



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Hotelería

El perfil emprendedor hotelero en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Análisis en hoteles de tres y cuatro estrellas.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: Licenciada en Hotelería.

Autoras:

Erika Alexandra Heredia Delgado

CI: 0106054133

Correo electrónico: erikalexita2345@hotmail.com

Andrea Carolina Jiménez Barros

CI: 0150101855

Correo electrónico: andrea003cj@hotmail.com

Directora:

PhD. Silvana Vanessa Astudillo Duran

CI: 0103923363

Cuenca, Ecuador

20-octubre-2020



Resumen:

El presente trabajo de investigación analiza el perfil emprendedor hotelero de la ciudad de Cuenca, con base a un análisis de las características sociodemográficas, y motivacionales del emprendedor, además de los factores externos que limitaron y facilitaron la creación de las empresas hoteleras.

Para esta investigación se estableció una metodología de tipo cuantitativa con carácter descriptivo y exploratorio; se recopilaron datos a través de una encuesta transversal, aplicada a 41 establecimientos de alojamiento turístico de tres y cuatro estrellas de la ciudad.

Los resultados de la investigación evidencian que el emprendedor hotelero de la ciudad de Cuenca, posee rasgos peculiares como la innovación, autoconfianza, responsabilidad, creatividad y perseverancia. De igual manera, se observa que la oportunidad de mercado es el factor externo con mayor influencia positiva a la hora de emprender, esto debido a la existencia de un capital económico que favoreció la creación de las empresas hoteleras. A su vez, el gusto por el trabajo, la motivación familiar y el sentido de superación fueron sus principales motivaciones. Sin embargo, el mayor obstáculo que se percibe es la competencia desleal.

La investigación se torna interesante para que los gobiernos intensifiquen el apoyo a los emprendedores hoteleros en cuanto a regulaciones y promociones turísticas, a más de esto, busquen ayudar a futuros emprendedores hoteleros en todas las etapas del emprendimiento.

Palabras claves: Perfil emprendedor, características, emprendimiento, alojamiento turístico, perseverancia, emprendedores, sector hotelero, Cuenca.



ABSTRACT

This research paper analyses the hotel entrepreneurial profile of Cuenca city, based on an analysis of entrepreneur's sociodemographic and motivational characteristics, in addition to the external factors that limited and facilitated the creation of hotel companies.

For this research, a descriptive and exploratory quantitative methodology was established; data were collected through a cross-sectional survey, applied to 41 three-star and four-star accommodation establishments in the city.

The research results show that the hotel entrepreneur of Cuenca city, embodies peculiar traits such as innovation, self-confidence, responsibility, creativity, and perseverance. Similarly, it is noted that market opportunity is the external factor with the greatest positive influence when undertaking, this due to the existence of economic capital that favored the creation of hotel companies. In turn, the taste for work, family motivation and a sense of improvement were their main motivations. However, unfair competition is perceived as the largest obstacle.

The research becomes interesting for governments to intensify support for hotel entrepreneurs in terms of tourist regulations and promotions, more than this, seeking to help future hotel entrepreneurs at all stages of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurial profile. Characteristics. Entrepreneurship. Tourist accommodation. Perseverance. Entrepreneurs. Hotel sector. Cuenca.

Trabajo de titulación: "El perfil emprendedor hotelero en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Análisis en hoteles de tres y cuatro estrellas"

Autoras: Erika Alexandra Heredia Delgado - Andrea Carolina Jiménez Barros

Directora: Dra. Silvana Astudillo

Certificado de Precisión FCH-TR-HTL-113

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.

guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 27 de julio de 2020

Elaborado por: GEAV

cc. Archivo Recibido por: nombre / apellido / firma / fecha / hora



ÍNDICE

Dedicatoria	10
Agradecimiento.....	11
Dedicatoria	12
Agradecimiento.....	13
Introducción.....	14
1 CAPÍTULO 1.....	16
1.1 Antecedentes	16
1.2 Población y muestra	21
1.3 Caracterización de la muestra.....	23
1.3.1 Número de empleados	23
1.3.2 Antigüedad de la empresa	26
1.3.3 Socios.....	27
1.3.4 Naturaleza jurídica.....	30
1.4 Características sociodemográficas del emprendedor hotelero.....	31
1.4.1 Edad	31
1.4.2 Educación	33
1.4.3 Estado civil.....	35
1.4.4 Género	36
1.4.5 Procedencia geográfica.....	38
1.4.6 Características personales del emprendedor	39
1.5 Preparación previa para iniciar la empresa hotelera	52
1.5.1 Conocimiento previo al iniciar la empresa hotelera	52
1.6 Planificación de la creación del negocio.....	54
1.6.1 Plan de negocio	54
1.6.2 Plan financiero	56
2. CAPÍTULO 2.....	59
2.1 Entorno general para iniciar un emprendimiento hotelero	59
2.1.1 Factores externos positivos al iniciar un emprendimiento hotelero.....	60
2.1.2 Factores negativos al iniciar un emprendimiento hotelero.....	62
2.2 Motivaciones para la creación de emprendimientos hoteleros	64



2.3 Antecedentes empresariales	67
2.4 Fuentes de financiamiento utilizadas por el emprendedor hotelero	69
2.5 Fuentes de ingresos al iniciar el emprendimiento hotelero	70
3. CAPÍTULO 3	73
3.1 Satisfacciones del emprendimiento hotelero	73
3.2 Insatisfacciones del emprendimiento hotelero	75
3.3 Factores claves para el éxito del emprendimiento hotelero	76
3.4 Resultado General	78
3.4.1 Relación entre edad y género del emprendedor hotelero.....	78
3.4.2 Relación entre el género y la ocupación del emprendedor antes de iniciar la empresa hotelera.....	79
3.4.3 Relación entre el género del hotelero y la dependencia de ingresos al iniciar el emprendimiento	80
3.4.4 Relación entre la edad del emprendedor y el nivel de educación	81
3.4.5 Perfil emprendedor hotelero de la ciudad de Cuenca	81
3.4.5 Discusión	82
Conclusiones	85
Recomendaciones	87
Bibliografía	88



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Andrea Carolina Jiménez Barros en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "El perfil emprendedor hotelero en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Análisis en hoteles de tres y cuatro estrellas", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 20 de octubre de 2020

Andrea Carolina Jiménez Barros

C.I: 0150101855



Cláusula de Propiedad Intelectual

Andrea Carolina Jiménez Barros autor/a del trabajo de titulación "El perfil emprendedor hotelero en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Análisis en hoteles de tres y cuatro estrellas", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 20 de octubre de 2020

Andrea Carolina Jiménez Barros

C.I: 0150101855

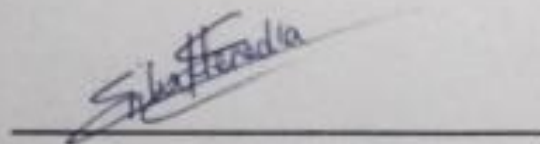


Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Erika Alexandra Heredia Delgado en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "El perfil emprendedor hotelero en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Análisis en hoteles de tres y cuatro estrellas.", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 20 de octubre del 2020.



Erika Alexandra Heredia Delgado

C.I: 0106054133



Cláusula de Propiedad Intelectual

Erika Alexandra Heredia Delgado, autor/a del trabajo de titulación "El perfil emprendedor hotelero en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Análisis en hoteles de tres y cuatro estrellas. ", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 20 de octubre del 2020.

Erika Alexandra Heredia Delgado

C.I: 0106054133



Dedicatoria

Este trabajo de titulación lo dedico a mis padres Miriam y Miguel quienes siempre me dan su amor incondicional en cada decisión que tomo y a mi hermano Junior por su ayuda constante a lo largo de mi carrera universitaria.

Andrea Jiménez



Agradecimiento

Agradezco a mi familia y a Dios por cuidarme en todo momento y a su vez permitirme desarrollarme como persona y profesional. Doy gracias a todos aquellos docentes que fueron un pilar fundamental para mi aprendizaje y formación.

A nuestra tutora de tesis, Mgst. Silvana Astudillo por sus consejos, paciencia y apoyo durante todo el proceso. De igual manera, agradezco, al Mgst. Juan Carlos Bernal por su ayuda incondicional y aporte valioso para la generación de los datos estadísticos.

A mi compañera de tesis y amiga Erika por la paciencia y el compromiso que implicó el desarrollo de esta investigación. Y un gran agradecimiento a todos los empresarios hoteleros que contribuyeron con la información para definir el perfil emprendedor.

Andrea Jiménez



Dedicatoria

Este trabajo de titulación se la dedico a Dios que es mi principal motor de vida, a mi mamá por siempre cuidarme, darme su amor y estar en cada momento de mi carrera universitaria brindándome su apoyo y comprensión en los momentos difíciles y a mí misma porque a pesar de las adversidades, nunca me rendí, porque mantuve la fe y las ganas de siempre salir adelante con la frente en alto.

Erika Heredia



Agradecimiento

Agradezco a mi mamá por siempre estar pendiente de mí, por ser una madre ejemplar que ha inculcado en mí valores de perseverancia y humildad. Gracias mamita por nunca dejarme sola y estar conmigo en los momentos más difíciles, por siempre haberme apoyado en mi carrera y orar por mi bienestar.

También quiero agradecer a nuestra tutora de tesis Silvana Astudillo, que ha sido para mí una gran inspiración por todos los logros que ha obtenido en base a su esfuerzo y dedicación, por brindarme su apoyo en este proyecto y siempre confiar en mis conocimientos, de igual manera al profesor Juan Carlos Bernal por su tiempo y disposición para ayudarnos en esta investigación, por siempre estar al pendiente de nuestras dudas y ayudarnos a resolverlas.

A mí enamorado por siempre creer en mí y aguantarme en los días de estrés, por darme aliento y llenarme de positivismo en todo momento. Finalmente quiero agradecer a mi compañera de tesis Andrea, mi Anita por la paciencia, por su cariño y amistad incondicional durante todos estos años de vida universitaria, a mis compañeras Miri y Gaby por su ayuda en todo este proceso y por los buenos momentos que pasamos en la facultad.

Erika Heredia



Introducción

La figura del emprendedor favorece al desarrollo económico de las naciones, y, cada vez, cobra mayor relevancia en el sector turístico, específicamente con la creación de empresas de alojamiento que mejoran las condiciones socioeconómicas de su entorno, al mismo tiempo que enfrentan desafíos que implican ser parte del sector hotelero. Razón por la cual, generar productos turísticos se convierte en el factor clave para disminuir el índice de pobreza y la oportunidad de abrir nuevos mercados que utilicen los recursos renovables que posee el país.

En Ecuador la actividad emprendedora se posicionó líder en el año 2017, debido al espíritu emprendedor fundamentado por la alta autoconfianza y conocimientos previos (GEM, 2017). Los emprendedores se caracterizan por ser personas que desean alcanzar tanto su crecimiento personal como económico, motivados por la oportunidad o necesidad de trabajar y buscar mejores condiciones de vida. Según el INEC (2020), el Ecuador tiene una tasa de desempleo de 4,9 % siendo este el nivel más alto que el país ha tenido en cuanto a esta problemática. Ante estos factores, en el país se tiende a buscar nuevas oportunidades que le permitan conseguir ingresos, desarrollando nuevas ideas, investigando y tomando iniciativas.

Existen numerosos estudios sobre el emprendimiento; pero, las investigaciones acerca de los emprendedores hoteleros son escasas. Es por ello que, la presente investigación tiene como finalidad analizar las características distintivas del perfil emprendedor hotelero, enfocado a los propietarios de los hoteles de tres y cuatro estrellas ubicados en la ciudad de Cuenca, Ecuador. En esta investigación se estudiarán variables como: Características sociodemográficas de las empresas y de los emprendedores hoteleros, motivaciones, obstáculos, factores



internos y externos. Con este trabajo se pretende distinguir de manera específica el perfil emprendedor y que características personales y del entorno lo encaminaron a tomar la decisión de emprender en el sector hotelero. Mostrar a los futuros emprendedores una visión mucho más amplia de lo que involucra crear una empresa hotelera desde la persona y todos los factores que convierten a un soñador en un emprendedor.



1 CAPÍTULO 1

1.1 Antecedentes

Emprender es una acción antigua que la humanidad ha desarrollado para mejorar su calidad de vida. A diferencia de los demás seres vivos, el ser humano logró un asombroso avance debido al espíritu emprendedor que lo identifica (Palma, Garcés, Valencia, & Wasbrum, 2017).

Etimológicamente la palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* el cual hace referencia a “encargarse de” y fue acotado por primera vez por Richard Cantillon (1755), en el área comercial y económica tratada en su ensayo “La Naturaleza del Comercio en General”, el cual describe al emprendedor como “cualquier persona que tomando riesgos compra o hace un producto artesanalmente a cierto costo para luego venderlo a un precio mayor” (p.25). Un concepto que para la época en la que se publicó destacaba la labor del artesano y su visión para los negocios.

En años posteriores a la publicación de Richard Cantillon, la actividad emprendedora incrementó provocando un dinamismo en el mercado, este acontecimiento llamó la atención de varios investigadores los mismos que comenzaron a tratar al emprendimiento desde diferentes perspectivas. Según el economista Schumpeter (1943), los emprendedores son personas innovadoras, dinámicas y su función es la de revolucionar el modelo de producción causando un desequilibrio en el mercado convencional. En concordancia con lo anterior, Minniti (2012) afirma que, no puede existir desarrollo económico continuado sin emprendimiento. De hecho, el progreso económico y social de cualquier país tiene relación directa con la creación de empresas.



El concepto de emprendedor continúa evolucionando, sin embargo, hasta la fecha no existe un concepto general del término y cientos de estudios definen al emprendedor de acuerdo al contexto. Es por ello que, Veciana (2005) crea una clasificación teórica sobre el emprendimiento del cual identificó cuatro enfoques que condicionan al emprendedor; el enfoque económico, psicológico, socio-cultural y el gerencial.

Tabla 1. Clasificación teórica del emprendimiento

Enfoque	Descripción
Económico	Analiza las condiciones del mercado y el financiamiento disponible.
Psicológico	Estudia los rasgos de personalidad que sobresalen en los emprendedores.
Socio-Cultural	Trata los factores externos como la familia, amigos e institutos educativos que influyen al emprendedor.
Gerencial	Destaca la formación del individuo en gestión y estrategia empresarial.

Fuente: Veciana (2005).

Como se puede observar, el emprendimiento involucra varias áreas de estudio que, en cierto modo, influyen a la persona a tomar la iniciativa de crear una empresa. Las características que definen a un emprendedor y lo hace diferente al resto de personas, se encuentran en la influencia que tuvo, su formación, riqueza personal e igual de importante su personalidad y comportamiento. Al analizar estos cuatro enfoques se puede obtener un perfil detallado del emprendedor en este caso de los emprendedores hoteleros.

Es necesario aclarar la relación entre emprendedor y empresario. De acuerdo a la RAE el emprendedor es “la persona que inicia un negocio u obra con cierto riesgo o peligro” (2014). Dicho de otro modo, el emprendedor es quien asume los riesgos que implica poner en marcha nuevas ideas, además de aprovechar oportunidades que se le presentan, todo esto, con el fin de obtener beneficios.



Mientras que, el empresario según la RAE es “la persona que ejecuta una obra o servicio” (2014). Por lo tanto, es el responsable de dirigir la empresa para su correcto funcionamiento y que esta genere ingresos por sus actividades (Primo Tapia & Turizo, 2017). Está claro que, aunque el emprendedor y el empresario tienen diferentes cualidades, los dos desean un beneficio económico. Estos dos términos se los puede atribuir a una misma persona, es decir, un emprendedor puede ser un empresario. De hecho, Schnarch (2014) afirma que “un emprendedor no es más que un empresario en potencia” (p. 16). El tiempo y las actividades que realice para afianzar la empresa en el mercado definirán si es un buen o un mal empresario.

Además, es errado pensar que el espíritu emprendedor se encuentra únicamente en las personas que crean un negocio innovador, también está presente en personas que renuevan algún producto o servicio dentro de las empresas a las que pertenecen. Por este motivo Pinchot & Pellman (1999), clasifica al emprendedor en dos tipos:

Tabla 2. Tipos de emprendedores según la empresa

Tipos	Descripción
Entrepreneur o Extra emprendedor	Individuo enfocado en la creación de nuevos proyectos para luego ponerlos en marcha desarrollando nuevas empresas.
Intrapreneur o intra emprendedor	Individuo enfocado en transformar e innovar productos o servicios dentro de empresas ya consolidadas siendo este socio o empleado.

Fuente: Pinchot & Pellman (1999).

Transformar, crear y renovar son acciones que identifican la actividad emprendedora. Al hablar de emprendimiento es imposible no abordar el tema de innovación. Emprender e innovar no son sinónimos, pero tienen una fuerte dependencia el uno con el otro. Incluso autores mencionan que no hay emprendimiento sin innovación, dicho de otra manera, el emprendedor es un



innovador innato y cuando no promete innovación en su proyecto deja de ser emprendedor (Schnarch, 2014). Según Villagrà & Lobato (2011), la innovación es un proceso de acciones creativas planificadas o espontàneas que empiezan como ideas y culminan como productos o servicios diferentes al resto de la oferta existente.

Los procesos que involucra emprender son trascendentales para el éxito o fracaso del mismo. Según Freire (2004), en su teoría de triangulo invertido, un proceso emprendedor está formado de tres elementos; el proyecto, el capital y el emprendedor estos tres componentes deben ser buenos, sólidos y estar relacionados entre sí para que el emprendimiento pueda lograr consolidarse. El proceso emprendedor comienza con la idea y es el punto de partida que permite visualizar la dirección que se quiere con el emprendimiento. Las preguntas que debe responder el proyecto son: ¿cuáles son las necesidades que se quiere satisfacer?, ¿cómo satisfacerlas? y ¿cuál es el valor agregado del producto o servicio? (Villagrà & Lobato, 2011). En base a esto se puede delimitar o evaluar la idea inicial.

El capital es otro aspecto a analizar, sin duda es un elemento clave que muchas veces frena a la idea propuesta. El emprendedor por más esfuerzo e iniciativa que dedique al proyecto, sin capital no puede operar. De acuerdo a los recursos y motivos de las personas se puede catalogar a los emprendedores por necesidad o por oportunidad, por lo general, los emprendedores por necesidad empiezan con un capital pequeño, ajustando la idea del emprendimiento a los recursos disponibles. Por el contrario, los emprendedores por oportunidad cuentan con el dinero para invertir en toda la creatividad e innovación que su idea de negocio requiere.

De cualquier modo, en la que se catalogue a los emprendedores, estas personas benefician a los sectores económicos con productos y servicios que poseen la facultad de llenar nichos y crear nuevos segmentos que aún, no han sido explotados. El sector hotelero es uno de los más especializados en temas de



segmentación, estas empresas son capaces de reinventarse con el tiempo, adaptándose a las nuevas exigencias de los huéspedes.

La actividad hotelera es tan antigua como el emprendimiento. Albergues y posadas iniciaron su labor de hospedaje sin un sentido comercial como lo es ahora. En el año 1000 al 500 a.C. se construyó alojamientos libres en Grecia para los comerciantes de paso, pero en el siglo XIX es cuando se visualiza al hospedaje como un negocio, con la construcción del primer hotel denominado como moderno, el “Badische Hof” en Alemania (Ugarte, 2012).

Es difícil conocer a ciencia cierta quien fue el creador del primer hotel del mundo; pero sin duda, el que revolucionó el concepto de hotelería fue Cesar Ritz cuando creó su primer hotel en París en el año 1898, el cual transformó el sector hotelero de la época brindando servicios personalizados; atento a los gustos y necesidades de los huéspedes, Ritz fue el pionero en incorporar un baño dentro de cada habitación, además de incluir el servicio de alimentación y una decoración lujosa; su ideología sobre los detalles y el servicio en general marcaron un antes y después en la hotelería (Genise, 2010). Gracias a su visión emprendedora los hoteles dejaron de ser lugares solo para pasar la noche, actualmente se convirtieron en verdaderas industrias del servicio.

El Global Entrepreneurship Monitor, es un estudio reconocido a nivel mundial que analiza actitudes, factores y niveles de la actividad emprendedora, así como, la tasa de emprendimiento de los países participantes. El GEM (2017) en su último informe destaca que, el emprendedor ecuatoriano tiene una edad promedio de 36 años, el 49% de ellos están presentes en la región costa, con negocios enfocados al consumidor final; el 48% de ellos con ingresos que rondan mensualmente entre los \$375 a \$700; además, más de la mitad son auto empleados y no existe una diferencia significativa que defina el género del emprendedor ecuatoriano.

Los estudios sobre emprendimiento son extensos, sin embargo, son muy pocos los que abordan el emprendimiento hotelero y las barreras que pueden existir al iniciar un proyecto en este sector. La actividad hotelera se caracteriza por ser muy



diferente al resto de actividades económicas, sobre todo, a las de producción. Características como la intangibilidad, estacionalidad, caducidad, ubicación y dependencia del sistema turístico convierten al emprendimiento hotelero en un tema interesante a tratar.

En el caso de Ecuador, particularmente en la ciudad de Cuenca, las primeras posadas se ubicaron en la Calle Larga y en el barrio San Sebastián que recibían en su mayoría a comerciantes provenientes de Guayaquil y Perú. Consecutivamente, en los años 20 abrieron sus puertas los primeros establecimientos catalogados como hoteles, entre ellos, los extintos Royal y Patria; en décadas posteriores se fundaron empresas como el Hostal San Francisco, el Hotel Crespo, el Gran Hotel y el Hotel Pichincha (Ullauri, Andrade, & Condor, 2018).

El mercado turístico comenzó a ampliarse y en los años setenta hubo un mayor incremento de hoteles en la ciudad, tales como El Dorado, Hotel Conquistador, El Hotel Allitiana, entre otros; para los años ochenta se construyeron los hoteles La Laguna y el Hotel Oro Verde, este último cambió el concepto de hotelería manejado en ese entonces, convirtiéndose en el primer hotel de lujo de la ciudad (Ullauri et al., 2018). En el año 1999, la ciudad de Cuenca fue nombrada Patrimonio Cultural de la Humanidad y es cuando el turismo despunta atrayendo a turistas internacionales e impulsando a que más personas inicien emprendimientos hoteleros en la ciudad.

1.2 Población y muestra

Cuenca está ubicada en la región sierra del Ecuador a 2.538 msnm, cuenta con una extensión geográfica de 8.639 km² y posee un clima que fluctúa entre los 14°C y los 20°C (Fundación municipal turismo para Cuenca, 2020). La capital azuaya conserva un diseño arquitectónico influenciado por la colonia y la época republicana, que trasmite esa sensación de uniformidad por sus calles de adoquín y sus edificaciones con balcones erigidos en hierro forjado.



Varias de las construcciones antiguas de la ciudad están instauradas como establecimientos de alojamiento turístico. De acuerdo con el catastro turístico en la ciudad de Cuenca existe un total de 257 empresas de alojamiento turístico distribuidos en:

Tabla 3. Número de alojamientos turísticos en Cuenca según su tipo

Tipos de alojamiento turístico	Número
Hostales	139
Hoteles	92
Casa de huéspedes	18
Hosterías	6
Lodge	2
Total	257

Fuente: Elaboración propia con base en el catastro de alojamiento turístico.

El 36% de los establecimientos de alojamiento turísticos edificados en Cuenca son hoteles; los cuales 38 hoteles son de tres estrellas y 12 son de cuatro estrellas obteniendo 50 hoteles como población para esta investigación. La muestra del estudio es de 41 hoteles con un 95% de confianza y un 6,5% de error, de la que se recopilaban datos a través de una encuesta de tipo cuantitativa con carácter descriptivo y exploratorio, en el periodo de diciembre de 2019 a febrero de 2020.

Tabla 4. Número de hoteles según su categoría en la ciudad de Cuenca

Categoría	Número
2 estrellas	37
3 estrellas	38
4 estrellas	12
5 estrellas	5
Total	92

Fuente: Elaboración propia con base en el catastro de alojamiento turístico.



Los hoteles de tres y cuatro estrellas en su totalidad se encuentran ubicados en las parroquias urbanas de Cuenca. De los 50 hoteles, 34 de ellos se localizan en la parroquia El Sagrario correspondiendo al 68% de la población, el 10% están ubicados en la parroquia San Blas y el resto de hoteles catalogados de tres y cuatro estrellas están distribuidos en cantidades mínimas en las parroquias urbanas de San Sebastián, Sucre, Gil Ramírez Dávalos, Bellavista y Huayna Cápac.

Tabla 5. Ubicación geográfica de los hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Cuenca

Parroquias	Frecuencia	Porcentaje
El Sagrario	34	68,0%
Huayna Cápac	4	8,0%
Bellavista	2	4,0%
Gil Ramírez Dávalos	2	4,0%
San Blas	5	10,0%
San Sebastián	2	4,0%
Sucre	1	2,0%
Total	50	100,0%

Fuente: Elaboración propia

1.3 Caracterización de la muestra

1.3.1 Número de empleados

Los emprendimientos hoteleros tienen la capacidad de generar fuentes de empleo directo y a su vez, al depender de otros servicios; la hotelería fomenta el empleo de manera indirecta. Razón por la cual, se le considera como el principal generador de



empleo del sector turístico. Según la OMT “el turismo constituye el 10% del PIB mundial y provee 1 de cada 10 empleos en todo el mundo” (2019). La actividad económica que desarrollan las empresas hoteleras se orienta a la venta de servicios de alojamiento y alimentación, por lo que, se requiere un mayor número de empleados. Debido a la naturaleza de la actividad hotelera esta exige un alto nivel de interacción con el huésped; por ello, el número de empleados que requiere cada hotel es distinto y depende directamente del número de habitaciones y el porcentaje de ocupación.

Según la Superintendencia de Compañías del Ecuador y Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones determinan el tamaño de las empresas de acuerdo a los siguientes parámetros:

- Microempresas: De 1 a 9 trabajadores o con Ingresos brutos menores a \$100.000,00 (Código Orgánico de la Producción, 2011).
- Pequeña empresa: De 10 a 49 trabajadores o con ingresos brutos entre \$100.001,00 y \$1'000.000,00 (Código Orgánico de la Producción, 2011).
- Mediana empresa: De 50 a 199 trabajadores o con ingresos brutos anuales entre \$1'000.001,00 y \$5'000.000,00 (Código Orgánico de la Producción, 2011).
- Empresa grande: Más de 200 trabajadores o Ingresos brutos anuales superiores a los \$5'000.001,00 (Código Orgánico de la Producción, 2011).

Con lo expuesto anteriormente, se señala que, el 78% de los hoteles de tres y cuatro estrellas iniciaron sus operaciones con 1 a 9 empleados, es decir, la mayoría de los emprendimientos iniciaron como microempresas, el 22% restante de los hoteles comenzaron sus actividades como empresas pequeñas con 10 a 49 empleados.



Tabla 6. Empleados al iniciar los hoteles de tres y cuatro estrellas

Rango	Porcentaje
1 a 9 empleados	78,0%
10 a 49 empleado	22,0%

Fuente: Elaboración propia.

Por lo general, se espera que en los años posteriores a la creación de las empresas hoteleras el número de empleados aumente, pero se obtuvo datos diferentes a los esperados. Existe un aumento en el porcentaje de empresas con 1 a 9 empleados en cinco puntos porcentuales, por ende, las empresas con 10 a 49 empleados disminuye al 15%. Cabe mencionar que solo una empresa hotelera que representa el 2% de la muestra logró un importante desarrollo, empleando a más de 50 personas.

Tabla 7. Empleados actuales en los hoteles de tres y cuatro estrellas

Rango	Porcentaje
1 a 9 empleados	82,9%
10 a 49 empleados	14,6%
50 a 199 empleados	2,4%

Fuente: Elaboración propia

Según cifras del MINTUR (2020) en los últimos cinco años la ocupación hotelera en la capital azuaya no rebasa el 50%. Razón por la cual, muchos de los hoteleros toman la decisión de disminuir el personal en sus empresas.

En Ecuador los servicios de alojamiento facilitados por los distintos establecimientos hoteleros registraron solo 8,352 empleos en el año 2015 revelando un decrecimiento del 12% en relación al año anterior (Camino & Guale, 2017).



1.3.2 Antigüedad de la empresa

Autores mencionan que, varios de los emprendimientos sobreviven en el mercado poco tiempo, se observa que, en los cinco primeros años de las empresas la mitad de ellas fracasan; mientras que, esta posibilidad disminuye de manera considerable en empresas que superan los cinco años de funcionamiento (Cáliz, Martínez, Vigier, & Nuñez, 2016). Existen una relación directa entre la antigüedad y el nivel de éxito que puede tener una empresa y en gran parte se debe a la experiencia que logra adquirir el emprendedor la que le permite mantenerse dentro del sector en el que se desempeña.

En el sector hotelero cuencano, los hoteles tienen una antigüedad promedio de 11 años, el hotel más reciente tiene un año en la actividad, mientras que, el más antiguo de los hoteles de tres y cuatro estrellas tienen 35 años de funcionamiento.

Cabe recalcar que algunas de las edificaciones en la que varios de los hoteles están establecidos son construcciones antiguas, que han pasado de un hotelero a otro. De los cuales han cambiado el nombre y renovado completamente la administración siendo ahora emprendimientos relativamente nuevos.

De las empresas hoteleras encuestadas de tres y cuatro estrellas de la ciudad de Cuenca, el 32% tienen entre uno a cinco años dentro la actividad hotelera, mientras que, el 68% de los hoteles han conseguido mantenerse por más de cinco años en el sector de alojamiento turístico debido a la planificación de sucesión y conocimiento.



Tabla 8. Antigüedad de las empresas hoteleras de tres y cuatro estrellas

Años	Porcentaje
1 a 5	31,7%
Más de 5	68,3%

Fuente: Elaboración propia.

1.3.3 Socios

Al momento de crear una empresa los emprendedores enfrentan diversas dificultades, que los orillan a buscar por necesidad, miedo o falta de confianza, el apoyo de otros para poner en marcha su idea de negocio. Sin embargo, un emprendimiento puede surgir bajo la compañía de un equipo cuando este así lo requiera o simplemente prescindir de este (Trías de Bes, 2007).

Un socio es aquella persona u organización que decide agruparse con otra para formar una sociedad, tienen objetivos en común y de manera mutua adquieren tanto derechos como obligaciones. Freire (2004) manifiesta que, los socios son un núcleo importante dentro del emprendimiento, pues son quienes al aportar económicamente y emplean su experiencia profesional en un área determina u otras afines, obtienen mayor rédito sobre el éxito de la empresa.

Algunos emprendedores consideran que tener un socio puede tener sus ventajas, pues de alguna manera sienten mayor seguridad de compartir con alguien su idea de negocio, mientras, obtienen beneficios económicos para el desarrollo del mismo. Sin embargo, otros buscan asociarse con alguien más por el miedo o temor de estar solos y cometer muchos errores (Poncio, 2010).

La financiación después del miedo es uno de los principales factores para que muchos emprendedores deciden asociarse como una forma de minimizar sus



gastos y costos económicos a la hora de iniciar con su emprendimiento, pero lo que no se toma en cuenta es que el socio no es un recurso gratuito pues a larga este es remunerado (Poncio, 2010). De igual manera, se conoce que la familia y amigos también influyen en la decisión del emprendedor para ser considerados como socios, debido a que este siente mayor confianza y seguridad al estar cerca de personas que conoce, tiene mayor afinidad y son importantes en su vida.

Trías de Bes (2007) manifiesta que, los emprendedores nacientes prefieren buscar socios debido a la inexperiencia, desconocimiento y temor; además, se sienten en mayor confianza si están acompañados; mientras que, los emprendedores que tuvieron la intención de emprender nuevamente prefieren estar solos por las malas experiencias de asociación que han tenido.

Por otra parte, existen ciertos casos en donde los emprendedores han expuesto su rechazo de buscar socios al emprender, debido a que poseen la capacidad financiera para solventar la inversión requerida en la creación de su empresa o negocio. Estas personas cuentan con una fuente de financiación que proviene de ahorros de otro negocio, trabajos, créditos bancarios, herencias u otros. Además, se consideran personas tenaces, con carácter, autoconfianza, capaces de asumir riesgos y tomar decisiones sin la necesidad de contar con el dinero o compañía de otros.

En América Latina el 5% de emprendedores al iniciar con sus actividades decidieron buscar socios para obtener el capital de la inversión inicial, mientras que, un 35% prescindió de esta elección debido a que aseguraron su financiamiento por medio de bancos. (Banco Interamericano de Desarrollo Fundes Internacional, 2004).

En el caso de Ecuador el 60% de emprendedores ecuatorianos deciden no tener socios debido al desconocimiento de los beneficios que pueden obtener al asociarse o simplemente porque el país no posee ninguna instancia para contactar a personas interesadas en emprender una empresa, seguido por un 22% en donde se refleja que el emprendedor solo tiene a un solo socio mayormente familiar, debido



a la desconfianza de sacar un proyecto adelante en compañía de otros y tan solo un 15% decide emprender con más de dos socios (Araque, 2009).

Se conoce que, el cierre definitivo de varias empresas se suscita por tener de socios a familiares o amigos, debido a conflictos interpersonales, intereses individuales o discrepancias durante las actividades empresariales. Así mismo, los emprendedores que carecen de carácter y decisión abren las posibilidades de tener socios cuando el emprendimiento no lo requiere (Trías de Bes, 2007).

En lo que respecta a los hoteles de tres y cuatro estrellas de la ciudad de Cuenca, se refleja que, el 49% de los emprendedores objetos de la muestra iniciaron sus actividades económicas sin ningún tipo de asociación; es decir, emprendieron solos. Mientras que, el 29% capitalizó su emprendimiento con un socio más; seguido por un 12% que decidió emprender junto con el apoyo de dos socios. Cabe recalcar que el número máximo de socios con la que inicia el emprendedor hotelero es de cuatro personas. Sin embargo, existe un 7% que inició con la ayuda de tres socios, esto obedece a que algunas empresas hoteleras de la ciudad de Cuenca pertenecen a un núcleo familiar.

Tabla 9. Socios al inicio del emprendimiento hotelero

Número de socios	Porcentaje
0	48,8%
1	29,3%
2	12,2%
3	7,3%
4	2,4%

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, en la actualidad aquellos emprendimientos que contaban entre uno y dos socios han disminuido ligeramente, lo cual indica que esta decisión puede darse



por discrepancias suscitadas en el entorno empresarial o por la contracción económica que enfrenta el sector.

Tabla 10. Socios actuales de las empresas hoteleras.

Número de socios	Porcentaje
0	53,7%
1	26,8%
2	9,8%
3	7,3%
4	2,4%

Fuente: Elaboración propia.

1.3.4 Naturaleza jurídica

La naturaleza jurídica que adopta la empresa al iniciar con sus actividades económicas, es un elemento importante, pues comprende todos los derechos y obligaciones que deben ser asumidas por el emprendedor, en relación con sus objetivos, necesidades, financiación y número de socios.

En Ecuador el 53% de las empresas iniciaron como sociedades de hecho, mientras que, de tipo jurídica, el 30% se conformaron como anónimas y el 17% como compañías limitadas (Araque, 2009).

Específicamente en la provincia del Azuay cuenta con un total de 110,965 empresas constituidas como personas naturales y 12,527 constituidas como sociedades, de las cuales 84 es el número de establecimientos de alojamiento turístico; entre ellos hoteles, hostales y hosterías que se encuentran operando como personas naturales, mientras que, 34 establecimientos laboran como sociedades (Servicio de Rentas Internas , 2020).



Por otro lado, al analizar la naturaleza jurídica de los emprendimientos hoteleros se denota que, el porcentaje de empresas constituidas como personas naturales es de un 90%, siendo esta la respuesta más común de los encuestados frente a un 2% que corresponde a un solo establecimiento de alojamiento turístico que opera como sociedad anónima.

Esto indica que la gran mayoría de empresas hoteleras inició únicamente con el propietario, quien de manera directa asume derechos, obligaciones y deudas, mismas que son garantizadas con sus bienes personales. Por otra parte, aquellas sociedades anónimas y limitadas pertenecen a emprendimientos que generalmente fueron constituidos entre dos o más socios y es la empresa misma la que ejerce derechos, asume obligaciones y contrae deudas, bajo la actuación de un representante legal.

Tabla 11. Naturaleza Jurídica de la empresa hotelera.

Tipos	Porcentaje
Persona Natural	90,2%
Anónima	2,4%
Limitada	7,3%

Fuente: Elaboración propia.

Cabe recalcar que, existe un alto grado de desconocimiento acerca de los tipos de formas jurídicas que existen en nuestro país, por lo que es fundamental profundizar en este tipo de información, para que en próximas actividades económicas se tengan mejores opciones de selección en cuanto a ventajas y desventajas, así como también de los trámites pertinentes para cada una de ellas (Sánchez, 2018).

1.4 Características sociodemográficas del emprendedor hotelero

1.4.1 Edad

La edad de los emprendedores influye en los motivos y factores que los encaminan a crear una empresa. Los empresarios más jóvenes priorizan el beneficio



económico que ofrece el emprendimiento, mientras que, para los empresarios de cuarenta años o más, destacan las condiciones de trabajo y las relaciones sociales que trae consigo ser propietario de un negocio (García & Jiménez, 2015).

En el caso de Ecuador, las personas que más emprenden en algún tipo de actividad se encuentran en el rango de los 25 a 34 años de edad y corresponden al 35% de la TEA; seguido de los emprendedores entre los 35 a 44 años de edad representando el 23%; contrario a los emprendedores de 55 a 64 años de edad que no supera el 10% (GEM, 2017). Es decir, más de la mitad de los emprendedores empezaron alguna actividad económica en una etapa temprana, un valor significativo con el que se puede asumir que el emprendimiento tiene su máximo desarrollo en edades entre los 25 a 44 años dentro de la población ecuatoriana.

Los datos obtenidos en la muestra del sector hotelero son muy similares a los de la GEM. El 59% de los hoteleros iniciaron sus empresas hoteleras de tres o de cuatro estrellas entre los 25 a 44 años de edad seguido de empresarios de 45 a 54 años con el 24%. La decisión de emprender en el sector hotelero en edades muy tempranas de 18 a 24 años es poca y menor aún en personas mayores de 55 años o más, que representan únicamente 5% de los encuestados.

Tabla 12. Edad de los emprendedores hoteleros.

Edad	Porcentaje
18 – 24	12,2%
25 – 34	36,6%
35 – 44	22,0%
45 – 54	24,4%
55 – 64	4,9%

Fuente: Elaboración propia.

Con los datos obtenidos en esta investigación, se observa que la probabilidad de crear una empresa hotelera aumenta en adultos jóvenes y disminuye a mayor edad. Son pocas las personas de tercera edad que deciden iniciar un negocio sobretodo



uno hotelero en la que la inversión es fuerte y su recuperación es lenta. Además, el esfuerzo y dedicación que demanda el sector hotelero durante los primeros años de la empresa hace que las personas mayores no vean atractiva la decisión de crear un hotel.

En concordancia con aquello, los programas del Ministerio de Turismo Ecuatoriano están enfocados a jóvenes emprendedores. Como es el caso del proyecto denominado “Fomento al Emprendimiento Turístico para la actividad emprendedora temprana”, desde 2018 al 2021 su objetivo principal son las capacitaciones virtuales, talleres y apoyo financiero para proyectos turísticos que generen un crecimiento económico y un aporte positivo en la sociedad (MINTUR, 2018).

1.4.2 Educación

En Ecuador, los niveles de educación que predominan son el nivel primario con un 33% y el nivel secundario con un 35%; mientras que, los emprendedores con estudios universitarios no superan el 15%; es necesario resaltar que el país tiene una de las tasas más altas en personas mayores con un nivel muy bajo de educación o ninguno; esta situación está presente en emprendedores entre los 50 a 64 años de edad con un 45% y el 56% en personas entre los 65 a 80 años de edad (GEM, 2017).

En la actualidad entre la educación y el emprendimiento existe una fuerte relación. En la literatura siempre se habla de que si un emprendedor nace o se forma. Puede que nazca con ciertas características emprendedoras; pero, sin duda es necesario el conocimiento e influencia para su desarrollo. De hecho, el sistema educativo actual muestra mayor interés en impulsar los emprendimientos estudiantiles. Las universidades son el centro para el desarrollo de ideas innovadoras incluso está presente en la malla curricular de ciertas carreras. Aunque, un título universitario no garantiza la creación de nuevos negocios.



Si bien es cierto, la educación permite incrementar la posibilidad de mejorar el porcentaje de emprendimientos en el país y a su vez estos puedan salir al mercado internacional contribuyendo en varios aspectos a la economía. Sin embargo, aunque, varios autores mencionan que la educación es un factor importante a la hora de ser emprendedor, únicamente se convierte en realidad ante personas sin miedo al fracaso, de tal manera que los universitarios sin temor a las decepciones, son los que tienen mayor posibilidad de ser emprendedores (Contín, Larraza, & Mas, 2007).

Por otra parte, según la GEM (2017) en Ecuador más de la mitad de los emprendimientos en general son creados por personas con una educación básica o secundaria. Al analizar exclusivamente los emprendimientos en el sector hotelero de Cuenca los datos cambian y muestran que en este sector prevalecen los emprendedores con un nivel alto de educación.

En lo que respecta a la investigación, la mayoría de los emprendedores hoteleros poseen un título universitario correspondiente al 68% de la muestra y el 10% culminó un posgrado. Por otra parte, existe un 22% de emprendedores que alcanzó la educación primaria o secundaria.

Tabla 13. Nivel educativo del emprendedor hotelero.

Nivel Educativo	Porcentaje
Primaria	4,9%
Secundaria	17,1%
Universidad	68,3%
Posgrado	9,8%

Fuente: Elaboración propia.

Si bien es cierto, el 78% de los hoteleros tuvo acceso a estudios superiores, únicamente el 25% de ellos cuenta con un título relacionado a la carrera de hotelería; a criterio de este trabajo, entre los motivos de tan bajo porcentaje se encuentra que las carreras relacionadas a la hospitalidad son relativamente nuevas en la ciudad.



Tabla 14. Área de formación académica del emprendedor hotelero.

Área de formación	Porcentaje
Ciencias de la Hospitalidad	25,0%
Ciencias Económicas	34,4%
Ciencias Sociales	6,3%
Ingenierías	21,9%
Otros	12,5%

Fuente: Elaboración propia.

1.4.3 Estado civil

Según los datos obtenidos en el sector hotelero muestra que el 68% de los hoteleros iniciaron en la actividad estando casados, el 17% comenzaron sus emprendimientos solteros, mientras que, un 12% pertenece al estado civil divorciados, el cual se encuentran por debajo de los solteros por cinco puntos porcentuales.

Tabla 15. Estado Civil del emprendedor hotelero.

Estado civil	Porcentaje
Soltero	17,1%
Casado	68,3%
Divorciado	12,2%
Viudo	2,4%

Fuente: Elaboración propia.

Con los datos mencionados y su tendencia se observa que la familia es uno de los motivos significativos para crear un negocio y así mejorar la calidad de vida de los integrantes de la familia. Según Casson (2005), aunque las personas solteras tengan menos compromisos y menos responsabilidades, estas personas carecen de ese segundo ingreso que las personas casadas poseen; es decir, si el conyugue trabaja, la otra persona puede empezar su emprendimiento sin poner en peligro la



totalidad de su economía como las personas solteras probablemente lo tengan que hacer.

1.4.4 Género

De acuerdo a los últimos siete informes de la GEM (2017) en Ecuador, se manifiestan porcentajes muy similares entre hombres y mujeres que eligieron ser emprendedores. Los más recientes datos reflejan y destacan que el 50,09% de los emprendedores son mujeres y el 49,91% son hombres. Por lo tanto, existen las mismas oportunidades para hombres y mujeres a la hora de formar una empresa.

Varios autores mencionan que la confianza tanto en hombres como mujeres permiten crear una empresa en idénticas condiciones; ambos sexos, poseen los mismos conocimientos, experiencias y habilidades para desarrollar un nuevo negocio (Díaz, Herdández, Sánchez, & Postigo, 2010). No existen contrastes personales que desacrediten las actividades emprendedoras entre géneros, lo que los diferencia son las características socioculturales impuestas a lo largo de los años.

Durante décadas la sociedad mantenía esquemas que limitaban a las mujeres en el ámbito laboral. Antes, era impensable que las mujeres trabajaran y mucho menos que se desempeñaran en cargos de gerentes o jefas de área. Muchas de ellas inconformes ante esta situación comenzaron proyectos emprendedores sin mucho capital en consecuencia de las malas remuneraciones de sus antiguos trabajos. Hoy en día con esfuerzo e iniciativa están a la par con los hombres en la tasa de emprendimiento registrada en el país. El género no influye en el propósito de crear un negocio. Sin embargo, se menciona que los hombres ecuatorianos emprenden por oportunidad y las mujeres ecuatorianas emprenden por necesidad (GEM, 2017).

Por su parte, el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2019) dio a conocer que la tasa de empleo para las mujeres en Ecuador es 2 puntos porcentuales por debajo de la cifra de los hombres; de manera mucho más



significativa en la tasa de empleo adecuado prevalecen los hombres con el 45%, mientras que, las mujeres representan el 30%. Por ende, al no sentirse a gusto en empleos que no cumplen con sus conocimientos o capacidades las mujeres crean y ponen en marcha sus propias empresas. Frente a esta realidad, muchas mujeres ven al autoempleo como la mejor y única opción para generar ingresos convirtiéndolas actualmente en las protagonistas de los proyectos emprendedores generados en el país.

Existen diferencias y similitudes entre los motivos y factores que llevan a una persona a emprender de acuerdo al género. Varios autores sostienen que la presencia de empresarios en la familia es un factor de influencia positiva tanto para las mujeres como para los hombres (Fuentes & Sánchez, 2010). Pero, existen otros motivos muy distintos que impulsan a los hombres y mujeres a iniciar su empresa. Para los hombres el motivo principal es la de poner en marcha sus propias ideas; mientras que, las mujeres ven mucho más llamativo la independencia personal que promete la puesta en marcha de un negocio (López, Romero, & Díaz, 2012).

Otros autores argumentan que, para los hombres el nivel de ingreso, la autoconfianza y las oportunidades son los principales impulsores para desarrollar un emprendimiento (Escamilla & Caldera, 2013). Muy diferente a los aspectos personales tales como el apoyo al desarrollo, la familia y la posición social que se imponen en la decisión de emprender de las mujeres mucho más que por motivos estrictamente de realización profesional (García & Jiménez, 2015).

La industria hotelera se caracteriza por emplear a un mayor número de mujeres que otros sectores, sin embargo, durante años este tipo de empresas tenían una estructura organizacional en función del género. Las mujeres trabajaban netamente en el área operativa de hoteles, específicamente en el departamento de ama de llaves como camareras una función que culturalmente desempeñaban mejor que los hombres. Paulatinamente se ha observado un incremento de mujeres que participan en el desarrollo de proyectos hoteleros beneficiando a las comunidades en la que se establecen.

Por su parte, la OMT (2010) en su informe, en América Latina las mujeres tienen una participación del 60% dentro del sector hotelero, mientras que, como generadoras de empleo en el sector, las mujeres corresponden al 51% de la muestra y manifiesta ser el promedio más alto de todas las regiones analizadas.

Concretamente en los hoteles de tres y cuatro estrellas de la ciudad de Cuenca aún existe una diferencia de doce puntos porcentuales en la que los hombres prevalecen como emprendedores hoteleros con el 56%, mientras que las mujeres están presentes un 44%.

Tabla 16. Género del emprendedor hotelero.

Género	Porcentaje
Masculino	56,1%
Femenino	43,9%

Nota: Elaboración propia.

1.4.5 Procedencia geográfica

Según Araque (2009) el 82% de los emprendedores ecuatorianos inician su proyecto en su ciudad de origen. En efecto, el 83% de los emprendimientos hoteleros ubicados en Cuenca son creados por ciudadanos locales; se puede observar que la tendencia de iniciar un establecimiento en su ciudad natal es mayor a los que han emigrado para establecer un hotel en Cuenca, estos últimos representan únicamente el 17% de la muestra.

Tabla 17. Ciudad de procedencia del emprendedor hotelero.

Ciudad de procedencia	Porcentaje
Cuenca	82,9%
Otras	17,1%

Fuente: Elaboración propia.



Los emprendedores crecieron observando el atractivo turístico que posee su propia ciudad. A diferencia de localidades que tengan deficiencias en la infraestructura. La ciudad de Cuenca es un destino con un gran potencial turístico y con una infraestructura adecuada donde se puede desarrollar establecimientos de alojamiento turístico.

1.4.6 Características personales del emprendedor

Es errado catalogar al emprendedor únicamente como la persona creadora de una empresa (Parra, Rubio, López, 2017). El término engloba mucho más que eso; las características personales influyen sobre la iniciativa empresarial del emprendedor que busca y toma las oportunidades presentes del entorno que lo rodea y genera impactos positivos desde diferentes ámbitos, culturales, sociales, empresariales entre otros.

David McClelland, profesor universitario de Harvard desarrolló un estudio sobre el emprendedor desde el enfoque psicológico, en el que se destacó que estas personas poseen comportamientos que los diferencian de otros individuos con bajo éxito profesional; los resultados mostraron que los emprendedores buscan oportunidades, poseen iniciativa, corren riesgos, exigen eficacia, son persistentes, buscan información, fijan metas y planifican de forma sistemática (Schnarch, 2014). Mientras que, otros se dejan llevar por su miedo a fracasar y exclusivamente se rigen a cumplir las obligaciones y reglas establecidas de las organizaciones donde laboran.

En la actualidad, grandes debates se abordan acerca de que si el emprendedor nace o se hace. Para algunos autores, los individuos desarrollan ciertas características desde su nacimiento, otros trabajan y se forman a lo largo de su vida para conseguir dichas capacidades y habilidades emprendedoras. Mientras que, varios investigadores plantean que se necesita de la mezcla de ambas situaciones. Tal es el caso de Dolabela (2010), el cual menciona que todas las



personas son emprendedoras por naturaleza, sin embargo, la diferencia es que ciertos individuos desarrollan características particulares a lo largo de los años, debido a la estimulación y formación continua, mientras que otros simplemente no lo hacen. Schneider (1987) examinó que las personas desarrollan constancia y perseverancia realizando actividades que le provocan mayor interés y satisfacción y van acorde a su personalidad.

En contraste, Trejo (2015) manifiesta que, todas las personas poseen el espíritu emprendedor de forma innata; los individuos que lo poseen se caracterizan por tener este rasgo dentro de su personalidad, en un nivel más elevado y estable. Así mismo, Tarapuez, Zapata & Agreda (2008) en su artículo “Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor”, concuerdan que, el emprendedor nace, pues este rasgo esta por naturaleza en su ser al provenir de una familia emprendedora, en otras palabras, es hereditario.

Las opiniones sobre el tema son diversas, existen disconformidades pues algunos autores aseguran que no se nace siendo emprendedor, sino más bien se trabaja por serlo. El espíritu emprendedor necesita desarrollarse mediante la educación, desde las aulas de clase, a través de metodologías, actividades y programas que incentiven a crear y conceptualizar una vida empresarial exitosa (Varela, 2011).

Nadie nace sabiendo como emprender, aun así, exista o no rasgos hereditarios, por lo que, es imprescindible el esfuerzo, formación y deseo para alcanzar los objetivos propuestos (Schnarch, 2014). Por otro lado, Guananga, Rodríguez & Albán (2018) manifiestan que, existen diversos rasgos que el emprendedor reúne entre los principales tenemos: a) perseverancia, b) sociabilidad, c) aceptación de riesgos, d) habilidad de planificación y organización, e) creatividad, f) innovación, g) curiosidad, h) percepción, i) optimismo, y j) ética.

De igual forma, Trejo (2015), en su estudio acerca del perfil psicosocial de la persona emprendedora, menciona que los emprendedores son personas con



dinamismo, entusiasmo, estabilidad emocional, energéticos, capaces de afrontar situaciones de ansiedad, depresión y frustración. Aunque, son menos empáticos.

A continuación, se plantean características destacadas que poseen los emprendedores conforme a las aportaciones de varios autores:

1.4.6.1 Perseverancia

El éxito del emprendimiento se debe al empeño diario y determinación que el emprendedor posee para alcanzar algo que aspira. La perseverancia es el grado de persistencia para alcanzar metas u objetivos propuestos, ante problemas u obstáculos que pueden llegar a suscitarse (Romagnoli, 2018).

El emprendedor se diferencia de otras personas por su esfuerzo, constancia y firmeza para cumplir sus propósitos, no se rinde, ni piensa negativo, aun así, haya tenido fracasos pasados. Para Gray & Cyr (1993) el emprendedor es alguien tenaz y firme a la hora de cumplir con sus objetivos, pese a los sacrificios personales, sociales o económicos que se le puedan presentar.

Las personas que deciden crear una empresa tienen la capacidad de no rendirse fácilmente; los problemas y fracasos lo hace aún más fuerte para seguir esforzándose por lo que quieren alcanzar (Maqueda, Olamendi, & Parra, 2003). Así mismo, Araque (2009) considera que, el fracaso es la motivación más grande para aquellos emprendedores perseverantes, pues en lugar de desistir, toman mayor fuerza para seguir adelante y seguir aprendiendo de los errores cometidos. De igual forma, la persistencia y la identificación de oportunidades son características que incentivan al individuo a buscar mejores condiciones de vida a través del autoempleo (Crant, 1996).

El emprendedor es perseverante debido a su proactividad y energía para realizar una actividad de su interés; no le importa las horas de trabajo y esfuerzo que le tome con tal de alcanzar sus objetivos (Trejo, 2015). Guillermo Vilas ex tenista argentino, citado por (Poncio, 2010, p. 29) afirma que, “un talento sin perseverancia



se puede quedar en el camino, mientras que, un perseverante por cabeza dura puede llegar a superarlo”.

Por consiguiente, la perseverancia es una característica clave del emprendedor sin este elemento el logro de sus objetivos sería imposible.

1.4.6.2 Innovación

Hernández, Tirado, & Ariza (2016) manifiestan que, la innovación se refiere al proceso en el que el individuo crea o mejora algo. Por su parte, Maqueda et al. (2003) definen al emprendedor como alguien innovador pues pone en marcha su originalidad para mejorar, crear y solucionar problemas de productos o servicios y a su vez obtener algo novedoso para generar mejores resultados.

Los emprendimientos que han logrado un crecimiento constante son el resultado de un proceso innovador. Si bien es cierto, el entorno es un escenario totalmente cambiante y las necesidades de los consumidores no son las mismas todo el tiempo (Raiteri & Ocaña, 2016). Sin embargo, dichos cambios influyen en la mente de los emprendedores como una detonante para generar nuevas ideas y mejorarlas. Para Trías de Bes (2007), un emprendimiento sin innovación es un fracaso total.

En la actualidad los consumidores, son personas más persuasivas, exigentes e informadas debido al uso eficiente de la tecnología, por lo tanto, siempre están en busca de productos, servicios e ideas diferenciadoras. Por consiguiente, la innovación es un proceso imprescindible para responder ante dichas necesidades. Un claro ejemplo de esto, se visualiza en el sector turístico con el nuevo concepto de alojamiento, creado por la marca Airbnb, fundada en el año 2008 por Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk. Dicha plataforma ha generado gran impacto socioeconómico pues logra el intercambio cultural entre el turista y familias que rentan sus propiedades mientras obtienen ganancias del mismo, esta aplicación se convirtió en una oferta disruptiva con un crecimiento elevado dentro de sector hotelero gracias a la innovación.



En el proceso de emprender el individuo desarrolla su capacidad para innovar puesto que da una mejor utilización de aquellos recursos existentes en el mercado o en una organización ya constituida.

1.4.6.3 Creatividad

Se define como aquel proceso de expansión de la mente para crear algo nuevo (Parra et al., 2017). Investigadores manifiestan que “la creatividad hace referencia a la habilidad y el poder de desarrollar nuevas ideas” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012, p. 164). Por su parte, el autor Jeffrey A. Timmons define a un emprendedor como aquella persona capaz de crear y construir algo desde cero (Herrera & Montoya, 2013). Por lo tanto, al iniciar un negocio, el emprendedor crea productos o servicios que van de la mano con su originalidad y autenticidad; elementos claves del proceso creativo.

La característica de creatividad predomina en las personas emprendedoras debido a su afán de generar impactos en el entorno donde habitan, tomando en cuenta los recursos que dispone y las oportunidades que se le presentan de una manera correcta, novedosa y efectiva; las cuales le permiten alcanzar el éxito en el mercado.

Del mismo modo, Trejo (2015) manifiesta que, la creatividad cumple un rol importante al iniciar una idea de negocio y tiene una fuerte relación con la identificación de oportunidades, pues para que el emprendedor genere ideas es necesario su conocimiento acerca de las necesidades que posee el entorno, de tal manera que dicha fusión sea fundamental para la prosperidad de un proyecto determinado.

De acuerdo con Ramírez, Almanza & Negrete (2014), el emprendedor es movido por su espíritu emprendedor para crear y generar nuevas ideas, su desempeño creativo está en todo momento llevándolo a buscar la excelencia en todo lo que se propone. En efecto, el emprendimiento es el resultado de un proceso creativo, en el que la persona plasma sus sueños, aficiones, gustos, deseos y estilos



propios que reflejan su personalidad. La creatividad es una característica particular de quienes sienten el deseo de crear algo nuevo y diferente (Gray & Cyr, 1993).

1.4.6.4 Responsabilidad

El emprendedor se identifica por ser responsable a la hora de actuar o tomar decisiones. Una persona emprendedora se distingue por asumir la responsabilidad en sus acciones con el fin de lograr sus propósitos; las cuales pueden o no funcionar, sin embargo, acepta las consecuencias, sean estas positivas o negativas (Novales, 2009). De igual manera García (2011) manifiesta que, el emprendedor no culpa a otros por sus errores, los enfrenta asumiendo la responsabilidad y busca mejorar continuamente.

La característica clave que posee el emprendedor es su responsabilidad, pues cumple las tareas y funciones que se le otorgan, en los tiempos establecidos y a su vez se hace cargo de los resultados (Alda, Villardón, & Elxpuru, 2012). Así mismo, Ahumada (2010) concuerda que, la persona emprendedora es sumamente responsable con los servicios que ofrece, pues se preocupa por la calidad, atención e imagen.

En definitiva, el emprendedor es quien lleva el timón de la empresa, pese a tropiezos o pérdidas, siempre da la cara haciendo frente a las falencias provocadas durante la ejecución de las tareas y utilizando dichos resultados para mejorar y aprender en conjunto con actitud y determinación (Freire, 2004).

1.4.6.5 Entusiasmo

Emprender engloba una serie de retos que el individuo como tal debe enfrentar; es así que su fuerza de voluntad y certeza influyen como motor para la ejecución de sus acciones y proyectos. El entusiasmo forma parte de la personalidad del ser humano; refleja su estado de bienestar y felicidad al realizar una actividad determinada.



Si bien es cierto, el buen emprendedor disfruta lo que hace, es optimista, irradia vitalidad y transmite ese entusiasmo a quienes lo rodean (Martín, 2011). Maqueda et al. (2003) aseguran que, el emprendedor contagia su entusiasmo a su equipo de trabajo y los invita a participar de las actividades con carisma e ímpetu, con tal de conseguir los objetivos propuestos.

A menudo, el emprendedor presenta varias dificultades, sin embargo, las enfrenta con positividad. Le apasiona el proceso que con lleva realizar cada acción aún más cuando este viene acompañado de riesgo, pues centra sus esfuerzos en soluciones que demuestran su seguridad y alegría en convertir algo deseado en una realidad. De acuerdo con Jordano (2006), el empresario es movido por una fuerza positiva que lo estimula a trabajar con viveza y animación, sin embargo, esta conducta no siempre está presente, pues puede ser afectada por la ambición y el cansancio.

1.4.6.6 Confianza en sí mismo y capacidad de asumir riesgos

El riesgo que involucra la creación de una empresa es alto, sin embargo, es un elemento que el emprendedor lo toma como un desafío constante. La capacidad de asumir riesgos es el atributo más valioso y diferenciador de los emprendedores, pues sienten que, a mayor riesgo, mayor es el beneficio económico que percibe el emprendedor (Malagón, 2003).

Para que el emprendedor sea capaz de asumir riesgos, necesita de confianza en sí mismo (Nicuesa, 2012). Así mismo, Novales (2009) manifiesta que, las personas creadoras de un negocio poseen un alto grado de autoconfianza pues tienen fe en lo que hacen; misma que, los lleva a tener éxito en todo lo que se proponen. En concordancia con lo anterior Parra et al. (2017) definen al emprendedor como una persona segura de vencer cualquier tipo de obstáculo, pues confía en sus conocimientos y habilidades para poder enfrentarlos.

El emprendedor tiene la capacidad de organizar y controlar las actividades en una empresa, mismas que las asume sin temor a los riesgos que puedan



acarrear, pues toma a los desafíos como una oportunidad para cumplir sus necesidades personales, emocionales y psicológicas. (Gray & Cyr, 1993).

El emprendedor con autoconfianza es alguien que cree constantemente en sus capacidades y facultades. Es así que, gracias a la experiencia previa, el emprendedor reúne habilidades y conocimientos que fortalecen su confianza e influyen al momento de crear una empresa (Trejo,2015). El emprendedor es valiente y seguro, transmite con convicción lo que conoce a los demás y no deja que nada ni nadie derrumbe su idea de negocio (García, 2011). La capacidad de asumir riesgos provoca cierta incertidumbre al individuo, sin embargo, esto no interrumpe su determinación de crear un proyecto o actividad determinada.

1.4.6.7 Iniciativa

Gray & Cyr (1993) manifiestan que, el emprendedor siente el deseo de realizar una actividad cualquiera sin necesidad de que exista una petición de la misma; desarrolla nuevas ideas y opiniones que favorecen el crecimiento de la empresa y a su vez incentiven al resto a participar de esta decisión. definen al emprendedor como alguien capaz de resolver problemas y orillar a su equipo a encontrar soluciones ante alguna necesidad.

La iniciativa se manifiesta en el emprendedor por la búsqueda y el deseo de desarrollar acciones que beneficien a su empresa, a partir de esto, nace ideas creativas e innovadoras que incrementan su curiosidad y atracción por situaciones difíciles, que los motiva a generar impactos. De la misma forma, Montoya (2004) define al emprendedor como “aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones” (p.211).

Por ende, el emprendedor con iniciativa se caracteriza por su desempeño profesional, constante proactividad, solidaridad y automotivación; saben perfectamente cual es el objetivo y cual es la ruta para alcanzarlo, están enfocados ante cualquier barrera de forma anticipada y sin pérdida de tiempo.



1.4.6.8 Visión empresarial

Es la capacidad del individuo para predecir el futuro de la empresa a través de la ejecución de estrategias y objetivos que le permiten alcanzar las metas propuestas. De acuerdo con Schnarch (2014), el emprendedor se define como una persona con visión; que posee metas y desarrolla planes estratégicos para lograr los resultados deseados, en base a las necesidades actuales de su entorno.

La visión y proyección es parte de la actitud emprendedora, como una forma de generar ideas innovadoras, que no han sido vistas por otros (Martínez & Carmona, 2009). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor menciona que este individuo se caracteriza por saber lo que quiere, de manera clara y precisa; plantea estrategias que demuestran su interés por generar impactos positivos en el medio que lo rodea de forma creativa y sistemática (Tarapuez et al., 2008).

1.4.6.9 Sentido de oportunidad

Las personas con espíritu emprendedor ven oportunidades donde otros solo se limitan a ver dificultades (Malagón, 2003). Es por ello que, diversas empresas surgen en medio de periodos de crisis, algo que para la mayoría de gente se consideraría impensable. De acuerdo con esto, Schnarch (2014) señala que, el emprendedor se caracteriza por tener sentido de oportunidad, debido a su capacidad para captar tendencias y dificultades del medio que lo rodea.

Así mismo, Varela (2001), define al emprendedor como un individuo que identifica oportunidades gracias a su habilidad investigativa y de observación. De la misma manera para los autores Parra et al. (2017), el emprendedor se diferencia de los demás por su capacidad para visualizar una oportunidad presente en su entorno y conseguir los recursos necesarios para desarrollarla.

El sentido de oportunidad es un atributo que el emprendedor lo mantiene incluso después de crear su empresa, siempre busca mejorar sus condiciones



empresariales a través de las oportunidades que se le presentan a lo largo del tiempo.

1.4.6.10 Organización y planificación

La realización de una actividad o proyecto con lleva de una preparación previa, en donde cada proceso es estudiado y analizado de forma sistemática y periódica, con esto se logra eliminar la improvisación y obtener resultados eficaces (Barreiros, 2012). Por su parte, Orti (2003) define, al emprendedor como aquella persona que planifica y desarrolla actividades para obtener valor, en base a sus intereses personales y empresariales y así llevar de manera organizada y eficaz un proyecto.

El emprendedor no ejecuta una acción al azar, más bien la desarrolla de una forma muy metódica (Maqueda et al., 2003). Así mismo, tiene la capacidad para organizar y planificar las actividades antes y durante de la creación de la empresa; fijar estrategias, elaborar planes, definir metas, establecer tiempos, entre otras acciones (Schiuma, 2018).

1.4.6.11 Capacidad de aprendizaje

Es aquella capacidad del individuo para informarse, investigar y estudiar sus intereses empresariales y personales de forma continua y permanente, además de, aprender de los fracasos que pueden llegar a existir en el camino.

De acuerdo con Edelma, Manolova & Brush (2008), el aprendizaje que posee el emprendedor proviene de aquellas experiencias obtenidas a lo largo de su vida, más que de aquellas teóricas, por lo que, su capacidad de aprendizaje se refleja en mayor medida de circunstancias prácticas.

De tal manera que, el emprendedor es una persona que aprende cuestionándose como debe hacer, pensar o ser; es curioso con su entorno y evita las rutinas e investiga nuevas tendencias (Ovalles, Moreno, Olivares, & Silva, 2018). De igual forma, Schnarch (2014) manifiesta que, el emprendedor está dispuesto a



escuchar y aprender de los demás, pues es de ahí de donde nacen las oportunidades.

El deseo del emprendedor por aprender se manifiesta en su día a día al querer empaparse de aquellas situaciones difíciles o complicadas que se pueden llegar a presentar, a través de talleres, capacitaciones, congresos entre otros como una forma de mejorar su desempeño empresarial.

1.4.6.12 Realista

Las personas emprendedoras conocen perfectamente la realidad de lo que sucede a su alrededor y utiliza todos los recursos y conocimientos que posee para realizar cambios satisfactorios. Es quien toma en consideración las ventajas y desventajas que conlleva realizar una idea y analizar sus límites (Caldas, Gregorio, & Hidalgo, 2016). Así también, el emprendedor es alguien realista y sabe todo lo que debe arriesgar para crear una empresa (Díaz, 2014).

Además, la persona emprendedora se identifica por ser soñadora, sin embargo está consciente que se necesita de muchos aspectos para que las cosas se vuelvan una realidad, pues si en un principio la idea por más grandiosa que sea, presenta problemas, el emprendedor se toma el tiempo y analiza profundamente para conocer el camino ideal (Escuela Europea de Dirección y Empresa, 2018).

1.4.6.13 Tolerancia al cambio

El emprendedor es alguien que busca adaptarse a lo que su exterior requiere; es un agente de cambio, se ajusta a nuevos escenarios y ejecuta acciones que benefician a su negocio (Monares, Monares, & Bustamante, 2001).

Así mismo, la persona emprendedora es receptiva a los cambios (Gray & Cyr, 1993). De acuerdo con esto, Caldas et al. (2016) definen al emprendedor como alguien con mente abierta ante entornos cambiantes, tales como; la presencia de



nuevas tecnologías, alta competitividad y nuevos productos que lo hacen buscar nuevas formas de pensar y actuar.

El destino de una empresa puede cambiar en cualquier momento, sin embargo, el emprendedor es capaz de ajustarse ante estas circunstancias y buscar formas de mejorar y crecer sin importar lo que pueda llegar a pasar después.

Como se puede apreciar los emprendedores son personas poseedoras de varios atributos que los convierten en el motor principal de cualquier economía. Algunos autores mencionan otras características destacadas a las ya mencionadas, estas son:

Tabla 18. Otras Características de los emprendedores.

El emprendedor es un individuo curioso.	(Poncio,2010).
Persona con estabilidad emocional.	(Alcaráz, 2011).
El emprendedor es alguien con empatía.	(Trejo, 2015).
Persona con habilidad para relacionarse con los demás.	(Trejo, 2015).

Fuente: Elaboración propia.

1.4.6.14 Características personales del emprendedor hotelero

Cada emprendedor es distinto y puede poseer algunas de las características anteriormente mencionadas, algunos individuos más marcadas que otros. Precisamente son varias características particulares que forman parte del emprendedor, que más allá de verse como un simple atributo los hace distinguirse de cualquier otra persona en la sociedad (Alcaráz, 2011). Además, el emprendedor posee una mentalidad marcada en su forma de ser, pensar y actuar; la misma que los motiva a salir de su zona de confort para emplear sus capacidades y experiencias en grandes oportunidades de vida. De igual forma, Herron & Robinson

(1993) manifiestan que, el éxito de un emprendimiento en gran medida depende del mismo emprendedor debido a sus características idiosincrásicas.

Todos los atributos mencionados en las encuestas realizadas a los emprendedores revasan el 50%. Las características que con mayor frecuencia predominan en la personalidad de los hoteleros son: la innovación en un 85%, seguido de un 83% en atributos como la responsabilidad, confianza en sí mismo, capacidad de asumir riesgos, perseverancia y creatividad siendo estas las más relevantes y las que los definen como emprendedores; mientras que, ser realista es el atributo menos considerado por los hoteleros con un 51% de aceptación.

Gráfico 1. Características personales del emprendedor hotelero.





Fuente: Elaboración propia.

El emprendedor hotelero de la ciudad de Cuenca se reconoce como alguien capaz de crear nuevas ideas u oportunidades, propone cambios y mejoras constantes fundamentados en conocimientos que ha adquirido a lo largo de su vida. Por consiguiente, estas características han intervenido positivamente en el crecimiento de sus establecimientos de alojamiento.

1.5 Preparación previa para iniciar la empresa hotelera

1.5.1 Conocimiento previo al iniciar la empresa hotelera

Araque (2009) menciona que, el 7% de emprendedores ecuatorianos al iniciar su negocio no obtuvieron ningún tipo de conocimiento previo; mientras que, el 45% ha ganado aprendizaje en la actividad que desempeña por la experiencia de haber sido empleado de otra empresa afín a la actividad económica escogida y el 29% a través de capacitaciones y el 12% mediante asesorías.

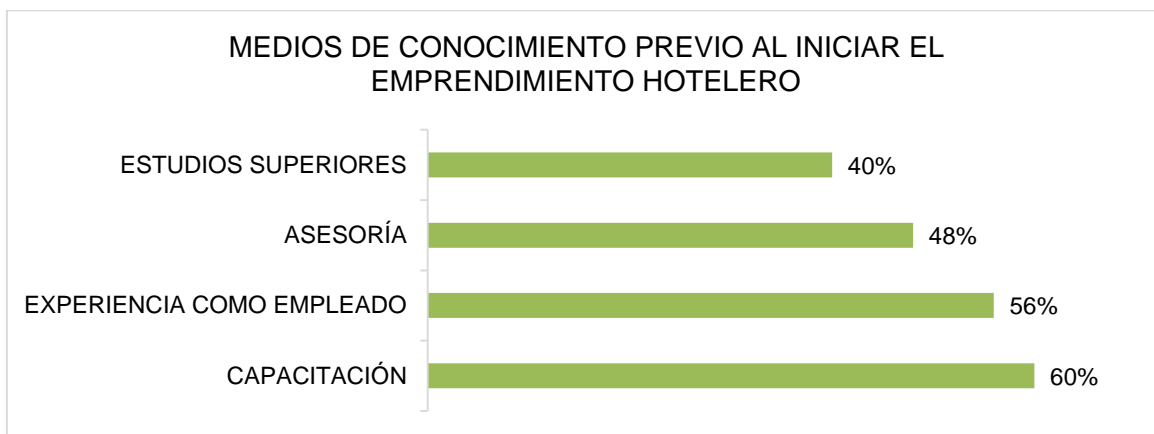
Cabe destacar que, la preparación previa resultante de capacitaciones, talleres, experiencias pasadas, estudios superiores, asesorías de familiares o amigos; hace al emprendedor capaz de identificar las oportunidades presentes en el medio social donde se desenvuelven y obtener mejores resultados empresariales, todo lo contrario, al resto de personas que no detectan dichas necesidades o no son evidentes ante sus ojos (Nueno, 1994).

Así mismo, Trejo (2015) afirma que, mientras mayor conocimiento tenga un individuo al crear un emprendimiento, su nivel de confianza y seguridad aumenta al obtener todas las capacidades y habilidades que se requiere para lograr los resultados deseados. Sin embargo, el tener dicha preparación no asegura que se presenten posibles obstáculos o errores a futuro, pero, le ayuda a estar más preparado y seguro sobre las decisiones que el emprendimiento requiere para su crecimiento exitoso.

En Ecuador en el año 2003 se creó el Centro de Desarrollo de Emprendedores cuya finalidad es generar conocimiento acerca del emprendimiento y la vida empresarial, dirigido aquellos jóvenes estudiantes, comunidades, profesionales y todas aquellas personas que desean implementar una idea de negocio mediante capacitaciones, asesorías y formación empresarial, identificando las oportunidades, conocimientos, capacidades, habilidades y experiencias de cada persona (GEM, 2017).

En lo que respecta al ámbito hotelero, de los emprendedores encuestados, el 61% de ellos afirmaron tener conocimientos previos sobre hotelería al momento de iniciar su empresa; de este mismo grupo, el 60% manifestó que las capacitaciones fueron un importante medio para aprender acerca del sector escogido, seguido por la experiencia de haber trabajado con anterioridad en dicho campo.

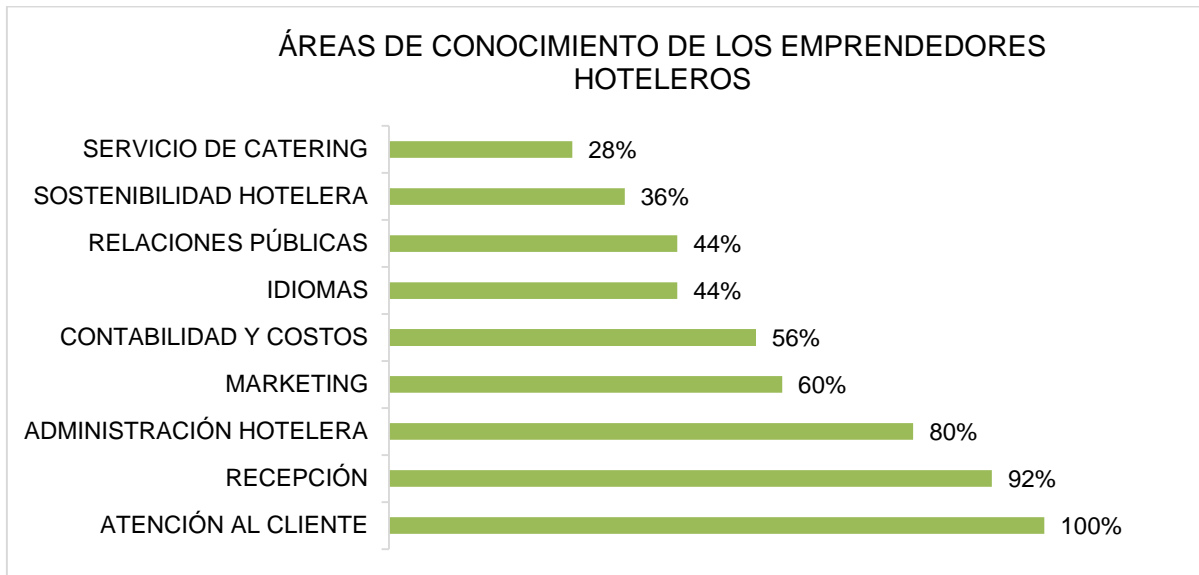
Gráfico 2. Medios de conocimiento previo al iniciar el emprendimiento hotelero.



Fuente: Elaboración propia.

De este grupo de emprendedores hoteleros su totalidad poseen conocimiento en atención al cliente, seguido de un 92% en recepción y un 80% en administración. Cabe recalcar que, menos de la mitad posee conocimiento en idiomas, relaciones públicas sostenibilidad y servicio de catering.

Gráfico 3. Áreas de conocimiento de los emprendedores hoteleros.



Fuente: Elaboración propia.

La hotelería es un campo muy abierto que atrae principalmente a turistas de otros países, por lo que, conocer al menos una lengua extranjera es fundamental para el sector turístico. Sin embargo, el emprendedor hotelero siendo un órgano importante dentro de la empresa no es alguien que puede relacionarse con facilidad con personas extranjeras.

1.6 Planificación de la creación del negocio

1.6.1 Plan de negocio

El emprendimiento reúne una serie de detalles que van más allá del simple hecho de querer crear, innovar o tener una idea de negocio; la planificación, gestión, análisis y el estudio, son elementos que contribuyen en su mejora y crecimiento económico (Alcaráz, 2011).

Si bien es cierto el entorno que rodea al emprendedor es totalmente cambiante y las necesidades son aún más exigentes; el utilizar mecanismos o sistemas de negocio le permite a la empresa crear, entregar y capturar valor



(Osterwalder & Pigneur, 2009). Esto significa obtener la confianza de sus clientes y a su vez generar mayores ingresos (Salas, 2009).

La herramienta más común para el desarrollo de una idea de negocio es el denominado plan de negocios, el cual ayuda a obtener la información necesaria sobre lo que realmente se requiere para sacar a flote un emprendimiento antes de su creación y durante sus actividades económicas. Además de ser un instrumento útil para convencer a terceros a que participen en el proyecto (Schnarch, 2014).

Para Correa, Ramírez & Castaño (2010), elaborar un plan de negocios ayuda a conocer la viabilidad comercial, técnica, jurídica, administrativa y financiera de una empresa, en la cual se establecen objetivos, métodos, estrategias que sirvan de apoyo para el futuro y a su vez permita analizar su crecimiento.

En Ecuador los emprendedores con intención de emprender y los que ya poseen un negocio consideran en un 11% necesario la realización de un plan de negocios, mientras que, el 28% cree que lo más importante para emprender es el ahorrar dinero y un 17% buscar equipamiento; datos que reflejan el poco interés del emprendedor por la sistematización y planificación de su idea de negocio (GEM, 2017).

Araque (2009) manifiesta que, el emprendedor al iniciar con un negocio, no se preocupa por realizar un plan de negocios, pues confía únicamente en la información que tienen en su cabeza y más no de la investigación que requiere el área al cual desea dirigirse. De igual manera, Fisgativa (2009) concuerda con que, el empresario tiende a no gestionar una idea de negocio pues cree que es suficiente con el conocimiento que ha adquirido de sus experiencias pasadas, de tal manera que todo lo demás pasa a un segundo plano.

Por lo anteriormente expuesto, se observa que la falta de tiempo, despreocupación, impaciencia, desconocimiento y pereza, son algunos de los factores que llevan al emprendedor a caer en procesos desorganizados, ante la ausencia de un plan de negocios.



Concretamente en los hoteles de tres y cuatro estrellas de la ciudad de Cuenca, los hoteleros encuestados en un 63% manifestó haber realizado un plan de negocios al iniciar su emprendimiento, pero, esto no quiere decir que continúe elaborándolos periódicamente, es así que, actualmente pueden estar cayendo en procesos improvisados. Por otra parte, el 36% restante no deja de ser una cantidad preocupante, pues alerta que el desinterés y desconocimiento del emprendedor hotelero en elaborar planes de negocio sigue prevaleciendo con el pasar los años.

Tabla 19. Elaboración de un plan de negocios al iniciar el emprendimiento hotelero.

Plan de Negocios	Porcentaje
SI	63,4%
NO	36,6%

Fuente: Elaboración propia

Los empresarios hoteleros que priorizan el desarrollo de un plan de negocios tienen un soporte estratégico que les permite detectar y evitar futuros problemas o fracasos empresariales, al contrario de aquellos emprendedores que no elaboran un plan.

1.6.2 Plan financiero

Un plan financiero se encuentra estrechamente vinculado con el plan de negocios, pues forma parte de su estructura, siendo de gran importancia para todos los otros componentes y aunque cada uno posee diferentes objetivos, se integran mutuamente para generar proyecciones futuras sobre la viabilidad, rentabilidad y crecimiento del emprendimiento antes y durante sus actividades económicas.

De acuerdo con Araque (2009), los emprendedores ecuatorianos al elaborar su plan financiero sienten mayor preocupación en un 75% por los costos y gastos que requerirá su empresa, seguido de un 51% por los ingresos de las ventas, sin embargo, un gran porcentaje menciona no sentirse preocupado por el dinero en efectivo a tener disponible ni tampoco por la inversión. Datos que reflejan una mala

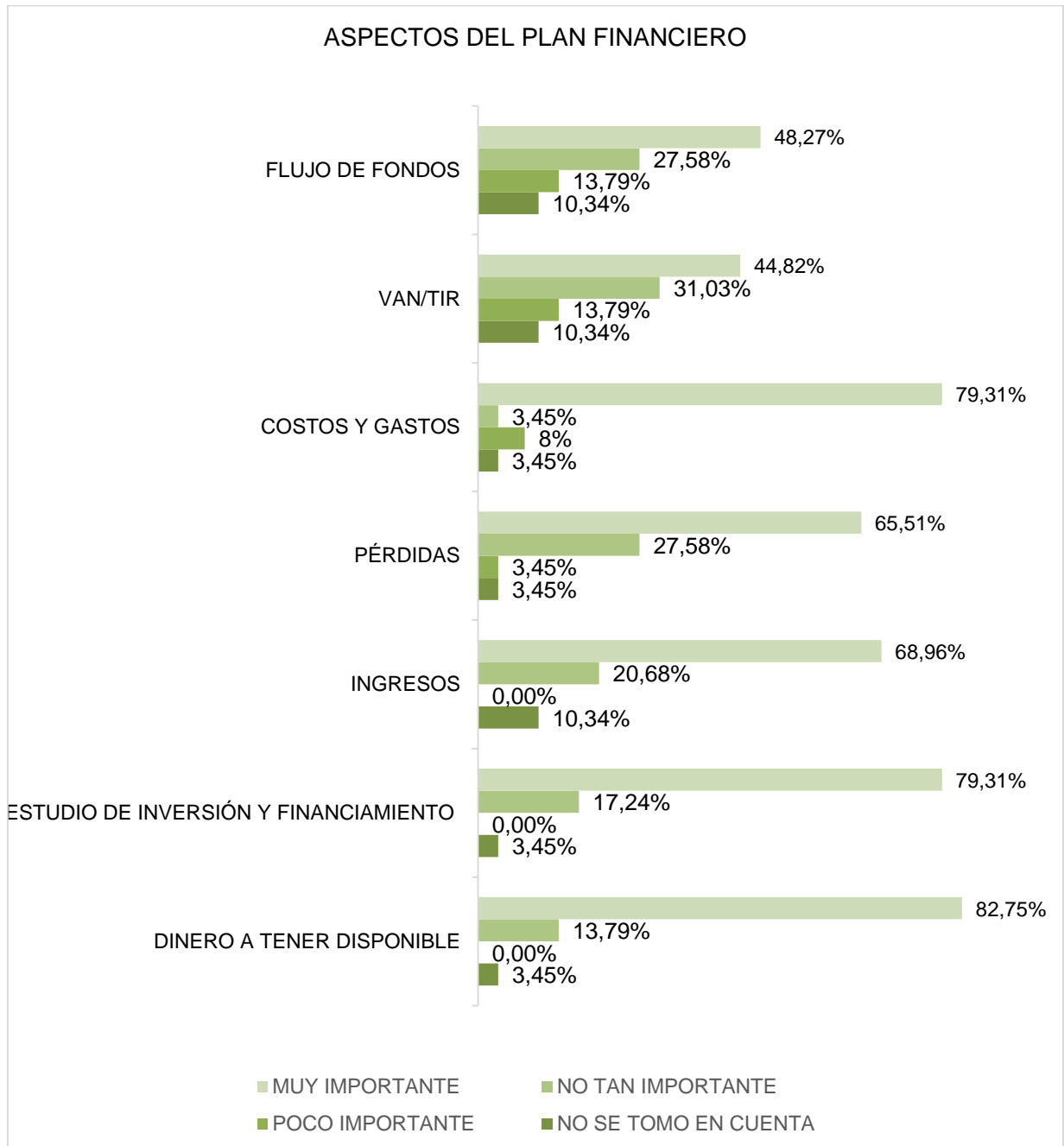


organización e utilización de los recursos económicos, lo que indica que son empresas que probablemente tengan un gran índice de deudas y déficit presupuestario para sacar adelante su emprendimiento, debido a una mala administración y planificación previa y periódica.

El emprendedor hotelero considera que, la gran mayoría de los aspectos desarrollados en su plan financiero son relevantes, seleccionando como muy importante las siguientes variables; dinero a tener disponible, inversión y financiamiento, costos y gastos, sin embargo, se puede notar que la ejecución de del plan financiero no está siendo eficazmente elaborado, pues las variables VAN, TIR y flujo de fondos fueron considerados como poco importantes y en algunos casos ni se realizaron. Esto obedece a que el emprendedor al no tomar en cuenta estos indicadores económicos que ayudan a predecir el futuro de su establecimiento, este no pueda detectar ciertas problemáticas del entorno y por consiguiente los resultados económicos no sean los esperados.

Si bien es cierto realizar la evaluación de un proyecto no asegura en su totalidad el éxito empresarial, pero, si minimiza los riesgos futuros que se puedan llegar a presentar, además ayuda al emprendedor a estar más preparado y reducir la incertidumbre que le provoca dichas complicaciones (Uzcátegui, Pozo, Espinoza, & Beltrán, 2018).

Gráfico 4. Aspectos del plan financiero.



Fuente: Elaboración propia.



2. CAPÍTULO 2

2.1 Entorno general para iniciar un emprendimiento hotelero

El individuo en busca de nuevas oportunidades que le permitan mejorar su calidad de vida; plantea y ejecuta diversas formas de utilizar sus recursos a través del autoempleo. El entorno influye en esta acción y le da al emprendedor la posibilidad de crecer económicamente mediante la oferta de bienes y servicios a una demanda en particular.

La Oficina Internacional del Trabajo define al entorno general como “un concepto amplio que abarca diversos factores, ajenos a la empresa, que repercuten en la formación y crecimiento de la empresa” (2007, p.11). Así mismo Pérez (2016) concuerda que, dichos factores lejanos hacen a la empresa más vulnerable a los diversos cambios del entorno, a los que esta no puede controlar fácilmente, independientemente del sector en el que el individuo se desenvuelva.

Con lo anterior, Parra et al. (2017) consideran que, las organizaciones actuales están pasando por una creciente transformación de una empresa tradicional a una organización moderna, debido a los grandes cambios del entorno a los que se encuentran sometidos, en donde la tecnología, los mercados, las actitudes de los clientes, la cultura y la economía juegan un papel relevante para su proceso empresarial y sus resultados.

Sin embargo, Arano, Cano, & Olivera (2012) mencionan que, el entorno general puede “tener efectos directos e indirectos en la administración global de la empresa; de igual forma, pueden consolidar en ella oportunidades de negocio, pero también pueden provocar efectos contrarios que provoquen consecuencias colaterales a las empresas” (p. 62).

Por su parte, Rojas (2017) manifiesta que, los principales factores del entorno general son:



Tabla 20. Factores del entorno general.

Factores	Descripción
Factor Económico	Estudio de la economía de un país; nivel de desempleo, la disponibilidad de créditos, impuestos, inflación, indicadores económicos y el apoyo gubernamental.
Factor Sociocultural	Valores, costumbres, tradiciones, familia, sistema educativo, variables demográficas.
Factor Tecnológico	Diversas formas de transformación e innovación productiva.
Factor Político-legal	Estabilidad gubernamental y marco normativo de una empresa; impuestos, trámites, regulaciones y leyes.

Fuente: Rojas (2017).

Los factores externos previamente mencionados intervienen en la iniciativa emprendedora al existir una combinación con las oportunidades, habilidades, predisposición y características personales de quien emprende (Gnyawali & Fogel, 1994).

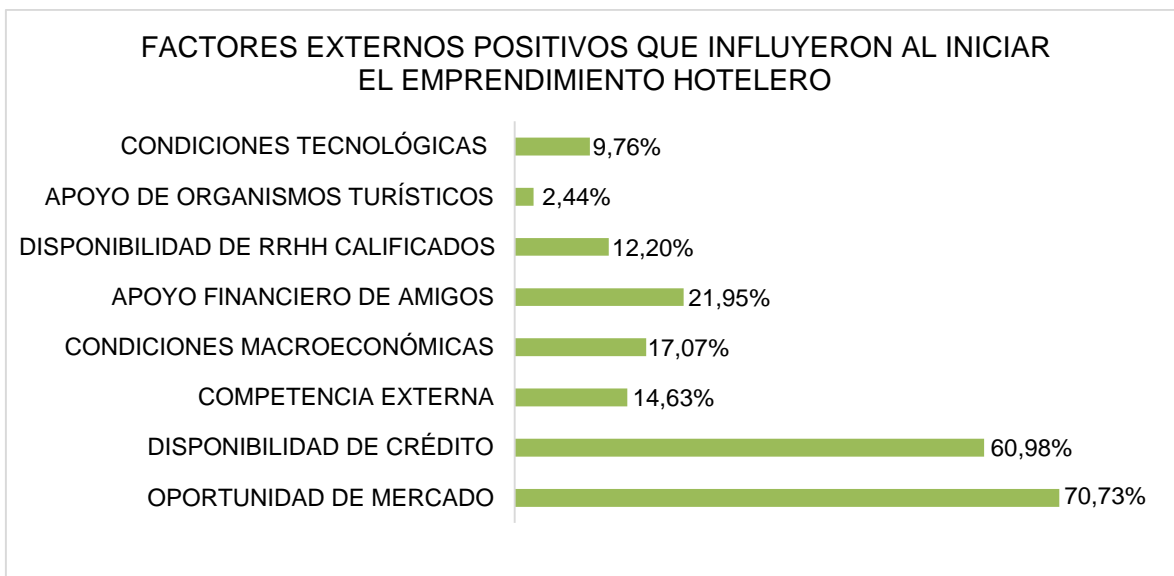
2.1.1 Factores externos positivos al iniciar un emprendimiento hotelero

En Ecuador el factor externo con mayor incidencia positiva a la hora de iniciar un emprendimiento es la oportunidad de mercado en un 42%. Sobre este resultado se indica que, existe una excesiva cantidad de demanda insatisfecha y poca oferta, además de, la ausencia de una competencia externa que sepa satisfacer ciertas necesidades del mercado (Araque, 2009). Esto también se ve reflejado en un 57% de emprendedores ecuatorianos quienes percibieron oportunidades en el mercado y tomaron la decisión de emprender (GEM, 2017).

Sin embargo, no toda idea de negocio es una oportunidad; se convierte en una cuando el emprendedor tiene las posibilidades de satisfacer una necesidad insatisfecha y que esta a su vez le genere un beneficio factible (Acosta, 2017).

En lo que respecta a la investigación, a criterio de los hoteleros encuestados el factor externo positivo que más influyó al momento de iniciar con sus establecimientos hoteleros fue la oportunidad de mercado con un 71%, seguido de un 61% quienes manifestaron que, la disponibilidad de crédito facilitó la creación de sus alojamientos.

Gráfico 5. Factores externos positivos que influyeron al iniciar el emprendimiento hotelero.



Fuente: Elaboración propia.

Llama la atención que los hoteleros obtuvieron la financiación necesaria para emprender, pese a que en el país el apoyo financiero se considera deficiente y limitado, a un más cuando se trata de ciertas personas adultas quienes no pueden disponer de créditos debido a la edad (GEM, 2017).



Si bien es cierto, el acceso a un capital económico facilita la creación y el desenvolvimiento de una actividad empresarial, aunque, también provoca incertidumbre en algunos emprendedores, debido a la presión que ejercen las instituciones bancarias y sujetos externos como familia o amigos, con respecto a créditos, préstamos o tasas de interés a los que se ven ligados (García, Zerón, & Sánchez, 2018).

2.1.2 Factores negativos al iniciar un emprendimiento hotelero

El proceso de creación es un gran reto de por sí, que conlleva numerosos obstáculos en cada una de sus etapas (Barba, 2007). Es por eso, que el individuo al crear su propia empresa está constantemente propenso a enfrentar múltiples dificultades, pero, encuentra la satisfacción y crecimiento personal una vez que logra cumplir lo propuesto (Ramos, Quintero, & García, 2002).

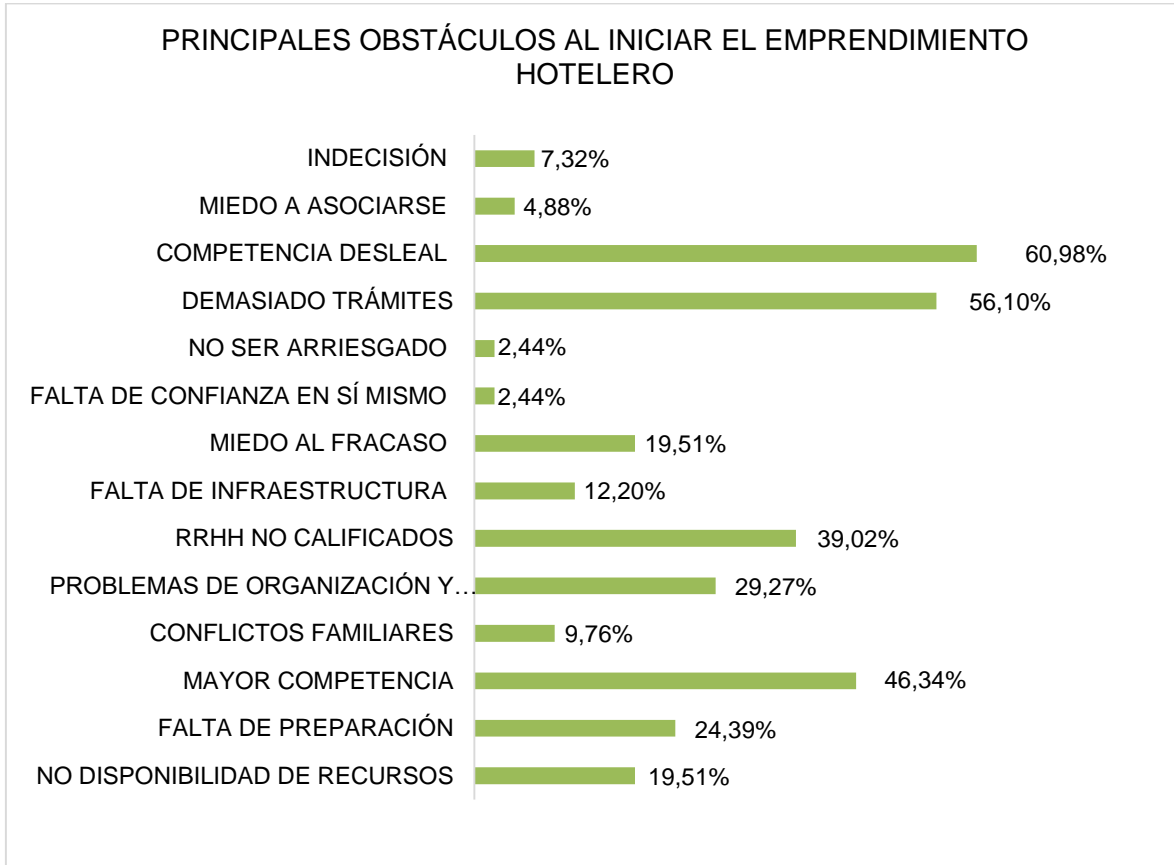
En América Latina se evidencia que la mayor dificultad para la creación de empresas es la falta de financiamiento a causa del racionamiento de crédito y capital por parte de las instituciones financieras, por lo que, la gran mayoría de personas emprende únicamente con ahorros personales (Kantis, Angelelli, & Moori, 2004). Sin embargo, aquellos emprendedores que acceden a fuentes de financiamiento, tienen que pasar por desfavorables condiciones de crédito que más que ayudar empeoran la situación económica del emprendedor (Valencia & Gualdrón, 2016)

En el caso de Ecuador, el entorno legal se constituye como uno de los principales factores negativos en la creación de emprendimientos, debido a la excesiva cantidad de trámites largos y pesados, la inseguridad jurídica, los reiterados cambios en los asuntos tributarios y en general la incertidumbre y desconfianza que provoca los asuntos legislativos (GEM, 2017).

Por su parte, Wilson Araque menciona que, las condiciones macroeconómicas también representan una dificultad al momento de emprender en el país (2009). Sobre esto, Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado, & Amón (2011)

concuerdan que, dicho factor se constituye un gran obstáculo durante la creación y posteriormente en los primeros años de vida de las empresas.

Gráfico 6. Principales Obstáculos al iniciar el emprendimiento hotelero.



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede evidenciar en el gráfico 6, a criterio de los emprendedores encuestados, el principal obstáculo a la hora de iniciar un emprendimiento hotelero es la competencia desleal en un 61%, seguido de un 56% por el entorno legal. Sobre este último factor los encuestados manifestaron que tuvieron que pasar por una excesiva cantidad de trámites para poder legalizar sus establecimientos.

En el sector hotelero la sobre oferta de alojamientos turísticos, provoca una guerra de precios entre los hoteleros y al no existir una ley que regule las tarifas por el servicio, la competencia desleal empeora progresivamente (Boada, 2010).



Por otra parte, en lo que respecta a los factores internos negativos se puede apreciar que el factor que más influyó en los hoteleros fue la escasez de recursos humanos no calificados en un 39%, seguido de un 29% a causa de problemas en la organización y planificación.

2.2 Motivaciones para la creación de emprendimientos hoteleros

La motivación es aquel factor que incentiva y dirige a una persona hacia la consecución de sus metas y objetivos; es el impulso que promueve la ejecución de una acción en una situación determinada. Para Marulanda (2015) la motivación es el principal elemento para la creación de empresas, puesto que es la fuerza que la persona necesita para derrotar cualquier dificultad u obstáculo que se le presente.

De igual forma, Shaver, Gatewood, & Gatner (2001) señalan que, la creación de empresas, es una idea pensada más no espontánea; es un acto intencional que requiere de diversas razones y motivos a beneficio del individuo para ser ejecutada.

Si bien es cierto, los motivos de un individuo para emprender no siempre son los mismos, pues dependen de los factores sociales y económicos al que esté expuesto, además del tipo de emprendimiento que desee crear (Fuentelsaz, González, & Montero, 2015).

Sin embargo, Shaver et al. (2001) señalan que, existen motivaciones de carácter interno y externo, también denominadas intrínsecas o extrínsecas. En este sentido las habilidades, conocimientos, sentimientos y experiencias son aspectos que se encuentran dentro de la persona; mientras que la suerte, la oportunidad, la dificultad de una tarea y la economía son causas externas a la persona.

Por otra parte, Parra et al. (2017) manifiestan que, existen diversas teorías acerca de la motivación empresarial, una de las primeras es la del Psicólogo David McClland, en la cual explica que la motivación de un individuo está relacionada con la búsqueda de satisfacción a través de tres necesidades: La necesidad de logro, poder y afiliación. No obstante, la necesidad de logro es considerada la más



relevante pues se desarrolla desde los primeros años de vida del individuo, ya sea por las enseñanzas de la familia o el entorno social y cultural en el que se ha desenvuelto, siendo estos mismos aspectos lo que influyen para la subsecuente aparición de un emprendedor en la sociedad (Schnarch, 2014).

Marulanda, Montoya, & Vélez (2019) dividen a las motivaciones de la siguiente manera:

Tabla 21. Motivaciones para emprender.

Tipos	Descripción
Motivación de tipo personal	Necesidad de logro, superación e independencia; aspiraciones de cumplir sueños, alcanzar retos y el crecimiento personal.
Motivación relacionada con el conocimiento	Conocimientos y aptitudes previas del individuo.
Motivación relacionada con la oportunidad	Detección de una necesidad insatisfecha.
Motivación relacionada con la disponibilidad de recursos	Disponibilidad de recursos para crear una empresa como; recursos financieros, materia prima, recursos técnicos, administrativos, apoyo financiero.
Motivación relacionada con la experiencia	Vivencias del emprendedor en su vida laboral.
Motivación relacionada con el entorno social	Influencia de familia, amigos, sector educativo y comunidad.

Fuente: Marulanda et al. (2019).

Las condiciones macroeconómicas de una región también muestran las razones por la que un individuo decide emprender; el desempleo es una de ellas, pues al no existir alternativas de trabajo, el individuo se ve forzado a auto emplearse guiado por una necesidad (Rebollar, 2016). Muy por el contrario del emprendimiento por

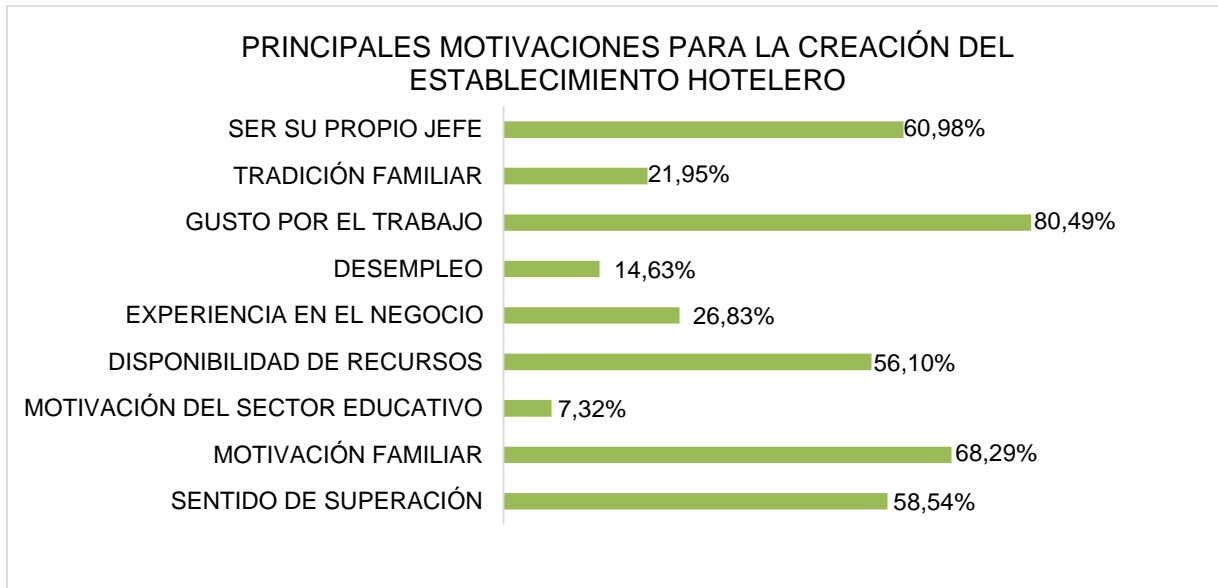


oportunidad, en el que la persona es movida por el atractivo que encuentra en el mercado.

De acuerdo con el GEM (2017), la gran mayoría de emprendedores fueron motivados por la oportunidad en un 57%, mientras que, el 42% por una necesidad. Por su parte, Araque (2009) menciona que, los motivos de los emprendedores ecuatorianos para crear su propia empresa en su gran mayoría, están ligados a factores actitudinales, en donde el 23% manifiestan que su principal motivación fue la necesidad de independencia, seguido de un 21% por el deseo de mejora económica y el 8% por el sentido de pertenencia.

El gráfico 7 señala que, los emprendedores hoteleros manifiestan que existieron dos factores motivacionales de gran relevancia al momento de crear sus establecimientos de alojamiento. En primer lugar, se encuentra una motivación de tipo personal; los encuestados hoteleros en un 80% manifiestan que, el gusto por el trabajo fue la principal motivación para crear sus establecimientos de alojamiento turístico, seguido de un 61%, por el deseo de ser su propio jefe, y con un 2% menos sobre el anterior, el sentido de oportunidad. En segundo lugar, se encuentra una motivación relacionada con el entorno social; el 68% de los encuestados manifiestan haber recibido el estímulo familiar para emprender; en su gran mayoría esta motivación provino de los padres y la pareja. Sin embargo, llama la atención que tan solo un 7% recibió motivación del sector educativo.

Gráfico 7. Principales motivaciones para la creación del establecimiento hotelero.



Fuente: Elaboración propia.

Con lo anteriormente expuesto, se determina que los factores intrínsecos, son los que mayor influencia tienen en los emprendedores hoteleros en el sentido de que está dentro del sujeto a modo de crecimiento personal, logro, independencia y autorrealización (Shaver et al., 2001). Los individuos con este tipo de motivación tienden a crear, a adaptarse a nuevos retos, a buscar nuevas ideas y ser persistentes (Soriano, 2001).

Por otro lado, el apoyo familiar también se considera un factor motivacional indispensable para los emprendedores al momento de iniciar con sus empresas y posteriormente para la sostenibilidad de las mismas (Santamaría, Moreno, Torres, & Parra, 2013).

Finalmente, sobre la motivación del sector educativo, Araque (2009) menciona que, fomentar el emprendimiento a través del sector educativo en Ecuador es una necesidad urgente, la cual debe ser atendida de inmediato. Es importante que se consolide un programa permanente y transversal en el sistema educativo orientado a fomentar la cultura emprendedora (Cordero et al., 2011).

2.3 Antecedentes empresariales

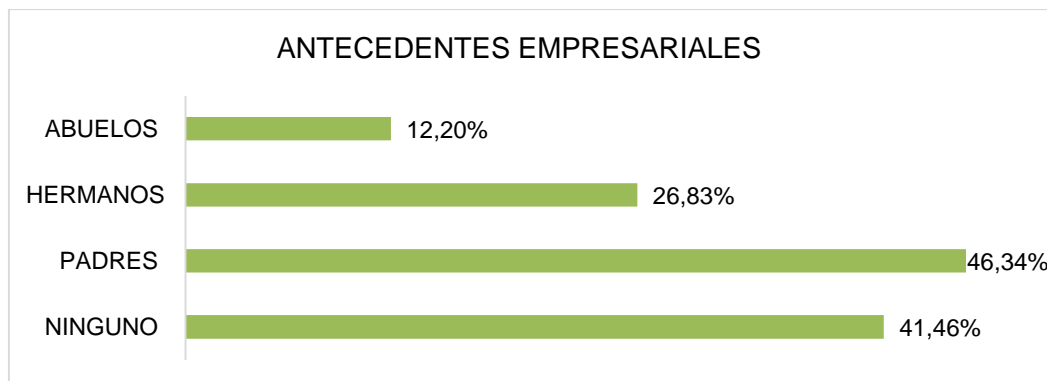
Las empresas familiares comprenden una unidad organizacional muy importante para la economía de un país, ya que son la base de los procesos de desarrollo y regeneración de la estructura económica de una región (López, 2003).

Muchos emprendedores desarrollan fácilmente una cultura empresarial al provenir de familias con antecedentes empresariales, en donde por lo menos un miembro familiar ha sido o es un empresario en la actualidad (Trejo, 2015). Por consiguiente, el entorno familiar empresarial se constituye un gran referente para aquel individuo que decide emprender puesto que de alguna manera contribuye en la búsqueda y detección de nuevas oportunidades empresariales (Zuñiga, 2016).

Los emprendedores ecuatorianos manifiestan que tener experiencias empresariales cercanas, se convierte en una gran oportunidad, debido a que se vuelven un estímulo importante a la hora de crear un negocio y tomar decisiones al respecto (Araque, 2009).

Con respecto a los antecedentes empresariales de los emprendedores hoteleros, se identifica que, el 59% de los encuestados tienen por lo menos a un miembro en la familia que es empresario, mientras que el 41% de ellos manifiestan, no haber tenido un entorno familiar relacionado con actividades empresariales o emprendimientos. De los encuestados que aseguraron tener antecedentes empresariales, se identifica que son los padres en un 46% y los hermanos en un 27% los miembros de la familia que tienen o tuvieron un emprendimiento.

Gráfico 8. Antecedentes empresariales.



Fuente: Elaboración propia.



Con lo anteriormente expuesto, Kantis et al. (2004) manifiestan que, tener a familiares que han emprendido, crea un contexto vivencial enriquecedor, pues se forjan actitudes como la vocación al trabajo duro o la capacidad de resolver problemas.

2.4 Fuentes de financiamiento utilizadas por el emprendedor hotelero

Acceder a fuentes de financiamiento para el desarrollo de las empresas representa una de las principales frustraciones y riesgos que los emprendedores deben asumir para poner en marcha sus proyectos. Según el GEM (2017) en Ecuador los motivos más habituales por lo que varios emprendimientos fracasan en los primeros años son la disminución de ingresos y las dificultades de financiamiento.

La financiación es un factor determinante para la subsistencia de cualquier actividad económica y por lo general están vinculados a los préstamos de inversión (Santero, de la Fuente, & Laguna, 2016). Autores mencionan que una vía de financiamiento beneficiosa es aquella que les permita disminuir el coste del capital y que conlleve, a su vez, un menor riesgo para los empresarios (Isaac, Flores, & Jaramillo, 2010).

En el mundo financiero se conocen dos fuentes de financiación a las que el empresario puede acceder; las propias o internas y las externas; entre las fuentes de financiación interna están los recursos propios del emprendedor, o una vez, la empresa inicie sus operaciones esta se pueda autofinanciar; mientras que, las fuentes de financiación externa se obtienen de terceras personas como familiares, amigos y entidades bancarias (Corchero & Pérez, 2004).

De los emprendedores hoteleros encuestados el 44% inicio con parte de capital propio y parte de financiación externa; el 29% se estableció en el sector netamente con financiación externa y el 27% empezó su actividad económica únicamente con capital propio.

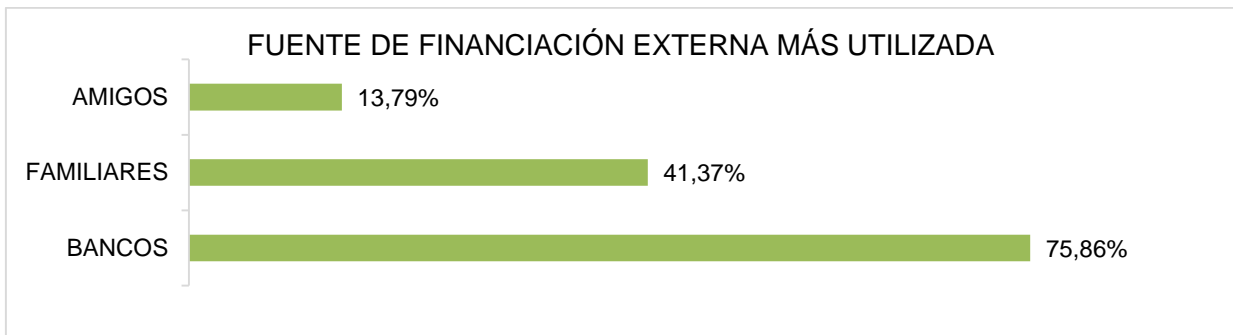
Tabla 22. Fuentes de financiamiento al iniciar el emprendimiento hotelero.

Tipos de fuentes de financiación	Porcentaje
Financiación propia y externa	43,9%
Únicamente financiación externa	29,3%
Únicamente financiación propia	26,8%

Fuente: Elaboración propia.

Cuando el capital propio no es lo suficiente o es inexistente para cubrir todo lo que el hotel demanda, la fuente externa más recurrente es el crédito bancario, representando el 76% de la ayuda que recibió el emprendedor hotelero al iniciar; seguido del apoyo financiero procedente de sus círculos familiares con el 41%.

Gráfico 9. Fuente de financiación externa más utilizada por los emprendedores hoteleros.



Fuente: Elaboración propia.

2.5 Fuentes de ingresos al iniciar el emprendimiento hotelero

Las empresas que demandan inversiones fuertes al inicio requieren de paciencia y tiempo durante los dos primeros años para generar beneficios; razón por la cual, algunos emprendedores cuentan con un soporte económico que les permita cubrir sus gastos personales durante la etapa inicial del negocio (Trías de Bes, 2007).

Al empezar las operaciones hoteleras un 54% de los emprendedores registraban ingresos únicamente de sus establecimientos de alojamiento, mientras que, el 46% poseía otra fuente de ingresos.

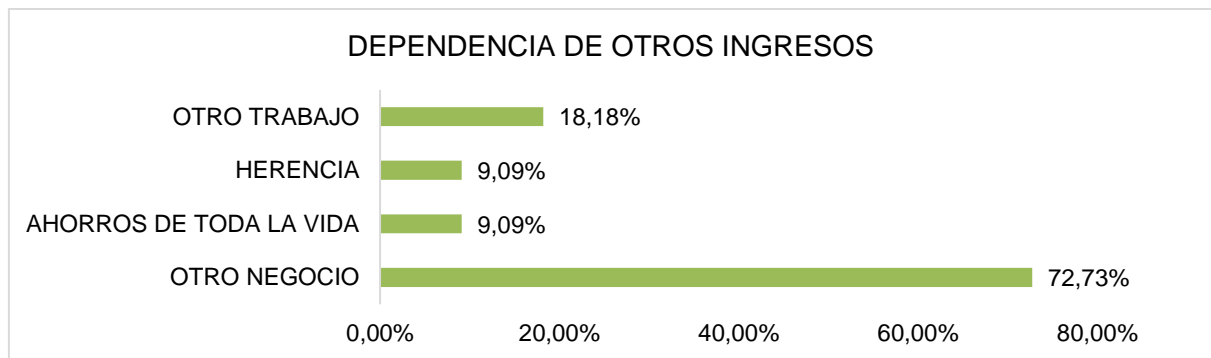
Tabla 23. Dependencia de ingresos del emprendedor al iniciar el establecimiento hotelero.

Actividad hotelera único ingreso	Porcentaje
SI	53,7%
NO	46,3%

Fuente: Elaboración propia

Al iniciar en la actividad hotelera los ingresos que percibía el 46% de los emprendedores eran procedentes de otro negocio considerado por un 73%; seguido por ingresos generados por otro trabajo con el 18%, en menor cantidad se encuentran las herencias y los ahorros de los emprendedores con un 9% respectivamente.

Gráfico 10. Otros ingresos de los que dependía el emprendedor hotelero al iniciar.



Fuente: Elaboración propia.

Actualmente se observa un incremento del 7% de hoteleros que registran ingresos exclusivamente de sus hoteles; mientras que, un 39% posee otra fuente de ingresos.



Tabla 24. Dependencia de ingresos del emprendedor en la actualidad.

Actividad hotelera único ingreso	Porcentaje
SI	60,98%
NO	39,02%

Fuente: Elaboración propia

De estos resultados, la mayoría de emprendedores ha mantenido la procedencia de sus ingresos, sin embargo, existen hoteleros que no continúan con su misma fuente de ingresos que cuando iniciaron tal es el caso de un 17% que al empezar su emprendimiento hotelero no era su único ingreso y ahora lo es; y un 10% que inicialmente dependía exclusivamente del hotel, ahora posee otra entrada de dinero.

Tabla 25. Cambio de dependencia de otros ingresos.

Al iniciar	Actualmente	Porcentaje
Otros ingresos	Hotelería único ingreso	17,01%
Hotelería único ingreso	Otros ingresos	9,8%

Fuente: Elaboración propia.



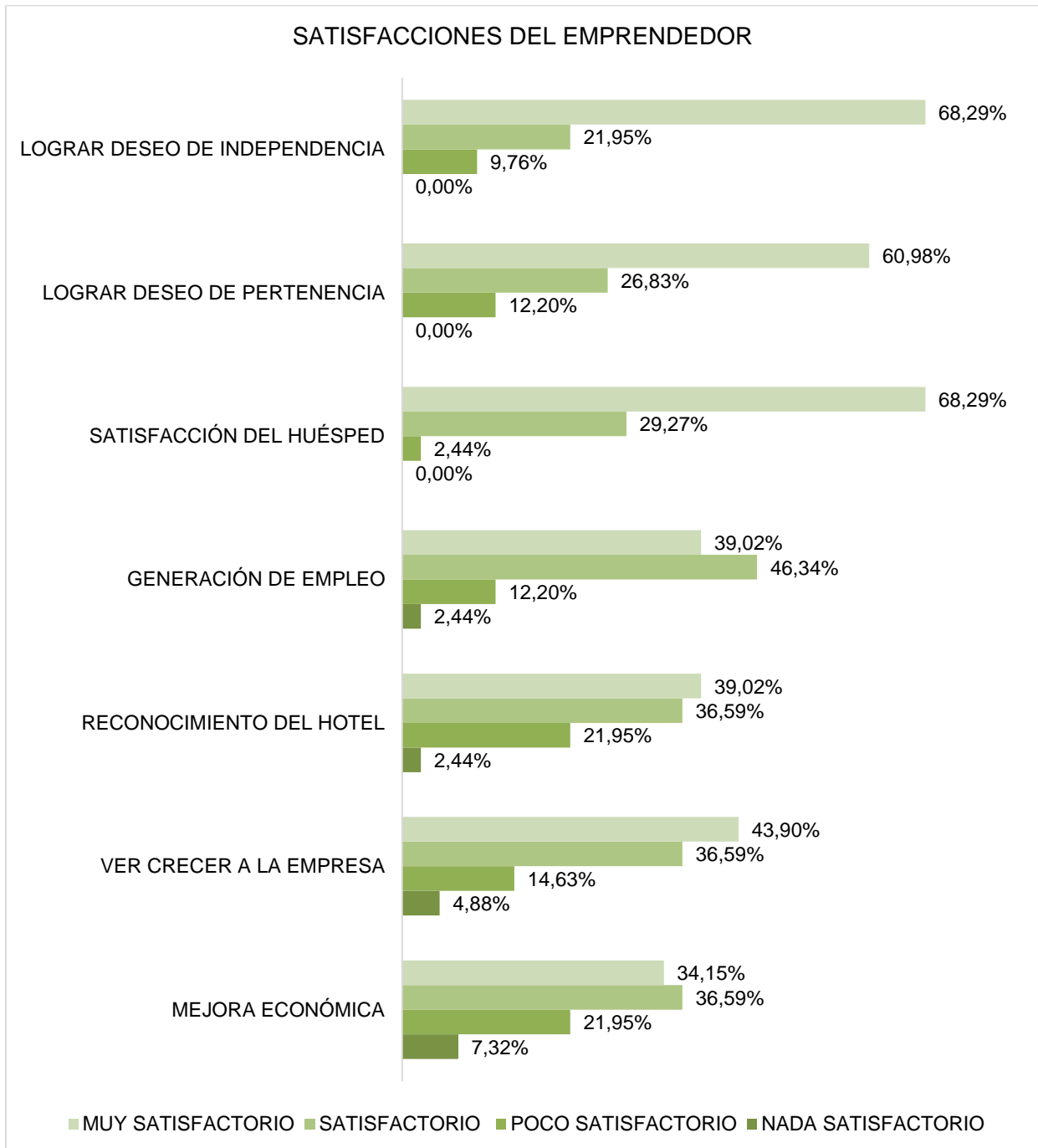
3. CAPÍTULO 3

3.1 Satisfacciones del emprendimiento hotelero

Las personas con espíritu emprendedor aprovechan escenarios desfavorables presentes en su vida y los transforman en vías que conduzcan a situaciones de plenitud y satisfacciones (Palma, Garcés, Valencia, & Wasbrum, 2017). Las acciones emprendedoras conllevan grandes riesgos que manejadas de forma responsable logran satisfacciones para quienes las ejecutan. La satisfacción que los emprendedores sienten por lo que han conseguido es distinta y depende de factores internos y externos por los que han atravesado para alcanzar cierto nivel de satisfacción, sin embargo, existen aspectos muy similares que recalcan los empresarios.

Son diversos los logros que los hoteleros han obtenido gracias a la decisión de emprender, entre los aspectos que dejan mayor satisfacción a los propietarios están el de lograr ser completamente independientes con un porcentaje de mención del 68%, de igual manera, el de alcanzar a través de su gestión hotelera la satisfacción del huésped, seguido del haber alcanzado el deseo de pertenencia con el 61%. Otros aspectos muy satisfactorios, pero en un menor porcentaje se recalcan ver crecer el negocio, el reconocimiento del hotel en el mercado y la mejora económica que trae consigo el emprendimiento. Los emprendedores consideran con un 46% que la generación de empleo es satisfactoria. Cabe mencionar que existe un 29% quienes afirman que la mejora económica que les brinda el hotel es poca o nada satisfactoria.

Gráfico 11. Satisfacciones del emprendedor.



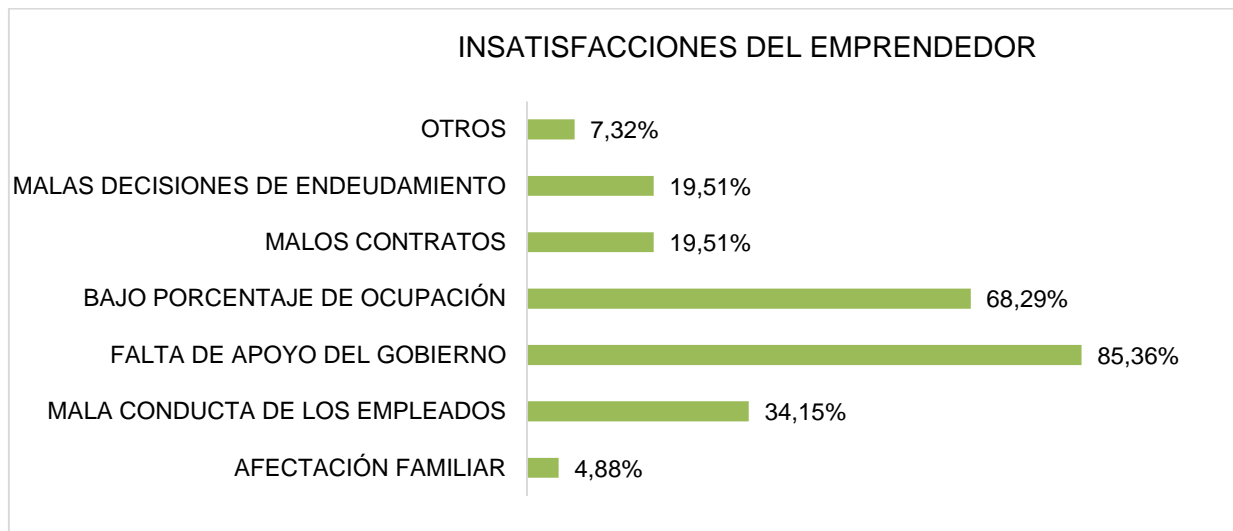
Fuente: Elaboración propia.

3.2 Insatisfacciones del emprendimiento hotelero

Así como el emprendimiento en el sector hotelero brinda grandes beneficios y satisfacciones también los empresarios son conscientes que existen otros aspectos desfavorables al momento de gestionar una empresa hotelera.

Entre las mayores insatisfacciones que ha traído consigo el emprendimiento es la falta de apoyo del gobierno en el sector turístico con un porcentaje de mención del 85% seguido de un 68% de insatisfacción por el bajo porcentaje de ocupación hotelera en los últimos años; en un menor porcentaje se encuentra el mal comportamiento de los empleados con un 34%; las malas decisiones de endeudamiento y los malos contratos con una mención del 20% respectivamente.

Gráfico 12. Insatisfacciones del emprendedor hotelero.



Fuente: Elaboración propia.

En efecto, se puede evidenciar un bajo porcentaje de ocupación hotelera a nivel nacional. En el año 2019, la ocupación promedio de los hoteles de tres estrellas establecidos en Cuenca fue del 28% con una tarifa promedio de 38 dólares, mientras que, los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad registraron una ocupación promedio del 39% con una tarifa de 55 dólares (MINTUR, 2020). Una situación



preocupante para los empresarios, sobre todo si no existe un apoyo real del gobierno hacia sector del alojamiento turístico.

3.3 Factores claves para el éxito del emprendimiento hotelero

Las condiciones con las que inicia cada persona su negocio es diferente, pero sin duda el ser dueño de una empresa exige trabajar de manera inquebrantable para tener mayor probabilidad de éxito; sus habilidades y capacidad para gestionar la empresa en sus primeros años, son de suma importancia para formar bases sólidas que lo encamine al éxito empresarial (UATAE, 2015).

En lo que respecta a la investigación, a través de una pregunta abierta se pudo obtener los factores claves que los empresarios consideran importantes para el éxito de sus emprendimientos hoteleros. Los factores que priorizan los encuestados son: los valores personales, gestión empresarial y recursos económicos.

Los valores personales cumplen un rol clave en la intención de emprender, así como en el desarrollo de la actividad empresarial. Según Cota (2002) los valores se observan en acciones y comportamientos frente a diversas circunstancias que implican un compromiso del individuo consigo mismo y ante la sociedad. Para los hoteleros encuestados los valores que permitieron establecer y mantener su empresa en el sector son: a) perseverancia, b) confianza, c) amor y d) pasión por la hotelería

En las características personales los hoteleros mencionaron a la perseverancia y a la confianza como atributos que los definen como emprendedores y los recalcan como factores claves para el éxito del emprendimiento, de igual manera destacan el amor y la pasión por el trabajo que desempeñan como empresarios hoteleros.

De una u otra forma, estos cuatro valores están relacionados entre sí como piezas claves que impulsan a los hoteleros no solamente a tomar la decisión de



emprender sino también en ser persistentes con sus objetivos empresariales y personales para alcanzar resultados exitosos.

Así mismo, gran parte del éxito de los emprendedores hoteleros analizados en esta investigación se debe a los aspectos manejados en su gestión empresarial de los cuales enfatizan: a) brindar servicios de calidad, b) contar con un buen equipo de trabajo, c) estar en constante capacitación y conocimiento del sector, d) contar con una estrategia de ventas, y e) dirigir sus operaciones con innovación y planificación.

En el sector hotelero la calidad en el servicio al huésped es imprescindible, los empresarios lo manejan de forma estratégica para lograr una diferenciación; al depender de la calidad de sus servicios para su crecimiento, en la hotelería este aspecto es manejado con mucho más rigor y esfuerzo que cualquier otra empresa.

Otro factor clave para los hoteleros es el de contar con un buen equipo de trabajo, debido a la naturaleza de la actividad hotelera contar con un excelente capital humano favorece al éxito empresarial y a la experiencia global del huésped. En relación con lo anterior, se encuentra el factor de mantenerse en constante capacitación y conocimiento del sector; los cambios frecuentes con el perfil del turista, la nueva tecnología, nuevos procedimientos operativos entre otros incitan a todas las personas involucradas en el ámbito del alojamiento turístico a un aprendizaje continuo y actualizado.

Contar con una buena estrategia de ventas es otro de los factores principales que el hotelero considera como clave para el éxito de su negocio, muchas de las empresas hoteleras fijan sus precios de acuerdo con la ocupación que poseen, basadas en cierta parte por la competencia y por lo que la demanda está dispuesta a pagar. Por esta razón, varios autores mencionan que las empresas que fijan una estrategia de ventas son mucho más competitivas dentro del mercado (Rodríguez, Grzabel, & Noguez, 2012).



La innovación y planificación es una pieza fundamental para el crecimiento empresarial de los hoteles, las funciones operativas se llevan a cabo como un sistema en cadena, razón por la cual, su planificación es importante para el desarrollo eficaz de todas las áreas del hotel. Para que estos distintos factores se lleven a cabo, los hoteleros apuestan por la innovación en las áreas que ellos consideran necesarias como la comunicación, el servicio, el diseño, técnicas operativas y en procedimientos administrativos.

Finalmente, los recursos económicos que el hotelero invierte para establecer y mantener su hotel también conforman un factor clave para el éxito de su emprendimiento. Sobre esto, los encuestados mencionan aspectos relacionados con: a) la disponibilidad financiera y b) el control de ingresos. Sin ellos el empresario estaría más cerca del fracaso. En concordancia con aquello, Graña (2002) señala que, son elementos primordiales para cubrir todos los costos y sin una adecuada gestión de los recursos económicos no sería posible el correcto funcionamiento de las actividades empresariales.

3.4 Resultado General

3.4.1 Relación entre edad y género del emprendedor hotelero

Con base a los resultados se observa que la mayoría de mujeres decidieron emprender en el sector hotelero siendo jóvenes, un 24% de las emprendedoras se ubican en el rango de 25 a 34 años de edad, sin embargo, los hombres representan más de la mitad de la muestra y con porcentajes significativos en rangos mayores a los 35 años de edad.



Tabla 26. Edad de los hoteleros cuando iniciaron su emprendimiento en relación con el género.

		Género del emprendedor		Total
		Masculino	Femenino	
Rango de edad	18 a 24	4,9%	7,3%	12,2%
	25 a 34	12,2%	24,4%	36,6%
	35 a 44	17,1%	4,9%	22,0%
	45 a 54	17,1%	7,3%	24,4%
	55 a 64	4,9%	0,0%	4,9%
	Total	56,1%	43,9%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

3.4.2 Relación entre el género y la ocupación del emprendedor antes de iniciar la empresa hotelera

En relación con las actividades que desempeñaban los emprendedores antes de iniciar en el ámbito hotelero se centraba en el empleo y el autoempleo, el 32% de los hombres antes de ser hoteleros fueron empleados y el 22% auto empleados, con respecto a las mujeres la tendencia cambia el 22% de ellas fueron empleadas y un 10% se ocupaban de sus propios negocios.

Tabla 27. Ocupación antes de iniciar su emprendimiento hotelero en relación con el género.

		Ocupación del hotelero antes de iniciar el emprendimiento					
		Empleado	Auto empleado	Dedicado al hogar	Estudiante	Desempleado	Total
Género	Masculino	31,7%	22,0%	0,0%	0,0%	2,4%	56,1%
	Femenino	22,0%	9,8%	2,4%	7,3%	2,4%	43,9%
	Total	53,7%	31,7%	2,4%	7,3%	4,9%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

3.4.3 Relación entre el género del hotelero y la dependencia de ingresos al iniciar el emprendimiento

Cuando los hoteles iniciaron su actividad económica el 54% de los emprendedores dependían del hotel como su única fuente de ingreso especialmente para el 37% de los hombres; mientras que, para un 27% de las mujeres la hotelería no era su única fuente de ingresos.

Tabla 28. Dependencia de ingresos al iniciar el emprendimiento hotelero en relación con el género del emprendedor.

		Hotel único ingreso		
		Si	No	Total
Género	Masculino	36,6%	19,5%	56,1%
	Femenino	17,1%	26,8%	43,9%
	Total	53,7%	46,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



3.4.4 Relación entre la edad del emprendedor y el nivel de educación

En correlación con la edad los hoteleros poseen educación de nivel superior y se concentran en el rango de emprendedores de 25 a 34 años de edad presentes en un 32% de la muestra, seguido de los emprendedores de 45 a 54 años con el 17%.

Tabla 29. Nivel de estudios del emprendedor hotelero en relación con la edad.

		Nivel de educación del emprendedor				
		Primaria	Secundaria	Universidad	Posgrado	Total
Rango de edad	18 a 24	0,0%	0,0%	9,8%	2,4%	12,2%
	25 a 34	0,0%	4,9%	31,7%	0,0%	36,6%
	35 a 44	2,4%	7,3%	7,3%	4,9%	22,0%
	45 a 54	2,4%	4,9%	14,6%	2,4%	24,4%
	55 a 64	0,0%	0,0%	4,9%	0,0%	4,9%
	Total	4,9%	17,1%	68,3%	9,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

3.4.5 Perfil emprendedor hotelero de la ciudad de Cuenca

Con todos los resultados expuestos en esta investigación se pudo obtener el perfil emprendedor hotelero en la ciudad de Cuenca; ciudadanos locales hombres y mujeres en su mayoría casados que iniciaron su empresa hotelera entre los 25 a 44 años de edad, con un nivel de estudios universitarios. A más de esto, obtuvieron conocimientos previos mediante capacitaciones en distintas áreas del alojamiento turístico y planificaron su proceso empresarial mediante la ejecución de un plan de



negocios. Las empresas hoteleras se constituyeron únicamente con un solo propietario y se han mantenido con un máximo de 9 empleados.

Por otro lado, las principales motivaciones que los impulsaron a emprender son el gusto por el trabajo y apoyo familiar, también, existieron obstáculos durante el proceso emprendedor y empresarial, tales como, la competencia desleal y demasiados tramites al momento de iniciar con la actividad, de igual manera, existieron factores externos positivos que contribuyeron a la creación del establecimiento hotelero, de los cuales se destaca la disponibilidad de crédito y la oportunidad en el mercado.

Todo esto promovido por las características personales que lo define como emprendedor hotelero como; la confianza en sí mismo, responsabilidad, creatividad, innovación y perseverancia esta última también considerada como factor clave del éxito de su empresa hotelera.

Para los hoteleros, pertenecer al sector del alojamiento turístico trajo consigo satisfacciones como el sentido de pertenencia e independencia, además de, brindar satisfacción al huésped. Sin embargo, también existen insatisfacciones como el bajo porcentaje de ocupación y sentir la falta de apoyo por parte del gobierno.

3.4.5 Discusión

Después de haber analizado los resultados obtenidos en esta investigación, procedemos a centrar la discusión en aquellos aspectos de mayor relevancia, para contrastar nuestros resultados con las aportaciones de los principales autores mencionados en este proyecto. Cabe señalar que, cada emprendimiento es diferente y se desenvuelve bajo distintas necesidades y características, por ende, un emprendedor de un sector no siempre es igual a otro de diferente área, pero si bien es cierto, todos están encaminados bajo un mismo objetivo de superación.

El emprendedor hotelero, en un 83% es nativo de la ciudad de Cuenca. Este resultado es muy similar al estudio realizado por Araque (2009) en Ecuador sobre



el perfil emprendedor ecuatoriano, en donde se manifiesta que, el 82% de los encuestados es oriundo de la misma ciudad de donde se asienta; Así mismo se refleja que, existe una correlación en cuanto al estado civil, pues en ambos estudios se observa que el 68% de los encuestados son casados.

Sin embargo, en relación con el género, en el estudio de Araque (2009) se observa que, los hombres representan un mayor porcentaje a comparación de las mujeres, siendo este del 83% frente a un 17%; mientras que, en esta investigación ambos géneros presentan un imponente porcentaje, existiendo una mínima diferencia del 12% entre ambos sexos.

Continuando con el mismo autor se evidencia que, en Ecuador la gran mayoría de empresas iniciaron sus actividades económicas sin ningún socio, este resultado se observa de la misma manera en los establecimientos de alojamiento de la ciudad en un 49%. No obstante, la diferencia radica en que hay un cierto porcentaje de empresas ecuatorianas con personalidad jurídica que los establecimientos de alojamiento mencionados poseen en menor medida.

En lo que respecta al nivel educativo en esta investigación se observa que, el emprendedor hotelero posee un nivel educativo universitario, este mismo resultado se identifica en el empresario ecuatoriano, sin embargo, en términos generales de acuerdo con el GEM (2017), el Ecuador presentan tan solo un 15% de emprendedores con estudios universitarios.

De acuerdo con un estudio realizado por Cordero et al. (2011) sobre los factores que influyen en el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas en la ciudad de Cuenca, se determina que la oportunidad de negocio es el principal factor positivo a la hora de emprender, este resultado coincide con la influencia positiva de mayor grado que perciben los emprendedores hoteleros. El GEM (2017) difiere con lo anterior expuesto, mencionando que la influencia por necesidad es mayor, alcanzando el 56%.



Así mismo, Cordero et al. (2011) manifiesta que, el entorno legal representa un obstáculo para emprender en la ciudad, y los emprendedores hoteleros en un 56% reconocen que este aspecto representó una dificultad en la creación de sus empresas hoteleras.

Por otro lado, Araque recalca (2009) que, la competencia desleal no se considera como el principal obstáculo en la vida empresarial. Sin embargo, para el empresario hotelero este factor representa el mayor obstáculo con el que tiene que lidiar constantemente.



Conclusiones

Con esta investigación se pudo distinguir las características sociodemográficas presentes en los empresarios hoteleros de la ciudad de Cuenca, además de, considerar los factores externos concurrentes en su entorno, los cuales los encaminaron a emprender en este sector, junto con las motivaciones y los obstáculos que atravesaron durante el proceso emprendedor y que aún persisten en su vida empresarial.

Para realizar el proyecto de investigación se estableció una segmentación de los hoteles de la ciudad en base a la información otorgada en el catastro turístico, a más de una base bibliográfica que sirvió de soporte para la posterior caracterización del perfil emprendedor.

Con los datos obtenidos, se realizan las siguientes conclusiones:

1. Se comprobó que los propietarios de los establecimientos de alojamiento turístico deciden emprender guiados por una motivación de tipo personal, que involucra, el sentido de superación, ser su propio jefe y gusto por el trabajo, a más de una motivación familiar; siendo estos mismos aspectos los que le han dejado una grata satisfacción sobre su decisión de emprender.
2. Se identificó que el emprendedor hotelero de la ciudad de Cuenca, es alguien que no posee conocimientos en idiomas, por lo que, se le dificulta relacionarse con personas extranjeras.
3. Se evidenció que el emprendedor hotelero cree necesario realizar un plan financiero para detectar posibles complicaciones futuras en cuanto a la rentabilidad y viabilidad de la empresa hotelera.
4. Se identificó que el sector hotelero se encuentra afectado por la competencia desleal siendo este el principal obstáculo al momento de emprender.
5. Se considera que la mejora económica que perciben los empresarios hoteleros presentan niveles bajos de satisfacciones, debido al bajo porcentaje de ocupación en el sector en estos últimos años.



6. La actividad emprendedora se ha visto influenciada por diversos factores que obstaculizan el proceso emprendedor; en la ciudad el entorno legal se constituyó como un factor negativo al momento de la creación de empresas hoteleras, debido a la excesiva cantidad de trámites que, a más de ser lentos, son tediosos para los emprendedores.
7. La creación de empresas hoteleras implica una fuerte inversión desde el inicio, por lo que se comprobó que los empresarios hoteleros emprendieron por oportunidad al disponer de un crédito bancario, además de un capital propio.
8. En relación a la muestra, los hoteles de tres y cuatro estrellas de la ciudad de Cuenca, han mantenido sus actividades económicas en el sector por más de 5 años. Sobre esto, los hoteleros mencionan que la perseverancia es el factor clave más relevante dentro de sus valores personales para el éxito empresarial, seguido de aspectos de gestión administrativa como la calidad en los servicios y una buena estrategia de ventas, sin descuidar la importancia de los recursos económicos.

Con este estudio se concluye que el emprendedor hotelero no solamente hace referencia a un creador de negocios, sino también a una persona con múltiples atributos específicos y motivaciones personales; quien ha tenido que enfrentar con perseverancia, factores positivos y negativos para lograr sus metas y seguir avanzando con iniciativa aún más cuando existen situaciones actuales desfavorables dentro del sector.



Recomendaciones

Debido a las dificultades de los procesos legales para la constitución de las empresas hoteleras en la ciudad de Cuenca, se recomienda eliminar o modificar aquellos trámites que retrasan y dificultan su creación.

En Cuenca los emprendimientos hoteleros han venido arrastrando una baja ocupación hotelera desde hace ya algunos años atrás, la principal razón de esto, es la poca recepción de turistas en la ciudad, además de la existencia de una sobre oferta de alojamientos formales e informales. Sobre esto, se recomienda intensificar el apoyo del gobierno para que tome acciones que favorezcan económicamente al sector en cuanto a promociones turísticas y regulaciones.

Con respecto a la motivación del sector educativo, es importante recalcar su presencia en la formación del individuo. Lamentablemente, esta motivación se vió escasa en esta investigación, por ende, es necesario fortalecer la cultura emprendedora en todos los estudiantes de preferencia desde edades tempranas, mediante actividades prácticas, charlas, concursos, talleres, etc.

El sector hotelero de Cuenca necesita adaptarse a nuevos mercados, más tecnológicos, exigentes y actualizados. Sobre esto, se recomienda al emprendedor hotelero utilizar nuevas tecnologías en el servicio de alojamiento que ayude a incrementar su competitividad en el sector.

Para contribuir al crecimiento económico empresarial de los emprendedores hoteleros, se recomienda entablar alianzas estratégicas con nuevos inversionistas que sirvan de apoyo financiero y profesional para que se trabaje en la implementación de nuevos procesos administrativos a beneficio de la empresa.

Finalmente, es importante crear programas y capacitaciones que eduquen a las personas que tienen interés de empezar con una actividad económica sobre la planificación previa y viabilidad a través de la ejecución de planes de negocio.



Bibliografía

- Acosta, S. (2017). *Identificación de oportunidades de negocio*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/2017/Silvia_acosta_identificacion_oportunidades.pdf
- Arano, R., Cano, M., & Olivera, D. (2012). La importancia del entorno general en las empresas. *Revista Ciencia Administrativa*(2), 62-65. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/04/06CA201202.pdf>
- Araque, W. (2009). *El perfil emprendedor ecuatoriano*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Ahumada, V. (2010). *33 estrategias de realización personal : Mejora tu vida, tu mundo*. México: V&R. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=0kDeAgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Alcaráz, R. (2011). El emprendedor de éxito. *McGrawHill*, 30. Obtenido de https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTO_GUIA_1_El_em_p_r_e_n_d_e_d_o_r_de_E_x_i_t_o.pdf
- Alda, R., Villardón, L., & Elexpuru, I. (2012). Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 10(3), 1057 -1080. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293124654006&idp=1&cid=216441>
- Barba, V. (2007). La necesidad de logro y la experiencia del emprendedor: elementos clave en el crecimiento de la nueva empresa. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 5, 121-138. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/235624994_La_necesidad_de_logro_y_la_experiencia_del_emprendedor_elementos_clave_en_el_crecimiento_de_la_empresa
- Barreiros, A. (2012). Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa Kawa Motors (Tesis de pregrado). Univesidad Central del Ecuador, Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/176/3/T-UCE-0003-2.pdf>
- Beltrán, J. (2009). *Cómo Evaluar el Entorno para la Creación y Desarrollo de tu Empresa*. Colombia: Bogota Emprende. Obtenido de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1179/3515_2007_1cartilla_entorno.pdf?sequence=1
- Boada, F. (2010). Sobre oferta hotelera baja tarifas. *La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1035749/se-afirma-que-se-ha-iniciado-una-competencia-desleal-entre-los-hoteleros>



- Caldas, M. E., Gregorio, A., & Hidalgo, M. L. (2016). *Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial* (Cuarta ed.). España: ESO Editex.
- Cálix, C., Martínez, L., Vigier, H., & Nuñez, J. (2016). El Rol del Empowerment en el Éxito Empresarial. *Investigación Administrativa*, 45(117). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782016000100002
- Camino M. S., & Guale C. A. (2017). *Estudios Sectoriales: Alojamiento y Servicios de Comida*. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador, Guayaquil. Obtenido de <http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/a0a93fff-5441-45aa-807a-8ff010875c4d/estudio+de+alojamiento+y+servicios+de+comida.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=a0a93fff-5441-45aa-807a-8ff010875c4d>
- Cantillon, R. (1755). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. Paris. Obtenido de <https://www.elcato.org/sites/default/files/naturaleza-del-comercio-electronico.pdf>
- Casson, M. (2005). The individual–opportunity nexus: a review of Scott Shane: a general theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(5), 423-430. doi: 10.1007/s11187-004-5613-x
- Código Orgánico de la Producción. (2011). *Reglamento de Inversiones de Código Orgánico de la Producción*. Quito. Obtenido de <http://www.acorbanec.com/descarga/REGLAMNETO%20AL%20CODIGO%20DE%20LA%20PRODUCCION%20COMPLETO.pdf>
- Contín, I., Larraza, M., & Mas, I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: Evidencia a partir de los datos REM Navarra. *Revista de empresa*, 20(10), 11. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Ignacio_Pilart/publication/271847799_Caracteristicas_distintivas_de_los_emprendedores_y_los_empresarios_establecidos_evidencia_a_partir_de_los_datos_REM_de_Navarra/links/54d4b6d50cf2970e4e6383ae.pdf
- Corchero, J., & Pérez, M. (2004). *Finanzas para emprendedores*. Colección EOI Empresas. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=u_2G4N4OSo0C&oi=fnd&pg=PA9&dq=fuente+de+financiacion+externa+emprendedores&ots=0_S_GNRAcY&sig=081ahK4bG4_Ux9nKjYOD1RVyYRU#v=onepage&q=fuente%20de%20financiacion%20externa%20emprendedores&f=false
- Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Amón, O. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Maskana*, 2(2), 27-37. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20%283%29.pdf>
- Correa, J., Ramírez, L., & Castaño, C. (2010). La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de su negocio y su impacto en el desarrollo empresarial. *Revista*



- Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 8(1), 179-194. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3688922>
- Cota, A. (2002). *La importancia de los valores en el desarrollo humano de la organización*. Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey. Obtenido de <http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020147482.PDF>
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intention. *Journal of small business management*, 34(3), 42-49. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/247954830_The_Proactive_Personality_Scale_as_a_Predictor_of_Entrepreneurial_Intention
- Díaz. (2014). *Emprendedores "No todo el mundo puede ser emprendedor"*. Obtenido de emprendedores.es/noticias-de-empresa/a45103/taller-emprendedores-cibbva-catalina-hoffman/
- Díaz, J., Herdández, R., Sánchez, M., & Postigo, M. (2010). Actividad emprendedora y género: Un estudio comparativo. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 19(2), 83-98. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3185137>
- Dolabela, F. (2010). *Pedagogía Emprendedora*. Santa Fe: Ediciones Santa Fe Innova. Obtenido de <https://campuseducativo.santafe.gob.ar/wp-content/uploads/PEDAGOGIA-EMPRENDEDORA-PARA-NIVEL-MEDIO-Y-FORMACION-PROFESIONAL.pdf>
- Edelman, L., Manolova, T., & Brush, C. (2008). Entrepreneurship Education: Correspondence between Practices of Nascent entrepreneurs and textbook prescriptions for success. *Academy of Management Learning and Education*, 7(1), 56-70
- Escamilla, Z., & Caldera, D. (2013). Análisis de los factores socioeconómicos y psicosociales en mujeres y hombres emprendedores nacientes en México. *Investigación Administrativa*(111), 7-19. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4560/456045215001.pdf>
- Escuela Europea de Dirección y Empresa. (2018). *10 características de un buen emprendedor*. Obtenido de <https://www.eude.es/blog/caracteristicas-de-un-buen-emprendedor/>
- Fisgativa, I. (2009). *Plan de negocio. Desarrollo y Cambio*. Obtenido de MailXMail: <http://imagenes.mailxmail.com/cursos/pdf/7/plan-negocio-desarrollo-cambio-27857-completo.pdf>
- Freire, A. (2004). *Pasión por emprender: De la idea a la cruda realidad*. Bogotá: Aguilar. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tRhsumiYNdcC&oi=fnd&pg=PR11&dq=Pasi%C3%B3n+por+emprender:+De+la+idea+a+la+cruda+realidad&ots=xSSyHxhxMm&sig=G-DZPWqrDOGS4wxuaMImFJKkGis#v=onepage&q=triangulo&f=false>
- Fuentelsaz, L., González, C., & Montero, J. (2015). How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship. *Business Research Quarterly*(18), 246-258.



Obtenido de

<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2340943615000195?token=85D755AA32E337D4062FA0ACAA11E9C40F3E84BB50CDB3E61847BB0DA159F9FDEA7F79F994E82F90D5F31D794DB2CFC8>

Fuentes G.F., & Sánchez C. S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 28(3), 1-27. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/301/30120334014.pdf>

Fundación municipal turismo para Cuenca. (6 de Abril de 2020). *Conoce Cuenca: Fundación turismo para Cuenca*. Obtenido de Fundación turismo para Cuenca: <http://cuenca.com.ec/es/conoce-cuenca>

García, F. (2011). *Guía para crear y desarrollar su propia empresa* (Tercera ed.). Quito: Editorial Ceforcom.

García, M. A., Zerón, M., & Sánchez, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88-103. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v14n1/1900-3803-entra-14-01-88.pdf>

García, P., & Jiménez, A. (2015). *Emprendedores y empresas. La construcción social del emprendedor*. Obtenido de <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/44055>

GEM. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017 Report*. ESPAE. Obtenido de <https://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

Genise, C. (2010). *Hotelería tradicional versus nuevas modalidades de alojamiento: Hoteles boutique y hoteles de estrellas*. Palermo. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/146.pdf

Gnyawali, D., & Fogel, D. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and practice*, 43-62. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/263733348_Environment_for_Entrepreneurship_Development_Key_Dimensions_and_Research_Implications

Graña, F. M. (2002). *Creación de Empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas*. Universidad Nacional de Mar del Plata. Obtenido de <http://nulan.mdpu.edu.ar/1105/1/00146.pdf>

Gray, D. A., & Cyr, D. G. (1993). *Cómo evaluar su potencial emprendedor. Una guía de planificación para pequeñas y medianas empresas*. Buenos Aires: Granica S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=mTwHNVXKlxC&pg=PA15&dq=alguien+que+organiza,+controla+y+asume+riesgos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiSotfesovpAhUBTd8KHV5qCewQ6AEIjZAA#v=onepage&q=alguien%20que%20organiza%20controla%20y%20asume%20riesgos&f=false>



- Guananga, L., Rodríguez., & Albán. (2018). *Situación y gestión del emprendimiento*. Quito: Creative. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/15558>
- Hernández, J., Tirado, P., & Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(88), 164-199. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/174/17449696006.pdf>
- Herrera, C., & Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*(7), 10-31. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4776922.pdf>
- Herron, L., & Robinson, R. (1993). A Structural Model of the Effects of Entrepreneurial Characteristics on Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 281-294
- INEC. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Septiembre/201909_Mercado_Laboral.pdf
- INEC. (2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo 2019*. Quito. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/Boletin_tecnico_de_empleo_dic19.pdf
- Isaac, F., Flores, O., & Jaramillo, J. (2010). Estructura de financiamiento de las pymes exportadoras mexicanas. Análisis de política de deuda. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 135, 1-44. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2010/ifj.zip>
- Jordano, J. (2006). Evolución del emprendedor, al empresario, a la empresa. *Boletín de Estudios Económicos*, 1-24. Obtenido de <http://www.vingest.com/pdf/Publicaciones/EVOLUCION-emprendedor.pdf>
- Kantis, H., Angelelli, P., & Moori, V. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la Experiencia Internacional*. Bolivia: BID FUNDES Internacional s.l. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Desarrollo-emprendedor-Am%C3%A9rica-Latina-y-la-experiencia-internacional.pdf>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración. Una perspectiva global* (14 ed.). México: McGraw Hill. Obtenido de https://www.academia.edu/38916947/Administracion_Una_perspectiva_global_y_empresaerial_Koontz
- López, G. (2003). Estudio de la empresa familiar en Rosario. *Revista de Investigación académica*(11), 91-100. Obtenido de <file:///C:/Users/Pc/Downloads/Dialnet-EstudioDeLaEmpresaFamiliarEnRosario-3330716.pdf>
- López, M., Romero, P., & Díaz, R. (2012). Motivaciones para emprender: Un análisis de diferencias entre hombres y mujeres. *Economía Industrial*(383), 75-84. Obtenido de <https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/16103/ECONOMIA%20INDUSTRIAL%20PUBLICADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



- Malagón, F. A. (2003). ¿Cómo orientar el espíritu emprendedor hacia la creación de empresas. *Revista de escuela de administración y negocios*, 72-81. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/251/242>
- Maqueda, J., Olamendi, G., & Parra, F. (2003). *Tu propia empresa: Un reto personal, Manual útil para emprendedores*. Madrid: ESIC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=DuPybm-linsC&pg=PA16&dq=caracter%C3%ADsticas+del+emprendedor&hl=en&sa=X&ved=0ahUK-Ewicivf-46noAhUNh->
- Martín, D. (2011). *Éxito para emprendedores*. Valencia: edicionesi.
- Martínez, F. M., & Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de "Competencias Emprendedoras": valor Social e implicaciones educativas. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio de Educación*, 7(3), 81-98. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55114063007>
- Marulanda, F. (2015). Una contribución a la comprensión de las motivaciones del emprendedor y su conexión con el emprendimiento MIPES del Valle de Aburra (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de Colombia, Colombia. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/49348/1/42774534.2015.pdf>
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Universidad & Empresa*, 21(36), 149-174. Obtenido de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/6197>
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía Industrial*, 383, 23-30. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/6ea5/e81d6de26331a9a7729ee77623058c17f655.pdf>
- MINTUR. (2018). *Fomento al Emprendimiento Turístico y Mejoramiento de las Mipymes Turísticas de la TEA*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/FOMENTO-AL-EMPREDIMIENTO-TURSTICO-19102018.pdf>
- MINTUR. (2020). *Indicadores Conyunturales de Alojamiento*. Quito. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/indicadores-de-alojamiento>
- Monares, P., Monares, A., & Bustamante, W. (2001). *Manual de gestión de nuevos negocios para la microempresa rural*. Santiago de Chile: Ograma S.A. Obtenido de http://www.ruralfinanceandinvestment.org/sites/default/files/Manual_de_gestion_Nuevos_negocios.pdf
- Montoya, O. (2004). Schumpeter, Innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et Technica*, 209-2013. Obtenido de <https://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/7255/4285>



- Nicuesa, M. (2012). *Autoconfianza para asumir riesgos*. Obtenido de <https://empresariados.com/autoconfianza-para-asumir-riesgos/>
- Novales, C. (2009). *Características emprendedoras personales*. Guatemala: Fundación Soros Guatemala. Obtenido de https://altiplano.uvg.edu.gt/proyectos/cdr/practicas/2009/Caracteristicas-emprendedoras/EMPREDIMIENTO_tecnicosIMPRENTA.pdf
- Nueno, P. (1994). *Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas*. Barcelona: Deusto.
- Oficina internacional del trabajo. (2007). *La promoción de empresas sostenibles* (Primera ed.). Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo. Obtenido de <https://www.ilo.org/public/spanish/standards/relm/ilc/ilc96/pdf/rep-vi.pdf>
- OMT. (2010). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414789>
- OMT. (2019). *Turismo y Empleo: Un futuro mejor para todos*. Obtenido de ONWTO: <https://unwto.org/es/world-tourism-day-2019-celebrates-tourism-and-jobs-better-future-all>
- Orti, A. M. (2003). Fomento de la iniciativa emprendedora en el estudiante universitario la autoeficacia percibida emprendedora (Tesis Doctoral Inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/15575/M_TD-0478.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2009). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons limited. Obtenido de https://www.academia.edu/23846689/BUSINESS_MODEL_GENERATION_-_OSTERWALDER
- Ovalles, L. V., Moreno, Z., Olivares, M. Á., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-235. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767013/html/index.html>
- Palma, M., Garcés, F., Valencia, G., & Wasbrum, W. (2017). Emprendimiento y el rol de la mujer. Caso ecuatoriano. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 4(2), 7. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/2b25/ab81850a6708fcb9185c59aa3c38ddc29de3.pdf>
- Parra, M., Rubio, G., & López, L. (2017). *Emprendimiento y Creatividad: Aspectos esenciales para crear empresa* (Vol. 1). (A. García, Ed.) Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Pérez, M. (2016). El entorno de la empresa. *Publicaciones Didácticas*, 161-174. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/abe3/802f4c09093707183fca1dddb4f815de901c.pdf>
- Pinchot, G., & Pellman, R. (1999). *Intrapreneuring in Action*. San Francisco: Berrett-Koehler. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IKsKfnkopEQC&oi=fnd&pg=PR9&dq=pinchot>



+intrapreneuring&ots=FirqkUcKDO&sig=xb4Fcg25DRi38r7R28WphlI39A8#v=onepage&q=p
inchot%20intrapreneuring&f=false

Poncio, D. (2010). *Animarse a emprender*. Buenos Aires: Eduvim.

Primo, W., & Turizo, H. (2017). Emprendedor y Empresario: Una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *UPGTO Management Review*, 2(1). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5822214>

Raiteri, M., & Ocaña, H. (2016). El comportamiento del consumidor actual (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza. Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8046/raiteri-melisa-daniela.pdf

Rámirez, J. M., Almanza, M. A., & Negrete, C. V. (2014). *La actitud emprendedor en la Universidad de Guanajuato, México*. Obtenido de <https://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/Ponencias/Ponencia%20RamirezSanchez.pdf>

Ramos, F., Quintero, H., & García, A. (2002). *Factores que inciden en la decisión de emprender un negocio: Un caso de estudio*. México: Univesidad de Guadalajara. Obtenido de http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/15_PF514_Emprender_un_Negocio.pdf

RAE. (2014). Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/emprender>

Rebollar, D. (2016). *Emprendimiento y entorno emprendedor* (Tesis de Grado). Universidad de la Rioja, España. Obtenido de https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE001264.pdf

Rojas, M. (2017). *Economía de la empresa*. España: Universidad de Málaga. Obtenido de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/13602/Temas%20Econom%c3%ada%20de%20la%20Empresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Romagnoli, G. (2018). La perseverancia como clave del éxito. Motivación y dedicación. *Estudios en la Facultad N° 138*, 67-69. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/693_libro.pdf

Rodriguez, O., Grzabel, V., & Noguez, L. (2012). Determinación de precios en la industria de la hotelería. *Instituto Internacional de Costos*, 211-227. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4172074>

Salas, V. (2009). Modelos de Negocio y Nueva Economía Industrial. *Universia Business Review*, 122-143. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/433/43312282009.pdf>

Sánchez, L. M. (2018). Las diversas especies societarias y su aplicación para la continuidad de las empresas familiares en el Ecuador (Tesis de maestría). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28931/1/016%20AEF.pdf>

Santero, R., de la Fuente, C., & Laguna, P. (2016). Efectos de la crisis sobre la financiación bancaria del emprendimiento. Un análisis de las microempresas españolas desde el sector de las Sociedades de Garantía Recíproca. *European Research on Management and Business*



- Economics*, 22(2), 88-93. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252315000477>
- Santamaría, Á., Moreno, E., Torres, E., & Parra, W. (2013). La influencia de la familia en el emprendimiento empresarial: El caso de tres Pymes de los sectores comercial y de servicios de la ciudad de Sincelejo Sucre. *Revista pensamiento General*, 1, 86. Obtenido de <https://revistas.unisucre.edu.co/index.php/rpg/article/view/86/97>
- Schiama, P. (2018). *Educación a distancia. Planificación y gestión de emprendimientos*. Buenos Aires: Dirección general de Cultura y Educación. Obtenido de <https://educacionadultos.com.ar/wp-content/archivos/2018/08/EDUCACI%C3%93N-A-DISTANCIA-Planificaci%C3%B3n-y-Gesti%C3%B3n-de-Emprendimientos.pdf>
- Schneider, B. (1987). The people make to place. *Personnel Psychology*, 40, 437-453. Obtenido de http://www.benschneiderphd.com/People_Make_the_Place_PP_1987.pdf
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogotá: Ecoe Ediciones
- Schumpeter, J. A. (1943). *Capitalism, Socialism & Democracy*. George Allen & Unwin. Obtenido de <https://eet.pixel-online.org/files/etranslation/original/Schumpeter,%20Capitalism,%20Socialism%20and%20Democracy.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (2020). *Base de datos del Registro Único de Contribuyentes*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Shaver, K., Gatewood, E., & Gatner, W. (2001). Attributions About Entrepreneurship : A Framework and Process for Analyzing Reasons for Starting a Business. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 5-32. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/228264285_Attributions_About_Entrepreneurship_A_Framework_and_Process_for_Analyzing_Reasons_for_Starting_a_Business
- Soriano, M. (2001). La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo. *Revista de relaciones laborales*(9), 163-184. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=209932>
- Tarapuez, E., Zapata, J., & Agreda, E. (2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudios Gerenciales*, 24(106), 83-98. Obtenido de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/254/252
- Trejo, E. (2015). Perfil psicosocial de la persona emprendedora (Tesis Doctoral). Universidad de Valladolid, España. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/16786/Tesis987-160418.pdf;jsessionid=C7B76AC2B16D5F26AB0B045E8BA82C2B?sequence=1>
- Trías de Bes, F. (2007). *El libro negro del emprendedor*. España: Empresa Activa. Obtenido de <https://www.u->



cursos.cl/usuario/65cb0019312969dcc44fc854ecdb3419/mi_blog/r/El_libro_negro_del_emprendedor_Fernando_Trias_de_Bes_Capitulos.pdf

- UATAE. (2015). *Análisis de las causas del éxito y el fracaso en el emprendimiento*. Madrid. Obtenido de <https://uatae.org/wp-content/uploads/2018/02/An%C3%A1lisis-de-%C3%A9xito-y-fracaso-en-el-emprendimiento.pdf>
- Ugarte, V. (2012). *Alojamiento y Recreación en Cienfuegos: Análisis cronológico, histórico y arquitectónico*. Universidad Central Marta Abreu. Obtenido de <https://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/1090/C12012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ullauri, N., Andrade, M., & Condor. (2018). La Hotelería en Cuenca, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 228-233. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200228&lng=es&nrm=iso&tIng=es
- Uzcátegui, C., Pozo, B., Espinoza, M. F., & Beltrán, A. (2018). Principales métodos de evaluación de proyectos de inversión para futuros emprendedores en el Ecuador. *Revista Espacios*, 39(24), 23. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n24/18392423.html>
- Valencia, F., & Gualdrón, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(81), 12-28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20649705002.pdf>
- Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas*. Colombia: Prentice Hall, Pearson Educación de Colombia Ltda. Obtenido de https://www.academia.edu/31010973/Innovaci%C3%B3n_empresarial._Arte_y_ciencia_en_la_creaci%C3%B3n_de_empresas
- Varela, R. (2011). *Educación empresarial: Desarrollo, Innovación y Cultura empresarial* (Vol. 2). Cali: CDEE. Obtenido de https://www.icesi.edu.co/images/Centros/cdee/informes/coleccion_dice/DICE2.pdf
- Veciana, J. M. (2005). *La creación de empresas: Un enfoque gerencial*. Barcelona: La Caixa. Obtenido de <https://www.uv.es/creaemp/Veciana2005Libro.pdf>
- Villagrà, F., & Lobato, F. (2011). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Macmillan Profesional. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60848577/LLIBRE_Empresa_e_iniciativa_emprendedora_Serie_Evoluciona_2011_Macmillan_Grado_medio20191009-117887-12jhz5.pdf?1570636626=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEmpresa_e_Iniciativa_Emprendedora.pdf&Expires=1595565533&Signature=EakHzkBitVKTkbAdu40sfx8QYxWUV9UKEdXFV1S~JAgI9Hbp-3oYz11ki3Qt~i6F~H68yGN1YtAfnTsB0kpbQ-2ZPRpo8cBcYxSB2auo5Pctzudi8yAebHyOp3SvE8VqYIcY9q01K--jbmX3dTzPnrYvsNWIV4sXABa2qqfXRvWkYfD6TOblCP~yKJQSF74ZqWqpmYgZx6pCilsq0K



NBHJPTAfv0FXRN3o5x~skf4XtpxiP1RLJuKjXUf~SZ7B9RLaniPrBJ75rLqVTYEYZ-
nAl3BvfaFFjZT4XE0H8a6DHsCQytOoOuliU70-97IDdAY4ITDO~Gfihj9NH~mLaqQ__&Key-
Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Zuñiga, A. (2016). La influencia de las empresas familiares en la detección y desarrollo de oportunidades empresariales. *Revista Espacios*, 37(10), 11-30. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/301892423_La_Influencia_de_las_Empresas_Familiares_en_la_Deteccion_y_Desarrollo_de_Oportunidades_Empresariales



Anexos

Anexo 1

Diseño de tesis aprobado



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE HOTELERÍA**

EL PERFIL EMPRENDEDOR HOTELERO EN LA CIUDAD DE CUENCA, ECUADOR. ANÁLISIS EN HOTELES DE TRES Y CUATRO ESTRELLAS.

NOMBRE Y TÍTULO DEL PROFESOR:

PhD. Silvana Astudillo

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo de la oferta y de la demanda de alojamiento en el contexto local,
nacional e internacional.

NOMBRE DE AUTOR(S) DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:

Erika Alexandra Heredia Delgado

Andrea Carolina Jiménez Barros

CUENCA, NOVIEMBRE 2019



PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El perfil emprendedor hotelero en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Análisis en hoteles de tres y cuatro estrellas.

2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO

Erika Alexandra Heredia Delgado / erika.heredia@ucuenca.edu.ec/ [0985297132-0985253092](tel:0985297132-0985253092)

Andrea Carolina Barros Jiménez/ andrea.jimenezb@ucuenca.edu.ec/
0985297132-[0985253092](tel:0985253092)

3. LINEA DE INVESTIGACIÓN

Desarrollo de la oferta y de la demanda de alojamiento en el contexto local, nacional e internacional.

4. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación pretende analizar el perfil emprendedor hotelero dentro de la ciudad de Cuenca. El concepto de emprendedor es un término aplicado dentro del campo profesional ante la necesidad de superación constante y económica de una sociedad, algunos de ellos movidos por la necesidad y otros por la oportunidad. El análisis se centrará en determinar las características sociodemográficas, motivacionales y el entorno general para definir el perfil emprendedor dentro de las empresas hoteleras, partiendo de un estudio visual y bibliográfico donde se determina que el perfil emprendedor puede estar formado por la capacidad de innovación, autoconfianza, creatividad, perseverancia, utilizando todos sus recursos disponibles para generar cambios positivos a su entorno. Se recopilarán datos a través de encuestas y entrevistas con un enfoque cuantitativo y cualitativo con



carácter descriptivo y exploratorio dirigido a los propietarios de los establecimientos de los alojamientos turísticos de la ciudad de Cuenca, en la que se obtendrá información con respecto a las características y factores que forman parte del emprendedor, datos que sin duda alguna aportan conocimientos sustanciales al ámbito hotelero en esta investigación.

Palabras Clave: Perfil del emprendedor, características, alojamiento turístico, innovación, Cuenca.

5. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El índice de emprendedores ha aumentado considerablemente en estos últimos años; sin embargo, existen problemas como la pobreza y el desempleo que atacan sobre todo en países subdesarrollados, siendo estos determinantes para que la mayoría de las personas hoy en día tomen acciones que puedan ayudar a tener una mejor condición laboral, social y económica dentro una sociedad, ocupando las pequeñas empresas el puesto líder en generación de trabajo para sus habitantes (Sung & Duarte, 2015).

Es importante definir al emprendedor como aquella persona que busca utilizar todos los recursos que estén a su alcance como una oportunidad para lograr una meta en específica a través de la innovación, creatividad, esfuerzo y toma de decisiones. Según Alcaráz (2011) afirma que, el emprendedor es un individuo con autoconfianza; la cual, le permite detectar las oportunidades de su entorno para posteriormente realizar un proceso de creación, empleando la innovación con la finalidad de cumplir sus metas propuestas.

Entonces, el emprendedor asume riesgos para alcanzar sus objetivos a mediano y a largo plazo con entrega, dedicación y autoconfianza siendo este último el factor clave para aprovechar los recursos al máximo para generar riqueza y fuentes de empleo.



En el año 2017 Ecuador se posicionó como líder en actividad emprendedora temprana, siendo la gente más joven en emprender algún tipo de negocio en el país, debido a factores económicos y socioculturales como la pobreza, migración, desempleo, afluencia de turistas extranjeros que han hecho que los ecuatorianos tomen la iniciativa de emprender por oportunidad o por necesidad. Aunque en los últimos años ha disminuido gradualmente su índice de actividad emprendedora en un 29,62% debido al miedo a fracasar al momento de emprender en un 31.7% (GEM, 2017).

En cuanto al emprendimiento hotelero en la ciudad de Cuenca existen diversos establecimientos que brindan el servicio de alojamiento turístico. Según el catastro de alojamiento constan un total 244 establecimientos hoteleros de los cuales se encuentran divididos en diferentes categorías, representados legalmente por personas que en un momento determinado de su vida han tomado la decisión de crear, innovar, arriesgar, buscar mejores oportunidades laborales y superarse dentro del ámbito hotelero, para ello es necesario indagar cuáles son los factores motivacionales, sociodemográficos y características del entorno general que orillan a una persona a iniciar una actividad en el sector hotelero.

6. MARCO TEÓRICO

El emprendimiento surge desde la vida misma del ser humano, en el momento que se le presentaron necesidades como la de trasladar objetos de un lugar otro, las personas tomaron la iniciativa de crear algo que pueda facilitar ese trabajo, así es como surgió la invención de la rueda. La acción de emprender es antigua; pero, el término de emprendedor ha tomado fuerza en estos últimos años. La palabra



emprendedor proviene del francés entrepreneur, cuyo significado es pionero que hace referencia a las aptitudes que posee una persona para innovar, estudiar su entorno, usar sus recursos para crear con esfuerzo, motivación y dedicación la actividad que se propone (Herrera, 2012).

Según Jaramillo, Escobedo, Morales, & Ramos (2012) afirman que, el empresario y el emprendedor pueden tener significados similares debido a las actividades empresariales que realizan, es decir un emprendedor llega hacer un empresario cuando en la empresa se haya percibido su innovación en los productos y servicios.

Se busca analizar si existen factores demográficos, motivacionales, situacionales y sociales que incentivan el surgimiento de emprendedores y qué características les diferencia de las personas que prefieren un trabajo de empleado estable y seguro. Existen varios elementos que se consideran para el desarrollo del perfil emprendedor muchos autores los analizan y crean listas.

Alcaráz (2011) afirma que, la capacidad de asumir riesgos es una característica del emprendedor, la cual es importante pues le da la fuerza para salir adelante y cumplir sus metas, además lo ayuda a levantarse ante las caídas y generar aprendizaje de las mismas. La presencia del riesgo en actividades emprendedoras es inevitable la cualidad del emprendedor es la de asumirla.

En la actualidad uno de los motivos más fuertes es la crisis económica en la ciudad de Cuenca, específicamente en el sector hotelero a causa del cierre de ruta de la aerolínea Tame entre Cuenca y Guayaquil, caos en la movilidad en Cuenca por las obras ejecutadas para la construcción del tranvía, la baja y mala promoción turística para la ciudad, dando como resultado la baja tasa de ocupación del sector hotelero. Por consiguiente, las personas con actitud emprendedora consideran como una oportunidad el crear sus propios negocios en medio de situaciones difíciles y obtener su propia fuente de ingresos. Según Ortiz y Millán (2011) consideran que la iniciativa empresarial es un factor importante y urgente, puesto



contribuye a la economía de una región; la cual favorece a la disminución de la crisis económica, puesto que abre nuevas modalidades de empleo mediante la creatividad e innovación.

De acuerdo con el último Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador, el alojamiento es una actividad que puede ser realizada por una persona común y corriente sin importar su figura legal, la cual ofrece el servicio de hospedaje de forma remunerada no permanente, tanto a personas nacionales como extranjeras, además se rige a derechos y obligaciones dependiendo de la clasificación y categoría dispuestos en el reglamento (MINTUR, 2016).

Así mismo, el MINTUR (2016), en su reglamento de alojamiento turístico, clasifica a los establecimientos de alojamiento turístico como: hotel, hostel, hostería, hacienda turística, lodge, resort, refugio, campamento turístico, casa de huéspedes.

Para su categoría se considera a los requisitos técnicos diferenciadores de categorización, en un rango de una a cinco estrellas, que permite medir la infraestructura, cantidad y tipo de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes. Se considera a un establecimiento de cinco estrellas como el de más alta categoría y al de una estrella como de más baja categoría.

Según el reporte de GEM en Colombia (2010), define al perfil emprendedor como hombres jóvenes entre e 25 a 34 años, con un nivel de educación secundaria, ingresos bajos, con gran capacidad de innovación e identificación de oportunidades.

Ecuador ocupa los primeros puestos en emprendimiento en estos últimos dos años en el que se refleja entornos externos y capacidades que forman parte del surgir de un emprendedor sean estos nacientes o nuevos, en donde se engloban aspectos como la búsqueda de oportunidades, toma de riesgos, fijación de metas, persistencia, autoconfianza, educación, motivaciones y toma de decisiones, en donde podemos definir al perfil del emprendedor como un proceso de suma



importancia dentro de la sociedad pues en esta se determina aquellos rasgos que posee una persona al momento de asumir riesgos que lo hacen destacar en una determinada acción, siendo este un factor clave para mejorar el desarrollo económico dentro del entorno, los cuales forman parte de la preparación y desempeño continuo de la figura de un emprendedor útiles para la consecución de metas, tomando en cuenta sus capacidades, características, aspectos personales, condiciones del entorno y condiciones sociales.

Según Kantis, Angelelli & Moori (2004) en América latina la mayoría de los emprendedores son pertenecientes a la clase media en más de un 80% y en un nivel inferior al 25% en sectores bajos, además tan solo 1 de cada 10 mujeres llega a tener participación al momento de emprender.

Entonces, algunos de los criterios que se debe tener en cuenta a la hora de analizar el perfil de un emprendedor son: Capacidad de asumir riesgos, capacidad de crear e innovar, autoconfianza, capacidad de toma de decisiones, clase social, formación educativa, profesión, motivaciones, edad, género, etc.

Cada uno de estos criterios tiene un valor de importancia dentro de los procesos de emprendimiento, puesto que cumplen con los requerimientos necesarios al momento de tomar iniciativas para crear productos, servicios, acciones, procesos con eficacia y eficiencia las cuales impulsan a la mejora continua, progreso, generación del autoempleo y el bienestar económico en base a las necesidades del mercado, posicionando su actividad laboral como una fuerte competencia organizacional, es decir empresas con alto nivel de innovación y valor agregado. Es por ello que cuando se habla de innovación se hace referencia a la actividad de desarrollar nuevos productos o servicios de alta competencia que mejoran el bienestar económico de un determinado lugar dependiendo de las necesidades que esté presente con el apoyo de procesos tecnológicos en su gran mayoría.



Por otra parte, una clave importante dentro del perfil emprendedor es la autoconfianza pues esta se define como el convencimiento de tomar la mejor decisión en una determinada circunstancia o situación, la cual se va desarrollando con el pasar de los años en cada una de las personas pues es un rasgo que necesita ser trabajado continuamente para enfrentar retos cotidianos sin ningún tipo de temor o inseguridad, además de expresar con total libertad sus puntos de vista y opiniones aceptándolas como fuentes valiosas y respetando las de los demás. En un emprendedor la autoconfianza tiene una estricta relación con el hecho de asumir riesgos pues éste conoce de sus habilidades y capacidades siendo está el nivel de conocimiento que posee una persona para el desarrollo de una actividad en específico, acompañado de experiencia en el ámbito que se desea desempeñar y lo que influye para que esta pueda crecer personalmente convirtiéndola en un beneficio para la sociedad.

7. OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar el perfil de los emprendedores hoteleros de la ciudad de Cuenca, Ecuador en hoteles de tres y cuatro estrellas.

Objetivos Específicos

1. Conocer las características sociodemográficas de las empresas y de los emprendedores hoteleros de tres y cuatro estrellas.
2. Identificar las motivaciones, obstáculos, los factores internos y externos del emprendedor hotelero para iniciar un negocio
3. Establecer el perfil emprendedor hotelero en la ciudad de Cuenca.

8. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN



La metodología empleada dentro de esta investigación tiene un enfoque cuantitativo con carácter descriptivo y exploratoria, cuyo diseño a aplicar es transversal porque abarca a un grupo de personas en este caso los propietarios de los establecimientos de alojamiento turístico en el cual se pretende conocer sus características, variables sociodemográficas, motivacionales, conductuales y económicas, la población que abarca la investigación son todos los establecimientos de alojamiento turístico de la ciudad de Cuenca, que según el catastro de alojamiento son un total de 92 hoteles divididos entre varias categorías, para lo cual se ha considerado que la muestra sea un total de 50 establecimientos de alojamiento de tres y cuatro estrellas, aplicando una muestra de tipo aleatoria simple, es decir se otorga un número a cada establecimiento de alojamiento partiendo de la población y al azar se seleccionan números de forma aleatoria conformando de esta manera la muestra, con la ayuda de herramientas de toma de información como encuestas y para corroborar la información se planteará entrevistas directas con los sujetos de interés dentro de nuestra área de estudio, la información levantada será tabulada en una base de datos SPSS, la interpretación se presentará con gráficas estadísticas y se utilizará el cuestionario de Araque (2009) y Gutiérrez Montoya (2011) que explica el trabajo realizado por la Cooperación Técnica Alemana sobre el análisis de características empresariales personales.

BIBLIOGRAFÍA



- Alarcón, M. (2017). Ecuador país de emprendedores. Guayaquil, Ecuador: Universidad Ecotec. Obtenido de <https://ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/ecuador-pais-emprendedores.pdf>
- Alcaráz, R. (2011). *El Emprendedor de éxito*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/42990345/Comprension_lectora_Curso_emprendedorismo_e_inversion_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556981005&Signature=7I5NxkCQk0WEzNhco0hwKk4%25252BDbYM%25253D&response-content-disposition=inline%25
- Alda, R., Villardón, L., y Elexpuru, I. (2012). Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 10(3), 1057–1080. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293124654006>
- Araque, W. (2009). *Perfil del emprendedor ecuatoriano*. Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., y Amón, O. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *MASKANA*, 2(2). Obtenido de [http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA si7285%20283%29.pdf](http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20283%29.pdf)
- Flor, G. y Lara, A. (2012). *Diagnóstico del capital emprendedor y su influencia en la creación de empresas y desarrollo socioeconómico en la región sierra-centro del Ecuador. XXII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*. Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de [http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/372/File/pdfs/PONENCIAS/XXII%20CONGRESO%20LATINOAMERICANO%20SOBRE%20ESPIRITU%20EMPRESARIAL/GARY%20FLOR%20\(ECUADOR\).pdf](http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/372/File/pdfs/PONENCIAS/XXII%20CONGRESO%20LATINOAMERICANO%20SOBRE%20ESPIRITU%20EMPRESARIAL/GARY%20FLOR%20(ECUADOR).pdf)
- Galindo, M., Ribeiro, D., y Méndez, M. T. (2012). *Especial Innovación*. 12, 51–58. Obtenido de <https://doi.org/10.5295/cdg.110309mg>
- GEM. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017 Report*. ESPAE. Obtenido de <https://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- GEM. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor Colombia 2010 Report*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2010-report-eje-cafetero-region>
- Gutiérrez Montoya, G. (2011). *El comportamiento emprendedor en El Cádiz*, España: Universidad de Cádiz. Departamento de Organización de Empresas
- Herrera, C. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Revista Económicas CUC*, 33(1), 191–204. Obtenido de https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/194/pdf_36



- Jaramillo, J. L., Escobedo, J., Morales, J., & Ramos, J. (2012). Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla. *Entramado*, 44-57. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2654/265424601004.pdf>
- Jiménez, J. (2014). *Perfil del emprendedor y fomento del emprendimiento: un enfoque personalista*. Obtenido de http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista107_10-perfil-del-emprendedor-y-fomento-del-emprendimiento.pdf
- Kantis, H., Angelelli, P., & Moori, V. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la Experiencia Internacional*. Bolivia: BID FUNDES Internacional s.l. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Desarrollo-emprendedor-Am%C3%A9rica-Latina-y-la-experiencia-internacional.pdf>
- Trejo, E. (2015). Perfil psicosocial de la persona emprendedora (Tesis Doctoral). Universidad de Valladolid, España. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/16786/Tesis987-160418.pdf;jsessionid=C7B76AC2B16D5F26AB0B045E8BA82C2B?sequence=1>
- MINTUR. (2016). Reglamento de alojamiento turístico. Registro oficial órgano del gobierno. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Nuez, M. J. A., y Górriz, C. G. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones sociales*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2975142>
- Ortiz, P., & Millán, A. (2011). Emprendedores y Empresas. La construcción social del emprendedor. *Lan Harremanak*(24), 219-236. Obtenido de <file:///C:/Users/Pc/Downloads/Dialnet-EmprendedoresYEmpresaLaConstruccionSocialDelEmpren-3783804.pdf>
- Silveira, Y., y Silveira, R. (2017). Antecedentes del perfil del emprendedor brasileño de PYMES de los clusters industriales. Estudio del factor autoconfianza. *Revista Portuguesa E Brasileira de Gestão*, 16, 22–43. Obtenido de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1645-44642017000100003&lng=pt&nrm=iso&tlng=es
- Sung, S., y Duarte, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación En Ciencias Sociales*, 11(2), 291–314. Obtenido de <http://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/271/239>

TALENTO HUMANO



Recurso	Dedicación	Valor total
Director	1 horas/ semana / 12 meses	\$600,00
Estudiantes (2)	10 horas/ semana / 12 meses	\$1200,00
Total		\$1800,00

Fuente: Manual para trabajos de titulación

Autor: Erika Heredia/ Andrea Jiménez

10. RECURSOS MATERIALES

Cantidad	Rubro	Valor
6	Carpetas	\$1,50
400	Fotocopias	\$15,00
6	Revistas científicas y libros	\$95,00
5	Esferos	\$1,50
Total		\$113,00

Fuente: Manual para trabajos de titulación

Autor: Erika Heredia/ Andrea Jiménez

**11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

Análisis del Perfil de los emprendedores hoteleros de la ciudad de Cuenca,
Ecuador. Análisis en hoteles de tres y cuatro estrellas.

Actividad	Mes											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Recopilación bibliográfica en fuentes secundarias	X	X										
2. Diseño de la herramienta de recolección de información												
3. Organización y recolección de la información			X	X								
4. Trabajo de campo					X	X						
5. Depuración de la información levantada							X	X				
6. Análisis e interpretación de resultados									X			
7. Redacción del trabajo										X	X	
8. Revisión final												X

Fuente: Manual para trabajos de titulación

Autor: Erika Heredia/ Andrea Jiménez



12. PRESUPUESTO

Análisis del Perfil de los emprendedores hoteleros de la ciudad de Cuenca,
Ecuador. Análisis en hoteles de tres y cuatro estrellas.

CONCEPTO	APORTE DEL ESTUDIANTE	OTROS APORTES	VALOR TOTAL
Talento humano Investigadores	1500,00		\$1800.00
Gastos de movilización	\$30,00		\$30,00
Gastos De la investigación Insumos, Material de escritorio, Bibliografía	\$113,00		\$113,00
Otros Imprevistos	\$100,00		\$100,00
Total			\$2043,00

Fuente: Manual para trabajos de titulación

Autor: Erika Heredia/ Andrea Jiménez



13. ESQUEMA

EL PERFIL EMPRENDEDOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CUENCA, ECUADOR. ANÁLISIS EN HOTELES DE TRES Y CUATRO ESTRELLAS.

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Capítulo 1.- Características sociodemográficas de las empresas y de los emprendedores hoteleros de tres y cuatro estrellas.

- 1.1. Características personales del emprendedor hotelero
 - 1.1.1. Edad
 - 1.1.2. Nivel educativo
 - 1.1.3. Estado civil
 - 1.1.4. Género
 - 1.1.5. Procedencia geográfica
- 1.2. Datos de identificación de la empresas hoteleras
 - 1.2.1. Ubicación del establecimiento
 - 1.2.2. Número de empleados
 - 1.2.3. Número de socios
 - 1.2.4. Antigüedad de la empresa
 - 1.2.5. Naturaleza jurídica.
- 1.3. Preparación previa para iniciar la empresa



1.3.1. Conocimiento previo al iniciar el negocio

1.3.2. Planificación de la creación del negocio

Capítulo 2.- Conocer las motivaciones, obstáculos, factores internos y externos del emprendedor hotelero para iniciar un negocio.

2.1. Entorno general para iniciar general para iniciar emprendimientos hoteleros

2.2. Motivaciones para la creación de emprendimientos hoteleros.

2.3. Obstáculos existentes al iniciar un emprendimiento hotelero.

Capítulo 3.- Perfil emprendedor hotelero en la ciudad de Cuenca

3.1. Factores claves para el éxito

3.2. Satisfacciones e insatisfacciones que ha dejado el emprendimiento

3.3. Resultado general.

Conclusiones

Bibliografía