motivación emprendedora es un factor importante para contribuir con el desarrollo de una sociedad.

El emprendedor se siente motivado cuando tiene experiencia en administrar recursos humanos y financieros, estos conocimientos se adquirieron a partir de vivencias u observaciones en trabajos anteriores y decidirá gestionar ante instituciones financieras la consecución de recursos para su emprendimiento.

Más allá de los incentivos externos que los gobiernos y otros organismos crean para fomentarlo, el proceso de creación del emprendimiento está determinado en mayor medida por la percepción del individuo tanto a nivel interno (en relación con sus objetivos y capacidades) como de la viabilidad externa, que depende de la imagen de la actividad a nivel social. Esto no quiere decir que tales incentivos no sean importantes, sino que estos deben encauzarse hacia aquellos individuos que tengan un mayor potencial de desarrollar con éxito el proceso de creación y gestión del emprendimiento.



**Líneas de acción:**

- Lanzamiento de una campaña nacional que motive el emprendimiento a través de las redes sociales
- Elaborar un manual para el desarrollo de emprendimientos
- Producción de videos y presentaciones de alto impacto para motivar el emprendimiento
- Organizar conferencias de motivación con emprendedores exitosos
- Orientar y desarrollar ideas de negocio.
- Difundir programas de televisión, radio e internet, donde se enfoquen temas de emprendimiento y motivación al logro.
- Organizar ruedas de negocios para establecer interacciones con el Estado, banca pública, emprendedores y empresarios.
- Apoyar las ideas de negocios por parte de la banca pública y del Estado.
- Percepción del beneficio económico con la implementación del emprendimiento

**5.1.2.1.5. *Desarrollo de capacidades y competencias***

Kaplan (2003), de la Universidad de Stanford, identifica cinco competencias críticas que requieren los emprendedores: a) liderazgo, capacidad de construir consenso frente a la incertidumbre; b) comunicación, habilidad para generar mensajes claros y consistentes; c) toma de decisiones, saber cuándo tomar decisiones; d) trabajo en equipo, saber cuándo confiar y cuándo delegar; e) capacidad de abstracción, ser capaz de concentrarse en los detalles y luego abstraerse para analizar la realidad completa.

**Líneas de acción:**

- Desarrollar un sistema de capacitación para el desarrollo de capacidades y competencias profesionales con la participación interinstitucional.
- Programa de capacitación profesional por parte del Ministerio de Turismo.
- Establecer alianzas con universidades y centros de capacitación especializados.
- Crear un fondo de becas para apoyar la formación de capacidades profesionales de los migrantes retornados.

### **5.1.2.2. Lineamientos estratégicos del entorno turístico**

#### **5.1.2.2.1. Gestión del destino**

En la actual sociedad del conocimiento y la información, la actividad turística está sujeta a cambios profundos y complejos que obliga a un proceso sistemático de mejora continua en la adopción e implementación de las políticas y estrategias.

#### **Líneas de acción:**

- Desarrollar política turística para los destinos turísticos.
- Elaborar un sistema de información y conocimiento
- Manejar la competitividad y sostenibilidad turística.
- Organizar y gestionar del destino turístico
- Diseñar instrumentos para el seguimiento y medición de resultados
- Diseñar, gestionar y evaluar proyectos turísticos.
- Elaborar la planificación y estrategia de los destinos turísticos
- Desarrollar el marketing estratégico en los destinos turísticos
- Manejar inteligencia de mercado
- Creación e Innovación del producto turístico
- Desarrollar la marca turística
- Promoción del destino y del producto turístico
- Comunicación de los destinos turísticos

#### **5.1.2.2.2. Calidad de productos y servicios**

La tendencia mundial del mercado turístico se orienta a la generación de cambios permanentes de la oferta y servicios turísticos y se requiere que los emprendimientos se adapten a estos nuevos requerimientos del entorno global, contribuyendo a mejorar la competitividad a nivel local, nacional e internacional.

**Líneas de acción:**

- Implementar un sistema de gestión de la calidad turística
- Elaborar e implementar planes de calidad para el sector de servicios turísticos
- Desarrollar la cultura de calidad en los prestadores de servicio y la ciudadanía
- Realizar un análisis de la oferta turística a nivel local, nacional e internacional
- Determinar la calidad de productos y servicios turísticos de Riobamba
- Establecer la cadena de valor
- Elaborar el Plan de Desarrollo Turístico de Riobamba
- Diseñar la imagen del producto turístico para cada segmento.
- Promocionar los productos turísticos

**5.1.2.2.3. Capacitación del talento humano**

El capital humano es el recurso más importante que tiene un país, institución u organización, en consecuencia su capacitación resulta fundamental para el éxito de los emprendimientos turísticos. Se debe diseñar e implementar un plan de capacitación para el sistema de educación formal y también para brindar una educación no formal con el fin de cualificar el talento humano.

**Líneas de acción:**

- Diseñar una campaña de sensibilización para niños y jóvenes que se educan en instituciones educativas formales (educación de básica, bachillerato, superior y universitario)
- Elaborar programas curriculares que incluyan contenidos de turismo.
- Crear en las universidades núcleos de investigación en temas turísticos.
- Implementar programas de certificación en competencias laborales turísticas.
- Capacitación mediante programas de formación continua en lenguas.
- Capacitar en conocimientos específicos a los servidores públicos y privados
- Desarrollar acciones enfocadas a actividades artísticas, ecológicas, intelectuales, artesanales y deportivas.

#### **5.1.2.2.4. Fomento de la cultura emprendedora**

La cultura emprendedora consiste en identificar las oportunidades y reunir los recursos suficientes para transformarlas en una empresa. Pero no sólo se trata de tener una idea, el emprendimiento supone una actitud: desarrollar capacidades para el cambio, experimentar, ser flexible y abierto y sobre todo, arriesgarse.

Según Castro & Barrenechea (2011), en la obra “Cultura Emprendedora, Innovación y Competencias en la Educación Superior”, sostienen que en los últimos años, y como una forma de atender a las nuevas demandas emergentes de la sociedad del conocimiento, se han comenzado a configurar un conjunto de iniciativas inconexas que bregan por una mayor articulación entre la universidad y una heterogeneidad de demandas sociales de conocimiento. Estas respuestas esporádicas y poco articuladas de la universidad hacia las demandas de la sociedad comienzan a responder a un nuevo modelo institucional que se refiere a la *universidad relacional*.

#### **Líneas de acción:**

- La enseñanza debe estar articulada a competencias orientadas hacia el sentido de la iniciativa y emprendimiento
- El conocimiento será orientado al contexto de aplicación económico, social, cultural y regional.
- La gobernanza tendrá en cuenta: la gestión horizontal y en red (gestión social del conocimiento: articulación de recursos, individuos, organizaciones y agendas locales y globales de conocimiento).
- La calidad relacional: proceso integrado multinivel (individuos, grupos y redes), multicriterio (calidad, conectividad y pertinencia social) y multiagente (pares académicos, usuarios y pares sociales).
- Fomento de redes heterogéneas de conocimiento y aprendizaje
- Diseñar e implementar campañas de sensibilización para promover la cultura emprendedora.
- Diseñar e implementar estrategias de comunicación y difusión a través de los medios de comunicación.

- Crear espacios de colaboración entre emprendedores para intercambiar experiencias, conocimientos y habilidades.
- Desarrollar ferias de promoción del emprendimiento.

### **5.1.2.3. Lineamientos estratégicos del entorno institucional**

#### **5.1.2.3.1. Articulación institucional**

Tiene el propósito de establecer alianzas estratégicas entre las instituciones públicas y las instituciones privadas, con el fin de articular la gestión administrativa, planificación y desarrollo de actividades turísticas.

#### **Líneas de acción:**

- Elaborar el Plan de Desarrollo Estratégico Turístico de Riobamba
- Liderar los procesos de organización interinstitucional para el desarrollo de la competitividad y fortalecimiento del sector turístico.
- Articular iniciativas de cooperación interinstitucional para la generación de proyectos y emprendimientos turísticos.
- Crear un comité de carácter mixto que se encargue de la implementación de planes, programas, proyectos y emprendimientos para el desarrollo turístico.

#### **5.1.2.3.2. Alianzas estratégicas**

Establecer alianzas estratégicas entre instituciones públicas-privadas-academia, con el propósito de articular las acciones necesarias donde se identifiquen los roles, responsabilidades y sinergias que contribuyan con el desarrollo de emprendimientos.

#### **Líneas de acción:**

- Establecer convenios de cooperación interinstitucional entre instituciones públicas, privadas y la academia.
- Manejar esquemas armonizados de planes de negocio.
- Comprometer a las instituciones públicas para que legislen y asignen recursos para el desarrollo de emprendimientos.
- Buscar apoyo en la academia para el diseño de emprendimientos productivos.
- Facilitar la creación de pequeños y medianos emprendimientos, por medio de programas de simplificación de trámites, reducción de costos y exenciones tributarias.
- Implementar una plataforma virtual y física para la difusión de productos y servicios.
- Desarrollar programas de responsabilidad social para que los emprendimientos reciban capacitación especializada de expertos y emprendedores exitosos.

#### **5.1.2.3.3. Fortalecimiento de capacidades institucionales**

El fortalecimiento de las capacidades institucionales mediante capacitación y asignación de recursos permitirá el desarrollo de programas con nuevas tecnologías y herramientas para la generación de emprendimientos.

#### **Líneas de acción:**

- Crear la “*incubadora de emprendimientos turísticos*” en la Universidad Nacional de Chimborazo.
- Planificar la asignación de recursos institucionales para capacitación e implementación de la planta física y tecnológica.
- Diseñar programas para la creación de nuevos emprendimientos.
- Realizar talleres y eventos de promoción del emprendimiento, con el fin de capacitar en nuevas metodologías de negocios y difusión de emprendimientos exitosos.

#### **5.1.2.3.4. Creación de la “Incubadora de Emprendimientos turísticos”**

Crear la “Incubadora de Emprendimientos turísticos” en la Universidad Nacional de Chimborazo, la misma que se conforma por instituciones públicas (Ministerio de Turismo, Viceministerio de Movilidad Humana, Gobierno Autónomo Descentralizado provincial de Chimborazo, BanEcuador, Corporación Financiera Nacional), instituciones privadas (Red de Movilidad Humana de Chimborazo, Cooperativas de Ahorro y Crédito, CRISFE) y la academia (Universidad Nacional de Chimborazo, Universidad del País Vasco). Tiene como finalidad fomentar, diseñar, articular, implementar, acompañar y evaluar los emprendimientos productivos; así también, se encarga de la capacitación, formación de los emprendedores.

#### **Líneas de acción:**

- Elaborar el proyecto de creación de la “Incubadora de Emprendimientos”
- Establecer funciones y compromisos de las instituciones públicas, privadas y academia.
- Realizar investigación diagnóstica para la detección de problemas sociales y potencialidades del entorno turístico.
- Desarrollar estudios de mercado para identificar oportunidades de negocio.
- Desarrollar la educación emprendedora al interior de los centros educativos.
- Contribuir al desarrollo socioeconómico mediante la creación de emprendimientos, la generación de ingresos y de fuentes de empleo.
- Promover la vocación emprendedora y el desarrollo empresarial, mediante el fortalecimiento de la competitividad y el posicionamiento en el mercado.
- Proveer servicios de asistencia técnica y de soporte a emprendimientos, a través de identificación de necesidades y oportunidades de apoyo.
- Acelerar la consolidación del emprendimiento, ayudándoles a superar rápidamente las barreras técnicas, gerenciales y de mercado.
- Fortalecer la capacidad emprendedora ofreciendo un ambiente apropiado para su desarrollo y crecimiento.
- Optimizar y reducir costos para los emprendimientos.
- Facilitar el acceso a fuentes de financiamiento y recursos.
- Promover la difusión, comercialización y asociatividad entre emprendedores.

#### **5.1.2.3.5. Plataforma tecnológica de comunicación**

Diseñar una plataforma tecnológica que facilite el acceso de emprendedores y responsables institucionales para coordinar las actividades y el trabajo interinstitucional de apoyo al emprendimiento.

##### **Líneas de acción:**

- Diseñar e implementar una plataforma virtual para dinamizar el ecosistema emprendedor.
- Ofertar servicios de capacitación y asesoría en línea para emprendedores.
- Implementar la bolsa de trabajo.
- Crear un expediente digital para cada emprendedor que permitirá acceder a servicios financieros, de apoyo y acompañamiento de los emprendimientos.

#### **5.1.2.4. Lineamientos estratégicos del proceso de planificación**

En el proceso de planificación, el plan de negocios juega un papel preponderante, para lo cual es necesario: articular los instrumentos financieros, fomento de la cadena financiera, monitoreo y evaluación.

##### **5.1.2.4.1. Articular los instrumentos financieros**

Establecer nuevas líneas de crédito bajo condiciones flexibles para la creación de nuevos emprendimientos en las etapas de diseño, creación y operación.

##### **Líneas de acción:**

- Coordinar actividades de capacitación y orientación en las líneas de crédito que dispone la institución financiera.
- Contribuir con el diseño de nuevas líneas de crédito para emprendimientos productivos.



- Asesorar en la inversión y análisis financiero en el diseño de nuevos proyectos de emprendimiento.
- Flexibilizar las garantías para el crédito de emprendimientos que inician o se encuentran en la etapa de desarrollo.
- Brindar asesoramiento y acompañamiento a los emprendimientos financiados.

#### **5.1.2.4.2. Fomento de la cadena financiera**

Integrar recursos públicos y privados como son: capital semilla, capital de riesgo y ángeles inversores mediante la generación de instrumentos financieros.

#### **Líneas de acción:**

- Establecer convenios de cooperación con instituciones financieras para motivar el emprendimiento.
- Desarrollar un programa para financiar nuevos emprendimientos con capital de riesgo.
- Crear un programa para financiar emprendimientos por oportunidad con capital semilla.
- Promover la participación de ángeles inversores en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos.
- Revisar y solicitar la modificación de marcos legales que obstaculizan los créditos para el emprendimiento.

#### **5.1.2.4.3. Monitoreo y evaluación**

El monitoreo y evaluación de lineamientos estratégicos y acciones definidas en el presente documento será responsabilidad de las instituciones públicas, privadas y academia; coordinarán el proceso a través de la “Incubadora de Emprendimientos”. Será necesario implementar un sistema de monitoreo y evaluación de las acciones desarrolladas que permitirá generar un informe anual de resultados.

Los indicadores de impacto que serán evaluados son:

- Número de personas emprendedoras capacitadas y atendidas por sexo, ubicación geográfica y nivel educativo.
- Número de emprendimientos turísticos diseñados.
- Número de emprendimientos turísticos implementados y formalizados.
- Ventas efectuadas por cada emprendimiento implementado.
- Número de empleos creados por edad y sexo.

## **5.2. Propuesta de actuación**

### ***5.2.1. Condiciones previas y premisas iniciales***

Antes de exponer la propuesta de actuación concreta que se presenta tras la elaboración de la investigación y con el objetivo de implementar un programa piloto para la puesta en marcha de emprendimientos turísticos basados en los capitales de la población emigrante retornada en la ciudad de Riobamba, es importante subrayar una cuestión previa a todo el desarrollo y que condiciona completamente el éxito o no del programa o incluso la pertinencia o no de ejecutarlo.

Para que un programa de estas características pueda dar sus frutos es fundamental que desde las diferentes instituciones implicadas se haga una clara apuesta por convertir al turismo en un sector económico relevante dentro de la ciudad de Riobamba y provincia de Chimborazo. Para ello, hay que invertir en el sector, pero también en infraestructuras y servicios de calidad. De no darse esta condición previa cualquier tipo de programa está abocado al fracaso.

El programa que se presenta a continuación bebe de dos lógicas que aunque aparentemente pueden ser contradictorias, en este caso son ambas necesarias, complementarias y habrá que saber gestionarlas adecuadamente.

Por un lado es un programa que por definición y al ser un programa piloto, tiene que ser limitado en el tiempo y realista. Hay que tener claro desde un primer momento que el programa no puede ser evaluado en términos cuantitativos y que más importante que el número de emprendimientos obtenidos será el éxito en el tiempo y la sostenibilidad de los mismos. La intención inicial es trabajar con un pequeño grupo de personas interesadas y altamente motivadas, que podrían ser inicialmente 15-20 e intentar que de este grupo puedan surgir algunos emprendimientos en materia turística viables y duraderos en el tiempo.

Por el otro, y como cualquier programa piloto, este programa nace con un claro afán de extender su influencia y capacidad, de obtener efectos multiplicadores y también de ser un programa de referencia para otros en el futuro. Por ello, inicialmente se centrará el trabajo en personas emigrantes retornadas, pero si posteriormente se valora que el programa ha funcionado satisfactoriamente sería interesante ampliarlo a emprendimientos ya existentes, para así incidir en el empoderamiento de los mismos, a otros colectivos como el de emigrantes con intención de retornar o personas no emigrantes pero con recursos que emanan de las remesas. En un estadio posterior, se podría incluso, analizar la viabilidad del programa para el conjunto de la población y también para otros sectores productivos.

Para poder garantizar estas dos premisas, tanto la modestia del programa como su posible extensión, es fundamental la puesta en marcha de mecanismos de evaluación del mismo, tanto a través de la evaluación continua como la final, para así poder hacer un análisis del proceso y de los resultados y poder modificar e incluir mejoras en el mismo o, llegado el caso, valorar la no conveniencia de su continuidad.

### **5.2.2. Agentes institucionales**

El programa que se presenta en este apartado demanda la participación activa de diferentes instituciones públicas de diferente nivel implicadas en el área del turismo y la movilidad humana. Por ello es imprescindible que el modelo se base en la gobernanza multinivel y en un modelo de políticas públicas interinstitucionales. En este sentido, las tres “co” pueden ser una herramienta útil para la gestión de estas relaciones.

- *Colaboración*: Partiendo de las competencias de cada institución y de las funciones asumidas en el programa las diferentes instituciones tendrán que mostrar y demostrar una clara voluntad para la colaboración, para que así el programa pueda salir adelante.
- *Comunicación*: Para que esta colaboración sea real y eficaz se tendrán que establecer los cauces pertinentes tanto para la comunicación formal dentro del programa, sin olvidar la importancia de las vías informales.
- *Coordinación*: Este tercer apartado empata con los dos anteriores y garantiza un adecuado funcionamiento y una correcta gestión de las relaciones interinstitucionales dentro del programa.

Son varios los agentes que participarán en el programa, cada uno de ellos tendrá diferentes funciones y actuaciones dependiendo de su nivel competencial o de la fase en la que participa. A continuación se citan los principales:

- Ministerio de Turismo.
- Viceministerio de Movilidad Humana.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Cantonal de Riobamba
- Universidad Nacional de Chimborazo.
- Asociación de Migrantes Retornados de la provincia de Chimborazo.
- Otros agentes: entidades bancarias y organizaciones no gubernamentales

### **5.2.3. Fases y funciones de los agentes**

El programa que se presenta a continuación se basa en los resultados y la información obtenida en la investigación diagnóstica realizada y plantea una estructura basada en cinco fases o periodos, que deben entenderse como un todo y que no pueden desligarse una de la otra.

### **5.2.3.1. Fase de difusión y publicidad**

En esta primera fase el objetivo principal es que el programa que se va a ejecutar sea conocido por el público al que está dirigido: población emigrante retornada. Para poder llegar a este público será fundamental la colaboración de aquellas instituciones o entidades que por su cercanía tienen un contacto más directo con el colectivo, como por ejemplo el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, Municipalidad de Riobamba, Asociación de Migrantes Retornados de Chimborazo y otros. También podrían aprovecharse eventos o actos asociados a las personas migrantes.

La difusión y publicidad del programa se tendría que plantear desde un prisma realista y pragmático en el que no se creen falsas expectativas y se presente con precisión el contenido del programa. Del mismo modo junto a estos objetivos hay que aunar elementos de marketing y comunicación social que hagan atractivo el programa. Esta fase tendría una duración aproximada de dos meses.

### **5.2.3.2. Fase preparatoria**

En términos cronológicos esta fase coincidiría con la primera y se centraría principalmente en la capacitación de las personas que a su vez capacitarán a las personas participantes en este programa. La idea sería que los técnicos municipales que van a capacitar a estas personas reciban una formación inicial sobre temas relacionados con la normativa, el turismo, las ayudas y programas existentes o el análisis de mercado.

Esta capacitación sería ofrecida por personas expertas que podrían proceder de instituciones públicas o de la propia universidad. Esta fase tendría un mes de duración y como se ha apuntado se realizaría en paralelo a la primera fase.

### ***5.2.3.3. Fase de detección y selección de participantes en el programa***

En esta fase las personas responsables del programa de capacitación en colaboración con el grupo de investigación se encargarán de hacer una selección de posibles participantes potenciales en el programa. Para ello se realizará una sesión informativa con todas las personas interesadas y en el que también se realizaría una breve entrevista-cuestionario, siguiendo los criterios de selección de personas que se han establecido en el informe. Con esta información se realizaría la criba para la selección de las personas participantes en el programa, que como ya se ha apuntado se situaría en un número no superior a 15-20 personas.

El objetivo es que tras contactar con el público objetivo y detectar a personas interesadas, finalmente se obtenga un grupo de interés altamente motivado y con claras intenciones de aprovechar los conocimientos adquiridos en el curso para la posterior puesta en marcha de un emprendimiento en materia turística. La duración de esta fase sería de un mes.

### ***5.2.3.4. Fase de capacitación, orientación y diseño de proyecto de emprendimiento***

Esta fase de capacitación y orientación es realmente de las más importantes del programa. Por ello, el propio diseño de la formación resulta fundamental y en ella tendrían que participar todos los agentes implicados. Los temas que deberían ser tratados son: capacitación sobre aspectos turísticos, aspectos asociados a la gestión del negocio, asesoría financiera, asesoría legal, información sobre programas y ayudas existentes, orientación para la obtención de ayudas, acompañamiento integral, exposición de buenas prácticas en la materia, análisis preliminar de viabilidad, etc.

En la capacitación las personas responsables de la misma serían los responsables técnicos municipales que previamente han sido formadas para dirigir el programa. Sin embargo, participarán dependiendo del tema, personas expertas representantes de otras instituciones como el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de

Chimborazo o la Universidad Nacional de Chimborazo. También puede ser interesante que personas que hayan puesto en marcha su emprendimiento turístico puedan exponer su experiencia, para reforzar la motivación a través de los pares y aprender de la experiencia práctica.

En un segundo apartado de esta misma fase se trabajaría con las personas participantes en el programa en torno a la orientación y el diseño de un proyecto de emprendimiento productivo. En este caso, se trataría de un primer proyecto de negocio y un análisis preliminar de mercado, que sería tutorado y orientado por las personas responsables técnicas del proyecto.

El objetivo de esta segunda parte es la de garantizar que a la siguiente fase tan sólo pasan aquellos proyectos que están correctamente fundamentados y que tienen posibilidad de ser viables y sostenibles en el tiempo. Por tanto también se daría una función de filtro y derivación a la siguiente fase, de tal forma que tan sólo llegasen los proyectos adecuados y con potencialidades.

De igual modo, si existen programas que muestran similitudes o pueden ser complementarios a esta fase gestionada por otras instituciones, sería muy interesante poder empatar con ellas y en la medida de lo posible integrarlas o plantear vías flexibles para poder utilizarlas y aprovechar lo ya existente.

Esta fase tendría una duración de 5 meses, de tal forma que los dos primeros meses se trabaje en la capacitación concreta y los tres siguientes en la elaboración del plan de negocio y en el análisis de viabilidad del mismo.

#### ***5.2.3.5. Fase de implementación y seguimiento del proyecto***

Siguiendo con la lógica de utilizar los recursos ya existentes esta fase se gestionaría a través del programa “Negocios Turísticos Productivos” que gestiona el Ministerio de Turismo y que fomenta los emprendimientos turísticos ofreciendo asesoría y posibilidades de financiación.

El objetivo es que a esta fase y por lo tanto a este programa del Ministerio de Turismo tan sólo lleguen los proyectos que realmente tengan viabilidad, para así agilizar y facilitar el proceso y la propia puesta en marcha de los emprendimientos productivos, que es el objetivo final del programa.

Tras la implementación y puesta en marcha del proyecto y en colaboración y coordinación con el Ministerio de Turismo, desde el programa también se podría dar apoyo logístico y acompañamiento a aquellos emprendimientos que forman parte del programa en aspectos logísticos y publicitarios, de seguimiento y orientación, etc. Esta labor la realizarían de nuevo los responsables técnicos del Municipio de Riobamba, implicados en el programa piloto, con el objetivo de que el emprendimiento se consolide, madure y pueda a medio y largo plazo gestionarse de forma autónoma por las personas emprendedoras del negocio.

La duración de esta fase es algo indeterminada por las características propias de la misma y por las peculiaridades de cada proyecto. En todo caso, se estima que podría llevar aproximadamente unos 8-12 meses, aunque la dedicación propia del programa puede ser menos intensa y estará condicionada por las necesidades de cada emprendimiento.

A este esquema estructurado en fases y funciones habría que sumar el papel transversal de dinamización y supervisión del programa que realizaría el grupo de investigación de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Con respecto a la duración total del proyecto este varía dependiendo de cómo se entienda el propio proceso y el plan de actuación. Si se ciñe al trabajo directamente asociado al programa y en el que el trabajo tiene un carácter más intensivo, se podría estar hablando de aproximadamente 10-12 meses. Si a este periodo se suma el acompañamiento tras la puesta en marcha del emprendimiento, entonces todo el proceso se situaría sobre los 20 meses de duración, desde que comienza el proceso de difusión y publicidad hasta que ya se ha puesto un emprendimiento en marcha y se hace su seguimiento y monitorización.



### 5.2.4. Esquema-resumen de la propuesta de actuación

FASE	OBJETIVOS	ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2017		2018				2019				
				T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	
				3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD	Llegar al público objetivo	Contacto y colaboración con agentes cercanos al colectivo	UNACH (R)											
	Difundir y publicar el programa	Sesiones informativas y difusión del material	GAD Chimborazo (R) GAD Riobamba, MREMH, MIRECH											
FASE PREPARATORIA	Capacitar a las personas responsables y capacitadoras del programa	Sesiones de capacitación	GADM Riobamba (R) MINTUR, UNACH, CFN, MIRECH											
DETECCIÓN Y SELECCIÓN DE PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA	Detección de potenciales participantes	Sesión informativa y aplicación de un cuestionario	MIRECH (R) UNACH, MINTUR GADM Riobamba											
	Elaborar los requisitos para acceder al programa	Sesiones de trabajo del Equipo Técnico del Programa	UNACH (R) Equipo Técnico (Un técnico de: UNACH, GADM Riobamba, GADP Chimborazo, MINTUR, MIRECH, MREMH, CFN, BNF)											
	Selección de participantes	Análisis de requisitos y perfiles idóneos para el programa.												
CAPACITACIÓN, ORIENTACIÓN Y DISEÑO DE PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO	Capacitación y orientación a participantes	Realización de talleres y seminarios de capacitación	Técnicos: MINTUR (R), GADM Riobamba, UNACH, CFN, BNF, MIRECH											
	Elaboración de proyectos y análisis de factibilidad	Trabajo autónomo tutorizado de las personas participantes	Técnicos: MINTUR (R), GADM Riobamba, UNACH, CFN, BNF, MIRECH											
	Selección de proyectos factibles	Análisis técnico de los proyectos	MINTUR (R) Equipo Técnico (3.2)											
IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS PROYECTOS	Implementación de emprendimientos	Puesta en marcha y apoyo logístico del proyecto	GADM Riobamba (R) UNACH, GADP Chimborazo, MINTUR, MIRECH, MREMH, CFN, BNF, MAGAP											
	Acompañamiento y orientación del emprendimiento	Tareas de acompañamiento y seguimiento del negocio	CFN BNF GADM Riobamba											
TRANSVERSAL 1	Coordinación y dinamización del proyecto piloto	Supervisión, coordinación y evaluación del programa	UNACH											

**Cuadro 65. Esquema de la propuesta de actuación. Elaboración propia**

UNACH: Universidad nacional de Chimborazo; GADM Riobamba: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba; GADP Chimborazo: Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo; MINTUR: Ministerio de Turismo; MIRECH: Asociación de Migrantes Retornados de Chimborazo; MREMH: Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana; CFN: Corporación Financiera Nacional; BNF: Banco Nacional de Fomento.

## CONCLUSIONES

1. Del diagnóstico situacional, se detecta una apuesta institucional para el desarrollo turístico y además se subrayan las potencialidades que posee la ciudad de Riobamba y la provincia de Chimborazo. Si a este hecho se suma la relevancia y el impacto económico que tiene el fenómeno migratorio, se estima que un programa de estas características es viable y factible. En la actualidad no existen experiencias reseñables en el desarrollo de los emprendimientos de la población emigrante retornada, por lo que es necesario poner en marcha un programa piloto en la ciudad de Riobamba. Si a todo ello se suma la voluntad política declarada por los representantes políticos, existe una ventana de oportunidad que no puede desecharse.
2. Entre las principales dificultades detectadas para poner en marcha un programa de emprendimiento son: a) El propio proceso migratorio de retorno no siempre es exitoso y además frecuentemente las expectativas creadas y el contexto existente no siempre casan. b) En varias ocasiones se recalca la falta de cultura organizativa y de gestión de negocios que se da en el sector turístico y hostelero de la ciudad y que hace que frecuentemente la atención que se ofrece al cliente, ya sea turista o no, sea inadecuada y deficiente.
3. El interés de los migrantes retornados en invertir en emprendimientos turísticos es bastante elevado, pues el 45% de personas desea trabajar en este sector. Así también, el 22% de migrantes trabajaron en el país de destino en el sector de la hostelería y el turismo; en consecuencia se supone que conocen del negocio. El 70% de personas manifiestan su predisposición de invertir en un proyecto piloto y el 56% requiere apoyo financiero.

4. De la autoevaluación realizada a los migrantes retornados sobre las características personales para emprender un negocio en cuanto tiene que ver a los factores socio-demográficos, perfil psicológico, motivación, innovación, creatividad, iniciativa personal, capacidad de análisis, capacidad de influencia y propensión al riesgo; se evidenció que el 67% tiene una actitud y aptitud positiva para el emprendimiento. Existe un conocimiento y habilidades aprendidas en el ámbito laboral que no son aprovechadas en el país de retorno.
5. Mediante el *Análisis Factorial Confirmatorio* desarrollado en el programa informático SPSS Statistics V\_22, se obtuvo los factores que agrupan las variables de acuerdo a ciertas características internas relacionadas. Para la dimensión del emprendedor, se tiene dieciseis factores: educación formal, experiencia con familiares en la creación de empresas, capacidad económica del emprendedor, experiencia en la actividad, autocontrol, autoconfianza, liderazgo y perseverancia, reconocimiento, capacidad de relacionamiento con los clientes, capacidad de conseguir recursos financieros, percepción del beneficio económico, experiencia en administrar recursos humanos y financieros, capacidad de análisis del ambiente, creatividad e innovación, eficiencia y calidad, y capacidad de relacionarse entre emprendedores. Mientras en la dimensión del entorno turístico se consiguió catorce factores: gestión del destino, seguridad y servicios, mapa de actores en turismo, continuidad en los proyectos, voluntad política, destino turístico, cadena de valor, calidad de productos y servicios, actitud del servicio, educación y capacitación en competencias laborales, identidad cultural, conectividad turística, demanda y promoción. Para la dimensión del entorno institucional se tiene cinco factores: subsidios y acompañamiento, leyes y reglamentos, incubadora de empresas, inversión pública y privada, y asistencia financiera y técnica. Por último, en la dimensión del proceso de planificación, los factores son: desarrollo del producto o servicio, financiación, plan de negocios y ahorro.
6. A través del *Modelo Logit* (análisis de regresión logística) se determinó los coeficientes factores con mayor significancia y que influyen favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos. Para la dimensión del emprendedor, se tiene siete factores determinantes: Educación formal, capacidad económica

del emprendedor, liderazgo y perseverancia, capacidad de conseguir recursos financieros, experiencia en administrar recursos humanos y financieros, capacidad de análisis del ambiente y capacidad de relacionarse entre emprendedores. Mientras en la dimensión del entorno turístico se consiguió cinco factores: gestión del destino, voluntad política, calidad de productos y servicios, actitud del servicio y educación y capacitación en competencias laborales. Para la dimensión del entorno institucional se tiene: leyes y reglamentos, e inversión pública y privada. Por último, en la dimensión del proceso de planificación, el factor determinante es el plan de negocios.

7. Con el fin de orientar la toma de decisiones por parte de los organismos públicos y privados en el marco de la política de desarrollo social se propone lineamientos estratégicos para el desarrollo de emprendimientos turísticos. Para la dimensión del emprendedor: educación, capacidad económica, liderazgo y perseverancia, motivación, y desarrollo de capacidades y competencias. Para la dimensión del entorno turístico: gestión del destino, calidad de productos y servicios, capacitación del talento humano, fomento de la cultura emprendedora. En la dimensión del entorno institucional: articulación institucional, alianzas estratégicas, fortalecimiento de las capacidades institucionales, creación de la incubadora de emprendimientos turísticos, plataforma tecnológica de comunicación. Finalmente, en el el proceso de planificación, el plan de negocios juega un papel preponderante, para lo cual es necesario: articular los instrumentos financieros, fomento de la cadena financiera y monitoreo y evaluación.

## RECOMENDACIONES

1. Se requiere trabajar en el futuro en la creación de un programa piloto que nazca con una clara voluntad pragmática y con vocación de poder extenderse si así se estima. Dicho programa se cimenta en el objetivo principal de fomentar e impulsar la puesta en marcha de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba. Para ello, se esboza una propuesta de carácter integral en la que la capacitación, la orientación y el acompañamiento son los ejes de actuación. Igualmente, se tienen en cuenta los programas y las medidas ya existentes y se intenta integrarlas dentro de la propuesta de actuación, para así aprovechar tanto la experiencia como los recursos disponibles.
2. Para superar las debilidades existentes en el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba, es necesario disponer de una planificación a largo, mediano y corto plazo, nacida de un trabajo colaborativo interinstitucional con una lógica de gobernanza multinivel, con alianzas estratégicas y articulación institucional, en la que los diferentes agentes e instituciones públicas colaboran y se coordinan para que el programa llegue a buen término y obtenga los resultados deseados.
3. En el futuro se requiere ampliar el estudio a nivel provincial y regional para profundizar el conocimiento sobre las características de la migración internacional y desarrollo de emprendimientos, como también a otros sectores de actividad empresarial con el fin de contribuir con soluciones integrales al problema de la migración de retorno. Así también, deben crear las instituciones financieras, líneas de crédito favorable y accesible para este colectivo.

4. Se requiere establecer un programa de capacitación para potenciales emprendedores, en este caso la capacitación entendida en un sentido amplio de la palabra y en ella cabría la orientación, la asesoría legal, el acompañamiento del proyecto, el análisis de viabilidad, etc. Sería por lo tanto, una de las claves para hacer frente a problemas como la falta de conocimiento sobre la materia o la gestión de un negocio y que entroncarían con las capacidades de la persona emprendedora. Pero también el medio para orientar y encaminar el propio emprendimiento, que a través de este seguimiento tendría más posibilidades de ser viable y sostenible en el tiempo.
5. Se debe ampliar la investigación a otras áreas del emprendimiento para obtener información integral y que a través del *Análisis Factorial Exploratorio* pueda determinarse los factores y variables clave para el desarrollo de emprendimiento de manera general.
6. Es necesario que en futuras investigaciones se profundice en cómo interactúan los factores y variables incluidos en este modelo. También se debe investigar la existencia de otros factores y variables moderadores o mediadores entre las dimensiones del emprendedor, entorno turístico y entorno empresarial y relacionarlo con el modelo propuesto.
7. Se recomienda a los organismos públicos y privados que en el marco de la política de desarrollo social se ejecute los lineamientos estratégicos propuestos para buscar el desarrollo sostenible de emprendimientos turísticos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abu-Warda, N. (2008:39). La migración internacional. *Universidad Complutense de Madrid*, 50.
- Acosta, A. (2006). *La migración en el Ecuador: oportunidades y amenazas*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Acosta, A. (2006). *La migración en el Ecuador: oportunidades y amenazas*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Acosta, A. (2008). La compleja tarea de construir democráticamente una sociedad democrática. *La Tendencia no. 8*.
- Alsos, G., & Kolvereid, L. (1998). The business gestation process of novice, serial, and parallel business founders. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 22, núm. 4, pp. 101-114.
- Alvarez Verdezoto, M. J. (2013). *La migration externa y su incidencia en el desarrollo socio-economico de las familias de migrantes de las Cornunidades Toctezinin e This de la Parroquia Matriz Chunchi, alio 2000-2010 (Tesis de Grado)*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Álvarez, J. (2008). *Emigración en la provincia de Chimborazo*. Riobamba, Ecuador: Gráficas Riobamba.
- Alvarez, S. (2009). Dossier central: "Transitando en la clandestinidad: análisis de la migración indocumentada en tránsito por la frontera sur mexicana. *Sistema de Información sobre Migraciones Andinas*, 3.
- Alvarez, S. (2012). *Estado del arte de la migración ecuatoriana*. Quito: FLACSO.
- Alvarez-Román, J. (2008). *Emigración en la provincia de Chimborazo*. Riobamba: Gráficas Riobamba.
- Alvarez-Román, J. (2010). *Migración Interna en la ciudad de Riobamba*. Riobamba: Editorial Freire.
- Andrés, A., García, T., & Fuente, J. (1999). Análisis de algunos determinantes de la creación de empresas en España ante el reto de la Unión Económica Europea. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, núm. 3, pp. 53-68.
- Arango, J. (1985). *Las "leyes de las Migraciones" de E. G. Reveinstein, cien años después*. REISS.

- Araujo, L. y. (12 de 09 de 2012). *Diagnóstico de la normativa en materia migratoria en la región andina y propuesta técnica de fortalecimiento de la exigibilidad de los derechos de los migrantes andinos*. Obtenido de [http://www.redandinademigraciones.org/documentos/cat\\_view/41-doctos-red-andina](http://www.redandinademigraciones.org/documentos/cat_view/41-doctos-red-andina)
- Arguello, O. (1973). *Migración y cambio estructural*. Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Arias, P. (2011). *Realidades de la Migración y posibilidades de Codesarrollo, Caso: Proyecto de Codesarrollo del Cantón Chunchi*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Arízaga, L. (2005). «La política del estado ecuatoriano hacia los emigrantes nacionales», en Javier Ponce Leiva (ed.), *Emigración y política exterior en Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
- Astigarraga, E. (2006). *El método Delphi*. San Sebastián: Universidad de deusto.
- Balbi, E. (2014). *Construyendo el futuro*. Argentina. Buenos Aires.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Batista, C., & Vicente, P. (2010). *Do Migrants Improve Governance at Home? Evidence from a Voting Experiment*. Bonn: Institute for the Study of Labor.
- BCE. (2013). *Evolución de las Remesas. Ecuador*. Quito: Banco central del Ecuador.
- Benavides Llerena, G. (2008). Políticas migratorias: De la gestión instrumental/asistencial al reconocimiento de las personas y las garantías de sus derechos. *Diálogos Migrantes*.
- Bindfor, L. (2002). "Remesas y subdesarrollo en Mexico". *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*. n° 90, 117-158.
- Bocagni, P. (2011). "The framing or return from above and below in Ecuadorian migration: a project, a myth or a political device?". *Global Networks, Vol. 11, N° 4*, 461-480.
- Bueno Sánchez, E. (2010). *Apuntes sobre la migración internacional y su estudio*. México.
- Busenitz, W., Shepherd, N., & Chandler, Z. (2003). *Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Direcciones*. Journal of Management.
- Calderón, J. (2007). *Naufragio, migración y muerte en el Pacífico*. Quito: paradisco Editores.
- Camacho, G. (2007). *Sistenia de information sobre migration laboral*. Quito: Observatorio. Quito: Observatorio Laboral Ecuatoriano.
- Camacho, G. (2010). *Las mujeres migrantes y desplazadas, ciudadanas de pleno derecho*. Barcelona: Diputación de Barcelona.
- Cassarino, J.-P. (2014). Theorising Return Migration: The Conceptual Approach to Return Migrants Revisited. *International Journal on Multicultural Societies*. Vol. 6, 253-279.



- Castillo, A. (2011). *Impacto socioeconómico de la entrega del capital semilla del*. Quito: IAEN.
- Castles, S., & Delgado, R. (2007). *Migration y desarrollo: Perspectivas desde el Sur*. México D.F.: Miguel Angel Porrúa.
- CEPAL. (2011). *Fuentes de Datos y Medición de las Migraciones*.
- Cerese, F. (1974). Expectations and Reality: A Case Study of Return Migration from the United States to Southern Italy. *International Migration Review*, 245-262.
- Cerezo, P. (2011). "Migrations, desarrollo, remesas y crisis económica internacional". *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, vol. 44, 187-208.
- Cohen, R., & Swerdlik, M. (2001). *Pruebas y evaluación psicológica: Introducción a las pruebas y a la medición*. México: Mc Graw Hill.
- Collier, W., Pirazza, M., & Randazzo, T. (2011). *Remittances and return migration*. Bonn: Institute for the Study of Labor.
- Courtis, C. (2011). Marcos institucionales, normativos y de políticas sobre migración internacional en Argentina, Chile y Ecuador», en Martínez Pizarro Jorge (ed.), *Migración Internacional en América latina y el Caribe. Nuevas tendencias, nuevos enfoques*. Santiago de Chile. CEPAL, 177.
- Covarrubias, I. (2016). Emprendedores y Empresarios: un enfoque Institucional. *Contribuciones a la economía*, 55-63.
- Cuadras, C. (1981). *Métodos de Análisis Multivariante*. Barcelona: Editorial Universitaria de Barcelona.
- De la Fuente Fernández, S. (2011). *Regresión Logística*. Madrid: facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Autónoma de Madrid.
- Díaz, G. (2007). *Aproximaciones metodológicas al estudio de las migraciones internacionales*. Madrid: UNISCI, Universidad Complutense de Madrid.
- Duque, G., & Genta Rossi, N. (2009). Boletín del Sistema de Información sobre Migraciones Andinas - FLACSO Sede Ecuador - N.º 5. *Andinamigrante, FLACSO Sede Ecuador - N.º 5*, 1-15.
- Duque, G., & Genta Rossi, N. (2009). Crisis y migración: ¿el retorno esperado o búsqueda de alternativas? *ANDINAMIGRANTES*, 1.
- Durand, J. (2007). "Remesas y desarrollo: las dos caras de la moneda" en LEITE, Paula; ZAMORA, Susana y ACEVEDO, Luis (eds.). *Migration internacional y desarrollo en America Latina y Caribe*. México D.F.: CONAPO.
- Eguiguren, M. M. (2011). *Sujeto migrante, crisis y tutela estatal. Construcción de la Migración y modos de intervención del Estado ecuatoriano*. Quito: FLACSO. Abya Yala.

- Eisenstadt, S. (1978). *Revolution and the transformation of societies: a comparative study of civilizations*. New York: Free Press.
- Escobar-Pérez, J. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en Medición*. 6, 27-36.
- Fernández, E., & Junquera, B. (2001). Factores determinantes en la creación de pequeñas. *Papeles de Economía Española*, núm. 89/90, pp. 322-342.
- Fernández, S. (2011). *Análisis factorial*. Madrid: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- FLACSO. (2008). *Ecuador: las cifras de las migraciones internacionales*. Quito: UNFPA-FLACSO.
- Flavián, C., & Lozano, F. (2005). Influencia de la actitud orientada al mercado del profesorado universitario sobre su comportamiento. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 14, 123-140.
- Genta, G. y. (2009). Crisis y migración: el retorno esperado o búsqueda de alternativas. *Sistema de Información sobre Migraciones Andinas*, 2-3.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4th ed.)*. Boston: Allyn & Bacon.
- Gil Araújo, A. A.-P. (2005). *La migración un camino entre el desarrollo y la cooperación*. Madrid: CIP-FUHEM.
- Godet, M. (2000). *Prospectiva*. Paris: Economía.
- Godet, M., & Durance, P. (2009). *La Prospectiva Estratégica para la empresa y los territorios*. París: LIPSOR.
- Godet, M., & Durance, P. (2011). *La prospectiva estratégica para las empresas y los territorios*. UNESCO: DUNOD.
- Gómez Galán, M., David, I., Albarrán Calvo, M., Malgesini Rey, G., & El Harchi Biro, Y. (2010). *Migraciones y Codesarrollo en la relación entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CELARE.
- Gómez, M., & David, I. (2010). *Migraciones y desarrollo en la relación entre la Unión Europea, América latina y El Caribe*. Santiago de Chile: Cideal - CELARE.
- Goycochea, A., & Ramírez, F. (2002). 2002). "Se fue, volver? Imaginarios, familia y redes sociales en la migration ecuatoriana a España (1997-2000)". *Icons*, n° 14, 32-45.
- Haberman, S. (1979). *Analysis of Qualitative Data, Vol. 2*. Chicago: University of Chicago.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.

- Herrera, G. (2004). *Elementos para una comprensión de las familias transnacionales*. Quito: Abya-Yala.
- Herrera, G. (2012). "Starting Over Again? Crisis, Gender and Social Reproduction among Ecuatorian Migrants in Spain". *Feminist Economics*, vol. 18, n° 2, 125-148.
- Herrera, G., Carrillo, M., & Torres, A. (2005). *La migración ecuatoriana. Transnacionalismo, redes e identidades*. Quito: Flacso-Sede Ecuador.
- Herrera, G., Carrillo, M., & Torres, A. (2011). *La migración ecuatoriana. Transnacionalismo, redes e identidades*. Quito: Flacso-Sede Ecuador.
- Homer, D., & Lemeshow, S. (1984). *Applied Logistic Regression*. Canadá: Ed. Hohn Wiley & Sons.
- INEC. (2010). *Censo de población y vivienda*. Quito: INEC.
- INEC. (2014). *Anuario de Estadísticas de Entradas y Salidas Internacionales 2014*.
- INEC, I. N. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Quito.
- Kantis, H. (2013). Crecimiento y adaptación en un contexto de crisis internacional: los casos de tres empresas jóvenes dinámicas argentinas. *Instituto de Industrias. Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS)*.
- Leiva, J. (2013). ¿Quién crea MIPYMES en Costa Rica? *Tec Empresarial*, 7(2), 9-17.
- Linares, G. (2010). *Análisis de datos*. La Habana: Cuba.
- López, I. d., Santos, B., & Bueno, Y. (2004). Las dimensiones del perfil emprendedor. *Universidad Autónoma de Madrid*, pp. 813 - 827.
- Martínez, J., & Cantillo, E. (2013). Análisis de enfoques epistemológicos en tesis doctorales relacionadas con el marketing y el emprendimiento. *Escenarios • Vol. 11, No. 2*, 47-51.
- Marx, C. (1973). *El Capital*. La Habana: Editorial Ciencias Sociales.
- Mason, A., & Tapinos, G. (2000). *Sharing the wealth: demographic change and economic transfers between generations*. Oxford: Oxford University Press.
- MCPEC. (2010). (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad) *Agenda de Transformación Productiva*. Quito-Ecuador: MCPEC.
- MCPEC. (2011). *Agenda para la Transformación Productiva Territorial. Provincia de Chimborazo*. Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad.
- Mejía, W. (2010). Panorama del retorno reciente de migrantes internacionales a Colombia, documento presentado en la VI Jornada Fundación Carolina: Migración y Desarrollo Humano. *Universidad del Norte, Barranquilla*.

- Messina, A., & Lahab, G. (2006). *The migration reader: exploring politics and policy*. Boulder, Colo: Lynne Reinner Publishers.
- Miklos, T. (2008). *Planeación Proyectiva*. México: UNAM, Working Papers.
- Miklos, T. (2008). *Planeación Proyectiva*. México: Working Papers.
- MIPRO, M. d. (27 de 4 de 2014). *Agendas para la Transformación Productiva Territorial. Provincia de Chimborazo*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-CHIMBORAZO.pdf>
- MIPRO, M. d. (27 de 4 de 2014). *Rendición de cuentas 2013*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/>
- Moncayo, M. I. (2011). "Políticas de retomo en America Latina: Miradas Cruzadas". *Andina Migrante, N° 10*, 2-10.
- Monge, C. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa*. Colombia: Universidad Surcolombiana.
- Mundial, B. (2011). *Migrations and remittances. Factbook 2011*. Washington: World Bank.
- Murillo C., G. (1988). Effects of emigration and return on sending countries: The case of Colombia. C. Stahl, ed., *International migration today, Ginebra*.
- Navarrete, M. (2009). *Herramientas para el análisis prospectivo estratégico. Aplicaciones MICMAC, MIC y MACTOR*. México: UNAM.
- Newland, K., & Tanaka, H. (2010). *Mobilizing Diaspora Entrepreneurship for Development*. Washington D.C.: Migration Policy Institute.
- Nunally, J. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- OIM. (2006:38). *Glosario sobre Migración*. Ginebra. Suiza: Organización Internacional para las Migraciones.
- OIM. (28 de 4 de 2012). *Perfil Migratorio del Ecuador 2011*.
- OIM. (2012). *Perfil Migratorio del Ecuador 2011*.
- OIM. (2013). *Informe sobre las migraciones en el Mundo 2013*. España: Gráficas Alcoy.
- OIM, .. (2010). *A propósito de las migraciones*. OIM.
- Oleas, S. y. (2011). *Flujos Migratorios en Ecuador. 1950-2007*. Quito: Cordes.
- ONU, O. d. (2010). Migración Internacional y Desarrollo. *Informe del Secretario General*, 15.
- Orozco, M. (2009). *Migration and remittances in times of recession: Effects on Latin American*. En [www.oecd.org/dev/americas/42753222.pdf](http://www.oecd.org/dev/americas/42753222.pdf).
- Pardo, A., & Ruiz, M. (2002). *Guía para análisis de datos*. México: McGraw-Hill.

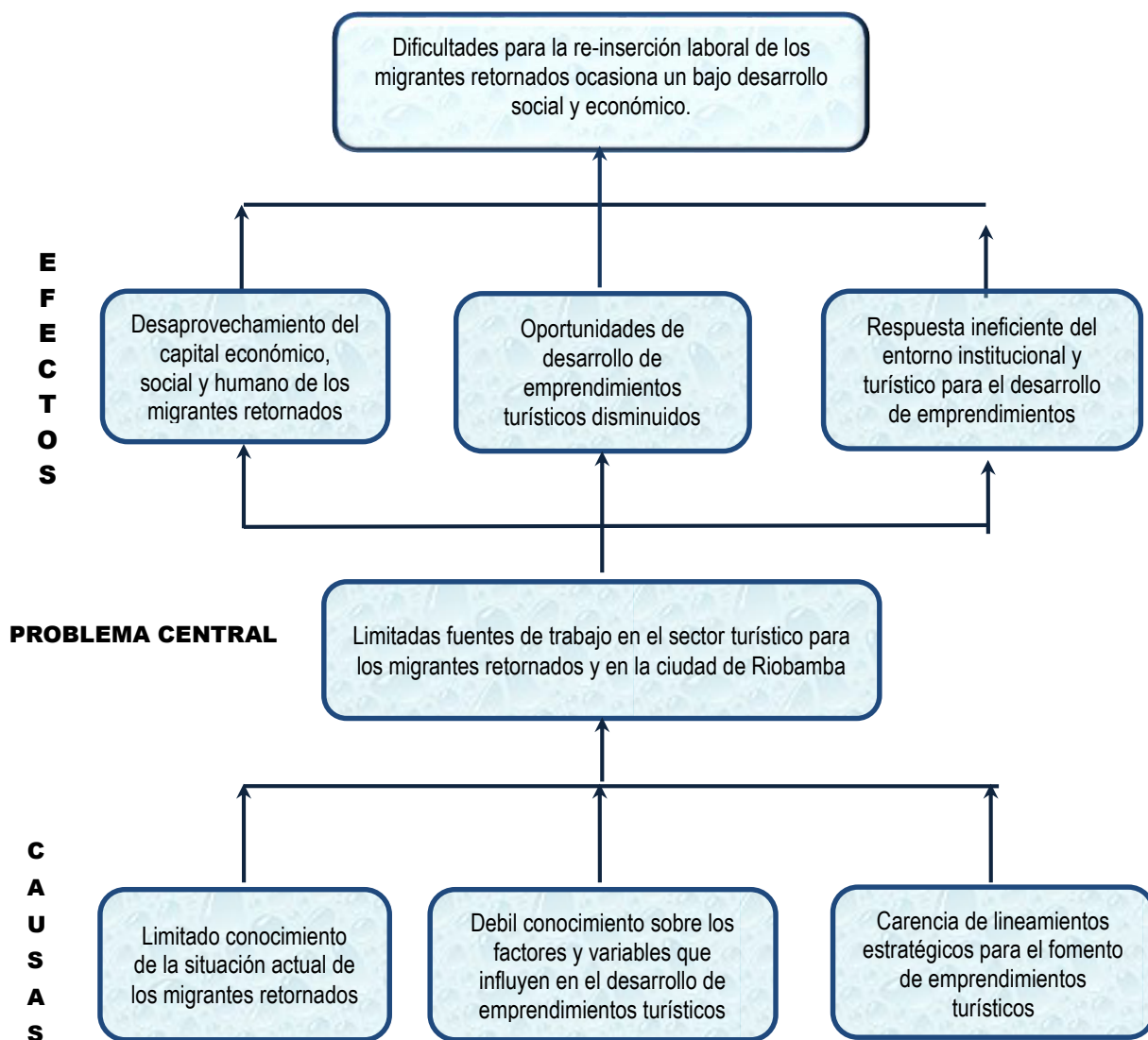
- Pazuelos, A. y. (2013). Más allá de las remesas. Transformaciones socioeconómicas y proyectos de migración y desarrollo en Ecuador. *MIGRACIÓN Y DESARROLLO VOL. 12*, 113.
- Pedone, G. E. (2011). "Hijos huérfanos con padres vivos". Políticas y discursos públicos sobre migración, familia, género y generación en contextos de inmigración/emigración: Europa, España, Ecuador y Colombia. *III Congreso ESPANET*.
- Pérez López, C. (2005). *Métodos estadísticos avanzados con SPSS*. Thomson.
- Peris-Mencheta, Olivarez, L., & Ripoll, M. (2011). ¿Retornar o quedarse? Dilemas sobre la permanencia y el retorno en la población ecuatoriana en España. *Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)*, 1.
- Porras, J. (2006). *Diseño conceptual del emprendimiento para el desarrollo regional en la perspectiva de la complejidad autopoiésica*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia.
- Portes, A. (2011). "Migration y desarrollo: un intento de conciliar perspectivas opuestas. *Nueva Sociedad*. N° 233. Mayo-junio, 44-67.
- Postelnicu, A. (2010). "Diasporas y desarrollo: un estudio sobre el rol de los migrantes en su país de origen a través de la revisión de la literatura". *Revista Relaciones Internacionales*. n° 14, 13-37.
- Presidente, O. E. (2006: 35). *Inmigración y economía española, 1996-2006*. Madrid: Oficina Económica del Presidente.
- Pulido, D., Díaz, J., & Hernández, R. (2005). *La Teoría Económica Institucional: el enfoque de North en el ámbito de la creación de empresas*. Decisiones Organizativas.
- Ramírez Gallegos, J. (2010). *Con o sin pasaporte. Análisis socio-antropológico de la migración ecuatoriana*. Quito: IAEN.
- Ramírez Gallegos, J. (2012). *La política migratoria en el Ecuador*. Quito: IAEN.
- Ramírez Gallegos, J. (2013). *La Política Migratoria en Ecuador. Rupturas, tensiones, continuidades y desafíos*. Quito: Imprenta Mariscal.
- Ramírez, F. y. (2005). Redes transnacionales y repertorios de la acción migratoria. *FLACSO*, 71-104.
- Rataric, M., Caviglia, E., & Villa, M. C. (2008). *Manual para Emprendedores Turísticos*. Buenos Aires: Argentina.
- Represa Pérez, F. (2013). *Mujeres que se mueven por el mundo, Mujeres que mueven el mundo. Género y Codesarrollo en la sociedad global*. Burgos: Gran Vía.
- RIMUCH. (2010). *Estudio de capacidades empresariales en Chimborazo*. Riobamba: RIMUCH.
- Rirchie, B., & Crouch, G. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administracao Pública*, pp. 1050 - 1066.

- Rodríguez, M. (2012). *La cooperación internacional para el desarrollo en Ecuador. Caso: Negocio propio desde España a Ecuador*. Puebla: Universidad Autónoma de Puebla.
- Sanmartín Orti, A. (2009). Sanmartín Ortí, Anna. (2009). El vínculo migración y desarrollo en el marco de la política pública española. *Revista Migración y desarrollo*, (13), 61-78. . *Revista Migración y Desarrollo*, 61-78.
- Sasen, S. (2001). *La soberanía en la era de la globalización*. España: Bellaterra.
- Schramm, C. (2011). Retorno y reinserción de migrantes ecuatorianos. La importancia de las redes sociales transnacionales. *CIDOB d'Afers Internacionals*, núm. 93-94, 241-260.
- SENAMI. (26 de 04 de 2014). *Política Migratoria para el Buen Vivir*. Obtenido de [http://www.migracion-ue-alc.eu/documents/conf\\_y\\_eventos/2013/Pasantia%20Brasil/Ecuador\\_Senami.pdf](http://www.migracion-ue-alc.eu/documents/conf_y_eventos/2013/Pasantia%20Brasil/Ecuador_Senami.pdf)
- SENESCYT. (27 de 04 de 2014). *Bases de postulación. Programa de Becas*. Obtenido de [http://www2.ucsg.edu.ec/dmdocuments/SENESCYT\\_Convocatoria.2013.pdf](http://www2.ucsg.edu.ec/dmdocuments/SENESCYT_Convocatoria.2013.pdf)
- SENPLADES. (2009). *(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*. Quito-Ecuador: Senplades.
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito, Ecuador.
- SENPLADES. (27 de 4 de 2014). *Agenda Zonal para el Buen Vivir. Zona 3*. Obtenido de [http://www.pnud.org.ec/art/frontEnd/images/objetos/agenda\\_3.pdf](http://www.pnud.org.ec/art/frontEnd/images/objetos/agenda_3.pdf)
- Silva, C., & Salinas, M. (2007). Modelos de regresión y correlación III. Regresión Logística. *Ciencia y Trabajo*, 24.
- Solimano, A. (2002). *Globalization y desarrollo*. Buenos Aires: CEPAL. Buenos Aires: CEPAL.
- Stark, O. (1988). *La migración de trabajo*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social: Taylor.
- Thomas, W., Znaniecki, F., & Zaretsky, E. (1996). *the Polish peasant in Europe and America: a classic work in immigration history*. Illinois: University of Illinois Press.
- Todaro, M. (1988). *El desarrollo económico del Tercer Mundo*. Madrid: Alianza Universidad.
- Tovar, L. y. (2013). Migración internacional de retorno y emprendimiento: revisión de la literatura. *Revista de Economía Institucional*, vol. 15, n.º 29, segundo semestre/2013, 41-65.
- Tovar, L., & Victoria, M. (2013). "Migration internacional de retomo y emprendimiento: revision de la literatura". *Revista de Economia Institucional*. Vol. 15, nº29, 41-65.
- United Nations. (2009). *International Migrant Stock: The 2008 Revision*. Geneva: United Nations.

- Valencia de Lara, M. (2008). *Factores determinantes en la creación de una empresa en la etapa de proceso de puesta en marcha*. Cuenca-España: Ediciones de la Universidad de Castilla - La Mancha.
- Valencia de Lara, M., García, P., & Jiménez, J. (2008). *factores determinantes en la creación de una empresa*. Cuenca. España: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Veciana, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8, N° 3, 11-36.
- Yachay. (27 de 04 de 2014). *Qué es Yachay*. Obtenido de <http://www.yachay.gob.ec/yachay-la-ciudad-del-conocimiento/>

**ANEXOS**

**ANEXO 1. ÁRBOL DE PROBLEMAS**



Elaboración: José Álvarez Román

**ANEXO 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA**



PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	TÉCNICA DE PROCESAMIENTO DE DATOS
<p><b>PROBLEMA PRINCIPAL</b> ¿De qué manera, los migrantes internacionales retornados pueden desarrollar emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba-Ecuador en el año 2016?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo el colectivo migrante internacional retornado influye en el desarrollo de emprendimientos turísticos?</li> <li>¿Cuáles son los factores y variables determinantes que influyen en el desarrollo de emprendimientos turísticos?</li> </ul>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b> Evaluar las potencialidades y factores determinantes de la población migrante internacional retornada para el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba-Ecuador.</p> <p><b>OBJETIVO ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un diagnóstico de la situación actual del colectivo migrante internacional retornado y su influencia en el desarrollo de emprendimientos turísticos.</li> <li>Determinar mediante el análisis factorial confirmatorio los factores y variables determinantes que influyen en el desarrollo de emprendimientos turísticos</li> </ul>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b> La migración internacional de retorno contribuye favorablemente con el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba-Ecuador.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El colectivo migrante internacional retornado influye positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.</li> <li>Los factores y variables del emprendedor, entorno turístico, entorno institucional y proceso de planificación influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos.</li> </ul>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p>Colectivo migrante internacional retornado</p>	<p><b>INDICADORES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Género</li> <li>Educación</li> <li>Razón para emigrar</li> <li>Tiempo de residencia</li> <li>Capacitación</li> <li>Tipo de capacitación</li> <li>Sector laboral</li> <li>Utilidad de conocimientos</li> <li>Razón del retorno</li> <li>Tiempo de retorno</li> <li>Integración social</li> <li>Integración económica</li> <li>Sector laboral</li> <li>Apoyo institucional</li> <li>Inserción laboral</li> <li>Emprendimiento productivo</li> <li>Tipo de emprendimiento</li> <li>Dificultades y emprendimiento</li> <li>Sector para emprender</li> <li>Emprendimiento turístico</li> <li>Área turística</li> <li>Aspectos para emprender</li> <li>Proyecto piloto</li> <li>Sociodemográfico</li> <li>Psicológico</li> <li>Motivación</li> <li>Innovación y creatividad</li> <li>Iniciativa personal</li> <li>Capacidad de análisis</li> <li>Propensión al riesgo</li> </ul>	<p><b>Técnicas:</b> Entrevistas Encuestas</p> <p><b>Instrumentos:</b> Guía de entrevista Cuestionario Software</p>	<p>Las entrevistas serán grabadas en soporte digital (audio) para su posterior análisis.</p> <p>La información recogida en los cuestionarios será grabada en soporte informático para poder resumir y analizar los resultados del sondeo.</p> <p>Para su tratamiento estadístico, se utilizará el programa IBM SPSS Statistics V.22.0 para la explotación general de tipo univariante y bivalente, tratamientos específicos de comprobación de hipótesis (pruebas paramétricas y no paramétricas) y análisis multivariantes.</p>
			<p><b>VARIABLES</b></p> <p>Factores y variables determinantes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Edad</li> <li>Estabilidad familiar</li> <li>Educación regular</li> <li>Capacitación emprendimientos</li> <li>Experiencia con familiares</li> <li>Experiencia en emprendimientos</li> <li>Capacidad económica</li> <li>Perseverancia y compromiso</li> <li>Liderazgo</li> <li>Tolerancia a cambios</li> <li>Necesidad y reconocimiento</li> <li>Responsabilidad personal</li> <li>Acepta riesgos moderados</li> <li>Autoconfianza</li> <li>Capacidad solucionar problemas</li> <li>Toma de iniciativa</li> <li>Estabilidad y autocontrol</li> <li>Nuevos retos</li> <li>Percepción beneficio económico</li> <li>Autoconfianza</li> <li>Experiencia en administrar</li> <li>Impulso o energía</li> <li>Capacidad conseguir recursos</li> <li>Capacidad relacionarse clientes</li> <li>Creatividad</li> <li>Innovación</li> <li>Aprovecha oportunidades</li> <li>Planificar con límites de tiempo</li> <li>Capacidad análisis del ambiente</li> <li>Exige eficiencia y calidad</li> <li>Redes de contacto</li> <li>Relaciones entre emprendedores</li> <li>Gestión de destino</li> <li>Especialización en gestión</li> <li>Competencias gerenciales</li> </ul>			

Cont.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN	TÉCNICA DE PROCESAMIENTO
----------	-----------	-----------	-----------	-------------	------------------------	--------------------------

					DE DATOS	DE DATOS
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVO ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>INDICADORES</b>		
				Asociatividad empresarial		
				Seguridad turística		
				Fomento		
				Servicios públicos		
				Mapa de actores en turismo		
				Voluntad política		
				Continuidad en los proyectos		
				Concertación público-privada		
				Riobamba destino turístico		
				Cadena productiva		
				Incremento del turismo		
				Calidad de productos y servicios		
				Cadena de valor		
				Productos turísticos definidos		
				Identidad cultural		
				Cultura turística		
				Multilingüismo		
				Actitud del servicio		
				Capacitación comp. laborales		
				Programas educativos formales		
				Recursos infraestructura turística		
				Accesibilidad y facilidades		
				Conectividad turística		
				Vías de acceso		
				Oferta		
				Demanda		
				Estrategias de promoción		
				Marca y posicionamiento		
				Canales de distribución		
				Rutas turísticas		
				Atractivos turísticos		
				Programas de financiamiento		
				Exenciones fiscales		
				Capacitación y asesoría		
				Incubadoras de empresas		
				Subsidios y apoyos económicos		
				Estudios de factibilidad		
				Estrategias de acompañamiento		
				Facilidades constitución empr.		
				Leyes y reglamentos		
				Infraestructura		
				Apoyo institucional		
				Investigación e innovación		
				Asociatividad		
				Inversión en emprendimientos		
				Dedicación		
	Dirección invest. mercado					
	Elaboración del plan de negocios					
	Desarrollo del producto-servicio					
	Ahorro de dinero para invertir					
	Solicitud de fondos de bancos					
	Solicitud de financiación pública					
			<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>INDICADORES</b>		
			Desarrollo de emprendimientos turísticos	Variable categórica		

### ANEXO 3. GUÍA DE LA ENTREVISTA A EXPERTOS (FASE 1)

Se utilizará la siguiente guía para recolectar la información:

**1. *Características generales de la migración***

- Magnitud de las migraciones internacionales en Riobamba.
- Lugares de Origen.
- Lugares de destino.
- Características del proceso migratorio: Sexo, edad, rural-urbano.
- Características en el país de destino: mercado laboral, estancia larga, regresos.
- Envío de remesas: cuantía.
- Capacitaciones obtenidas en destino. Diversos capitales.

**2. *Evolución e impacto de las migraciones***

- Impacto demográfico
- Impacto familiar
- Impacto cultural.
- Impacto económico.
- Otros.

**3. *Políticas públicas en materia de migraciones***

- Políticas Gobierno nacional.
- Políticas Prefectura.
- Políticas Municipalidades.
- Políticas públicas en materia de migraciones y desarrollo económico.

**4. *Migraciones y emprendizaje***

- Relación entre migraciones y emprendizaje.
- Políticas públicas que lo hayan fomentado.
- Iniciativa personal e informal.
- Sectores en los que se ha dado el emprendimiento.

**5. *Migraciones y emprendimiento turístico***

- Turismo en Riobamba: características, perfil de negocios, características de emprendedores en materia de turismo.
- Papel de la migración en el turismo: recursos económicos, recursos humanos, capital social.
- Tipo de negocio: apoyo familiar, etc.
- Algún antecedente práctico: características, apoyo, resultados, etc.

#### **6. *Desarrollo de un escenario propicio para las puesta en marcha del emprendimiento turístico***

- ¿Ven factible un programa de emprendimiento turístico fomentado a través de las migraciones?
- ¿Qué elementos se tendrían que tener en cuenta? ¿Qué necesidades existen?
- ¿Qué elementos contextuales son determinantes? Entorno, infraestructuras, etc.
- ¿Qué capitales pueden ser fundamentales?
- ¿Remesas o personas retornadas?
- ¿Cuál debería ser la labor y la función de las instituciones públicas? ¿Cómo pueden impulsar el programa?
- ¿Qué tipo de negocios podrían tener viabilidad dentro del programa?
- ¿Qué tipo de zonas geográficas concretas podrían ser las más adecuadas?
- ¿Si usted fuese la persona responsable cómo lo diseñaría?

#### **7. *Perfiles de familias y personas idóneas***

- ¿Qué características tiene que tener la persona o familia emprendedora?
- Temas concretos que ofrecen mayores posibilidades: idioma, retorno exitoso, sostén económico en país de destino, etc.

#### **8. *Factores y variables determinantes para desarrollar emprendimientos***

- ¿Qué variables del emprendedor son determinantes?
- ¿Qué variables del entorno turístico son determinantes?
- ¿Qué variables del entorno institucional son determinantes?

**ANEXO 4. ENCUESTA PARA MIGRANTES INTERNACIONALES  
RETORNADOS (FASE 2)**



**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE  
SAN MARCOS  
UNIDAD DE POSGRADO  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
DOCTORADO EN GESTIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA SOBRE MIGRACIONES Y EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS**

CUESTIONARIO PARA: MIGRANTES INTERNACIONALES RETORNADOS

Formulario N° \_\_\_\_\_

Fecha de la encuesta: / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ /

Encuestador: \_\_\_\_\_

**OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

Evaluar las potencialidades y factores determinantes de la población migrante internacional retornada para la puesta en marcha de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba-Ecuador.

**CONFIDENCIALIDAD**

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso. La entrevista tendrá una duración de 10 minutos, se preguntará sobre: país de destino y capacitación, retorno y emprendimiento, emprendimientos turísticos.

**INFORMACIÓN:**

Dr. José Álvarez Román  
[jalvarez@unach.edu.ec](mailto:jalvarez@unach.edu.ec)

## I. INFORMACIÓN GENERAL

1. EDAD (escríbala): .....
2. ¿Cuál es su género?
  - 1) ( ) Masculino
  - 2) ( ) Femenino
3. ¿Cuál es su nivel de educación?
  - 1) ( ) Primaria
  - 2) ( ) Secundaria
  - 3) ( ) Superior no universitaria
  - 4) ( ) Superior universitaria
  - 5) ( ) Maestría
4. ¿Cuál es la razón por la que usted emigró?
  - 1) ( ) Trabajo
  - 2) ( ) Educación
  - 3) ( ) Negocios
  - 4) ( ) Turismo
  - 5) ( ) Familia
  - 6) ( ) Otras: .....

## II. PAÍS DE DESTINO Y CAPACITACIÓN

5. ¿A qué país emigró usted? Escríbalo por favor: .....
6. ¿Cuántos años residió en ese país?
  - 1) ( ) Menos de un año
  - 2) ( ) Entre 1 y 5 años
  - 3) ( ) Entre 5 y 10 años
  - 4) ( ) Entre 10 y 15 años
  - 5) ( ) Más de 15 años
7. ¿Estima que ha adquirido una capacitación adicional en el país de destino? (Si su respuesta es la opción –no-, no responda a las preguntas 7).
  - 1) ( ) Sí
  - 2) ( ) No
  - 3) ( ) No sabe / No contesta
8. ¿Qué tipo de capacitación ha obtenido?
  - 1) ( ) Educativa
  - 2) ( ) Profesional
  - 3) ( ) Cultural
  - 4) ( ) Otra (Indíquela): .....
  - 5) ( ) No Sabe / No contesta

**9. ¿En qué sector laboral trabajaba en su país de destino?**

- 1) ( ) Agrícola –ganadero
- 2) ( ) Construcción
- 3) ( ) Transporte
- 4) ( ) Industria
- 5) ( ) Servicio doméstico
- 6) ( ) Hostelería y Turismo
- 7) ( ) Desempleado

**10. ¿En qué grado le están sirviendo los conocimientos adquiridos en el país de destino para su integración social e inserción laboral?**

- 1) ( ) Mucho
- 2) ( ) No le están sirviendo
- 3) ( ) Poco
- 4) ( ) Nada
- 5) ( ) No sabe / No contesta

**III. RETORNO – SITUACIÓN ACTUAL**

**11. ¿Por qué volvió a Ecuador?**

- 1) ( ) Problemas económicos.
- 2) ( ) Cuestiones familiares.
- 3) ( ) Finalización del proyecto migratorio.
- 4) ( ) Añoranza.
- 5) ( ) Intención de emprender en Ecuador.
- 6) ( ) Otros (Indíquelo): .....
- 7) ( ) No sabe / No contesta.

**12. ¿Cuánto tiempo lleva en Ecuador?**

- 1) ( ) Menos de un año.
- 2) ( ) Entre 1 y 5 años.
- 3) ( ) Entre 5 y 10 años.
- 4) ( ) Entre 10 y 15 años.
- 5) ( ) Más de 15 años.

**13. ¿Está teniendo problemas de integración social?**

- 1) ( ) Sí.
- 2) ( ) No.

**14. ¿Está teniendo problemas de integración económica?**

- 3) ( ) Sí.
- 4) ( ) No.

**15. ¿En qué sector laboral se encuentra usted en la actualidad?**

- 1) ( ) Agrícola – ganadero.
- 2) ( ) Construcción.
- 3) ( ) Transporte
- 4) ( ) Industria.
- 5) ( ) Servicio doméstico.
- 6) ( ) Hostelería y Turismo.
- 7) ( ) Desempleado.

**16. ¿Cómo valora usted el apoyo institucional público y privado de cara a la inserción laboral de los emigrantes retornados?**

- 1) ( ) Muy adecuada.
- 2) ( ) Adecuada.
- 3) ( ) Ni adecuada ni inadecuada.
- 4) ( ) Inadecuada.
- 5) ( ) Muy inadecuada.
- 6) ( ) No sabe / No contesta.

**17. ¿Qué deberían hacer las instituciones públicas para mejorar la inserción laboral de los emigrantes retornados?**

- 1) ( ) Capacitación y orientación laboral.
- 2) ( ) Apoyo Económico.
- 3) ( ) Prioridad en la obtención de un empleo.
- 4) ( ) No hacer nada.
- 5) ( ) Otra (Indíquela).
- 6) ( ) No sabe / No contesta

## RETORNO Y EMPRENDIMIENTOS

**18. ¿Ha realizado algún tipo de emprendimiento productivo tras su retorno?**

- 1) ( ) Sí.
- 2) ( ) No.

**19. (En caso de haber respondido afirmativamente a la pregunta 16). ¿Qué tipo de emprendimiento?**

- 1) ( ) Agrícola-ganadero-avícola.
- 2) ( ) Industrial.
- 3) ( ) Comercio.
- 4) ( ) Turístico.
- 5) ( ) Otro (Indíquelo): .....

**20. (En caso de haber respondido afirmativamente a la pregunta 17). ¿Qué dificultades ha tenido para la puesta en marcha del emprendimiento?**

- 1) ( ) Insuficiencia económica.
- 2) ( ) Normativa compleja.
- 3) ( ) Desconocimiento de la cultura organizativa de un negocio.
- 4) ( ) Falta de apoyo institucional.
- 5) ( ) No sabe / No contesta
- 6) ( ) Otra (Indíquelo): .....



21. Si no ha realizado ningún emprendimiento hasta ahora. ¿En qué sector le gustaría hacerlo?

- 1) ( ) Agrícola – ganadero - avícola
- 2) ( ) Industrial.
- 3) ( ) Comercio
- 4) ( ) Turístico.
- 5) ( ) Otro (Indíquelo): .....

22. ¿Cuánto dinero estaría usted dispuesto a invertir en un emprendimiento?  
Indique por favor la cantidad en dólares: \$ .....

### EMPRESARIOS TURÍSTICOS

23. ¿Estaría usted dispuesto a poner en marcha algún tipo de emprendimiento turístico invirtiendo para ello parte de su capital?

- 1) ( ) Sí.
- 2) ( ) No.

24. ¿En qué área del ámbito turístico estaría interesado?

- 1) ( ) Restauración (establecimientos de alimentación)
- 2) ( ) Hotelería.(establecimientos de alojamiento)
- 3) ( ) Turismo comunitario.
- 4) ( ) Guianza.
- 5) ( ) Agencia de Viajes.
- 6) ( ) Operadora (turismo de aventura,).
- 7) ( ) Otro (Indíquelo): .....

25. (Si su respuesta ha sido afirmativa). ¿Qué aspecto sería el más relevante para la puesta en marcha de su emprendimiento turístico?

- 1) ( ) Disponibilidad de capital personal
- 2) ( ) Apoyo financiero.
- 3) ( ) Capacitación y orientación laboral.
- 4) ( ) Otro (Indíquelo): .....
- 5) ( ) No sabe / No contesta

26. ¿Si se pusiera en marcha un programa con apoyo institucional y orientación estaría usted dispuesto a invertir su dinero en la puesta en marcha de un proyecto piloto para el emprendimiento turístico?

- 1) ( ) Sí.
- 2) ( ) No.

## AUTOEVALUACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR

27. Con la mayor sinceridad responda cada uno de los aspectos planteados respecto a sus características personales para emprender un negocio. Seleccione con una (X).

Nº	VARIABLES	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto
<b>Factores socio-demográficas</b>					
1	Estabilidad familiar				
2	Educación regular (primaria, secundaria, superior)				
3	Capacitación para emprendimientos				
4	Experiencia con familiares en la creación de empresas				
5	Experiencia en la actividad que desea emprender				
6	Capacidad económica del emprendedor				
<b>Perfil psicológico</b>					
1	Perseverancia y compromiso				
2	Liderazgo				
3	Tolerancia a cambios				
4	Necesidad y reconocimiento de logro				
5	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión				
6	Responsabilidad personal				
<b>Motivación</b>					
1	Toma de iniciativa				
2	Percepción de beneficio económico				
3	Autoconfianza				
4	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros				
5	Impulso o energía				
6	Capacidad de conseguir recursos financieros				
7	Capacidad de relacionarse con los clientes				
<b>Innovación y creatividad</b>					
1	Creatividad				
2	Innovación				
<b>Energía e iniciativa personal</b>					
	Trabajo duro				
	Perseverancia y compromiso				
	Energía				
	Toma de iniciativa				
	Estabilidad y autocontrol				
	Nuevos retos				
<b>Capacidad de análisis</b>					
	Capacidad de aprovechar oportunidades				
	Planificar con límites de tiempo				
	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión				
	Exige eficiencia y calidad				
<b>Capacidad de influencia</b>					
	Redes de contacto local, nacional e internacional				
	Relaciones entre emprendedores				
<b>Propensión al riesgo</b>					
	Acepta riesgos moderados				
	Locus de control interno/ Autoconfianza				
	Capacidad de solucionar problemas				

SI ESTÁ INTERESADO EN PARTICIPAR EN EL FUTURO EN UN PROGRAMA DE ESTE TIPO INDÍQUENOS UN NÚMERO DE TELÉFONO O CORREO ELECTRÓNICO PARA PODER CONTACTAR CON USTED.

Teléfono: .....

Correo: .....

SUGERENCIAS:

.....  
.....  
.....

*Muchas gracias por su atención y ayuda.*

**ANEXO 5. ENCUESTA SOBRE FACTORES Y VARIABLES DETERMINANTES (FASE 3)**



**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE  
SAN MARCOS  
UNIDAD DE POSGRADO  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
DOCTORADO EN GESTIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA SOBRE FACTORES Y VARIABLES DETERMINANTES PARA  
EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS**  
CUESTIONARIO PARA EXPERTOS

Formulario N° \_\_\_\_\_

Fecha de la encuesta: /\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_/

Encuestador: \_\_\_\_\_

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

Identificar los factores y variables determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos

**CONFIDENCIALIDAD**

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

**INFORMACIÓN:**

Dr. José Álvarez Román  
[jalvarez@unach.edu.ec](mailto:jalvarez@unach.edu.ec)

**INSTRUCCIONES:**

¿Qué variables podrían ser consideradas como “variables determinantes” para, sobre ellas, realizar el **diseño de estrategias** que marcarían el futuro de los emprendimientos turísticos en Riobamba, por parte de los migrantes internacionales retornados? Seleccione con una (X) la respuesta correcta.

### A. FACTORES Y VARIABLES DETERMINANTES DEL EMPRENDEDOR

N°	VARIABLES DEL EMPRENDEDOR	no influye	influencia débil	influencia media	influencia fuerte	influencia potencial
		0	1	2	3	4
<b>Factores socio-demográficos</b>						
1	Edad					
2	Estabilidad familiar					
3	Educación regular (primaria, secundaria, superior)					
4	Capacitación para emprendimientos					
5	Experiencia con familiares en la creación de empresas					
6	Experiencia en la actividad que desea emprender					
7	Capacidad económica del emprendedor					
<b>Perfil psicológico</b>						
1	Perseverancia y compromiso					
2	Liderazgo					
3	Tolerancia a cambios					
4	Necesidad y reconocimiento de logro					
5	Responsabilidad personal					
<b>Motivación</b>						
1	Percepción de beneficio económico					
2	Autoconfianza					
3	Experiencia en administrar recursos humanos y financieros					
4	Impulso o energía					
5	Capacidad de conseguir recursos financieros					
6	Capacidad de relacionarse con los clientes					
<b>Innovación y creatividad</b>						
1	Creatividad					
2	Innovación					
<b>Energía e iniciativa personal</b>						
1	Perseverancia y compromiso					
2	Toma de iniciativa					
3	Estabilidad y autocontrol					
4	Nuevos retos					
<b>Capacidad de análisis</b>						
1	Capacidad de aprovechar oportunidades					
2	Planificar con límites de tiempo					
3	Capacidad de análisis del ambiente / reflexión					
4	Exige eficiencia y calidad					
<b>Capacidad de influencia</b>						
1	Redes de contacto local, nacional e internacional					
2	Relaciones entre emprendedores					
<b>Propensión al riesgo</b>						
1	Acepta riesgos moderados					
2	Locus de control interno/ Autoconfianza					
3	Capacidad de solucionar problemas					

## B. FACTORES Y VARIABLES DETERMINANTES DEL SECTOR TURÍSTICO

N°	VARIABLES DEL SECTOR TURÍSTICO	no influye	influencia débil	influencia media	influencia fuerte	influencia potencial
		0	1	2	3	4
<b>Factores Administrativos</b>						
1	Gestión de destino con enfoque sostenible					
2	Especialización por funciones en la gestión del destino					
3	Competencias gerenciales					
4	Asociatividad empresarial					
5	Seguridad turística					
6	Fomento					
7	Servicios públicos					
8	Mapa de actores en turismo					
<b>Factores políticos</b>						
1	Voluntad política					
2	Continuidad en los proyectos					
3	Concertación público-privada					
<b>Factores de producción y servicios</b>						
1	Riobamba destino turístico					
2	Cadena productiva					
3	Incremento del turismo					
4	Calidad de productos y servicios					
5	Cadena de valor					
6	Productos turísticos					
<b>Factores culturales</b>						
1	Identidad cultural de los habitantes de Riobamba					
2	Cultura turística					
3	Multilingüismo					
4	Actitud del servicio					
<b>Factores de infraestructura</b>						
1	Recursos para infraestructura turística					
2	Accesibilidad					
3	Conectividad turística					
4	Vías de comunicación					
<b>Factores de mercado</b>						
1	Oferta					
2	Demanda					
3	Estrategias de promoción					
4	Marca y posicionamiento de la ciudad					
5	Canales de distribución					
6	Rutas turísticas					
7	Atractivos turísticos					
<b>Factores de educación</b>						
1	Capacitación en competencias laborales					
2	Programas educativos formales					

### C. FACTORES Y VARIABLES DETERMINANTES DEL ENTORNO INSTITUCIONAL

N°	VARIABLES DEL ENTORNO INSTITUCIONAL	no influye	influencia débil	influencia media	influencia fuerte	influencia potencial
		0	1	2	3	4
<b>Instituciones públicas</b>						
1	Programas de financiamiento					
2	Exenciones fiscales (Se excluye el pago de impuestos)					
3	Capacitación, asesoría y asistencia técnica					
4	Incubadoras de empresas					
5	Subsidios y apoyos económicos					
6	Estudios de factibilidad de proyectos de emprendimiento					
7	Estrategias de acompañamiento a emprendedores					
8	Facilidades para la constitución de emprendimientos					
9	Leyes y reglamentos ayudan a los emprendimientos					
10	Infraestructura					
11	Apoyo institucional a la creación de emprendimientos					
12	Investigación e innovación de emprendimientos					
<b>Instituciones privadas</b>						
1	Asociatividad para el emprendimiento					
2	Inversión en emprendimientos					

### D. FACTORES DE PLANIFICACIÓN

N°	VARIABLES DE PLANIFICACIÓN	no influye	influencia débil	influencia media	influencia fuerte	influencia potencial
		0	1	2	3	4
<b>Planificación directiva y comercial</b>						
1	Dedicación de tiempo a la creación de la empresa					
2	Dirección de investigaciones de mercado					
3	Elaboración del plan de negocios					
4	Desarrollo del producto o servicio					
<b>Planificación económica y financiera</b>						
1	Ahorro de dinero para invertir en su negocio					
2	Solicitud de fondos de bancos					
3	Solicitud de financiación pública					

#### SUGERENCIAS:

.....

.....

.....

*Muchas gracias por su atención y ayuda.*

**ANEXO 6. ENTREVISTAS REALIZADAS A DIRECTIVOS Y TÉCNICOS INSTITUCIONALES (FASE 1)**

<b>ENTREVISTA</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>
1	Walter Narváez	Ex Alcalde de la municipalidad de Chunchi
2	Patricia Herrera	Ex Viceprefecta del Consejo Provincial de Chimborazo
3	María Elisa Espinosa	Responsable del área de comunicación de la municipalidad de Chunchi
4	Marco Toledo	Coordinador de la zona 3 del Ministerio de Turismo
5	Julián Guamán	Coordinador de la zona 3 del Ministerio de Asuntos Exteriores y Movilidad Humana
6	Juan Pérez	Presidente de Escuelas Radiofónicas Populares de Ecuador (ERPE)
7	Freddie Ortiz	Concejal de Urbanismo y Turismo de la municipalidad de Chunchi
8	Eric Guzmán	Técnico de turismo de la municipalidad de Alausí
9	Eduardo Espinosa	Técnico de desarrollo comunitario en la municipalidad de Chunchi
10	Diego Mauricio Calvopiña	Profesor de Turismo de la UNACH
11	Antonio Paredes	Emprendedor turístico retornado
12	Cintha Valdivieso	Responsable del Viceministerio de Movilidad Humana en Chunchi y Alausí
13	Alexandra Sánchez	Técnica en la zona 3 del Viceministerio de Movilidad Humana
14	Julia Serrano	Presidenta de la Fundación Desarrollo Solidario
15	Patricio Sinaluisa	Responsable de movilidad humana de la fundación Desarrollo Solidario



**ANEXO 7. EXPERTOS CONSULTADOS (FASE 3)**

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO
1	PhD. Gorka Moreno Márquez	Universidad del País Vasco-España. Director del Observatorio de Inmigraciones.
2	Ing. Humberto Llangarí	GADM Riobamba. Coordinador de Desarrollo Económico
3	PhD. Irma Suarez	Universidad Autónoma de San Luis Potosí – México. Investigadora en temas turísticos
4	PhD. María Victoria Reyes Vargas	Universidad Estatal Amazónica. Directora de la Carrera de Turismo
5	Ing. Nelly Paulina Avalos Silva	Ministerio de Turismo
6	PhD. Carmen Trujillo	Universidad Técnica del Norte. Ibarra – Ecuador. Investigadora
7	MgS. Cristina Villacís	Universidad Tecnológica del Ecuador. Directora de la Carrera de Turismo
8	MgS. Marcelo De La Rosa	Municipio de Corral. Chile. Director del Departamento de Turismo
9	MgS. Balvanera Cruz	Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Riobamba. Directora del Departamento de Turismo
10	Ing. Marco Avilés Zambrano	Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo. Director del Departamento de Turismo
11	PhD. Enriqueta Cantos Aguirre	Universidad Tecnológica del Ecuador. Investigadora
12	MgS. Ana Lucía Ponce Andrade	Instituto de Altos Estudios Nacionales. Ecuador. Investigadora
13	PhD. Rolando Lomas Tapia	Universidad Estatal del Carchi. Docente - Investigador
14	MgS. Alejandro Wagner Seguel	Universidad San Sebastián. Sede Valdivia. Chile. Investigador
15	MgS. Hugo Jiménez Jaramillo	Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS. Sucursal Riobamba. Gerente.
16	MgS. Ronald Freire	Banco Internacional. Sucursal Riobamba. Gerente
17	MgS. Dolores Mieles Cevallos	Universidad Estatal de Milagro. Directora de la Carrera de Turismo
18	MgS. Pedro Lucas Larrea Cuadrado	Consultor Financiero. Riobamba
19	MgS. Alcides García	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Docente – Investigador
20	Ing. María Cristina Cajo Riofrio	Universidad de Alcalá. España. Emprendedora Turística Sierra Dorada
21	MgS. Natalia Bustamante Sánchez	Universidad Técnica Particular de Loja
22	MgS. Roberto Carrillo Flores	Universidad Internacional del Ecuador
23	Ing. Renato Palacios	GADM Riobamba. Técnico en Proyectos
24	Ec. Diana Reinoso	GADM Riobamba. Analista de Planificación y Proyectos
25	Ing. Verónica Vizuete	Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guano
26	Ec. María José Álvarez	Emprendedora
27	Ing. Gissela Carrillo	LAN Ecuador
28	Dr. José Álvarez	Universidad Nacional de Chimborazo. Docente - Investigador
29	Ing. Marcelo Cárdenas	Migrantes Retornados de la Provincia de Chimborazo. Presidente
30	Mgs. Xavier Álvaro Silva	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Director de Carrera

**Fuente:** Elaboración propia