



## Explorando las dinámicas del emprendimiento en el turismo ecuatoriano: Un análisis integral de nivel educativo y motivaciones culturales

Exploring dynamics of entrepreneurship in Ecuadorian tourism: educational level and cultural motivation

Nelson García Reinoso

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López

[nelsongreinoso@gmail.com](mailto:nelsongreinoso@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-0972-3347>

Yomara Quintero Ichazo

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López

[yquintero@espam.edu.ec](mailto:yquintero@espam.edu.ec)

<https://orcid.org/0009-0005-3632-2954>

María Fernanda Garzón Félix

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López

[fgarzon@espam.edu.ec](mailto:fgarzon@espam.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0003-3605-7378>

Recibido/Received: 09/01/2025

Aceptado/Accepted: 05/02/2025

### RESUMEN:

La literatura resalta la importancia de comprender la relación entre nivel educativo, motivaciones culturales y emprendimiento turístico. Este estudio explora la relación entre el nivel educativo, las motivaciones culturales y el emprendimiento turístico en Manabí, Ecuador. Mediante encuestas a emprendedores y técnicas de análisis estadístico multivariante, se identificaron dos clústeres: “Emprendedor-Cultura” y “Emprendedor-Trabajo”. El primero, integrado por emprendedores con educación superior y motivaciones culturales arraigadas, muestra mayor estabilidad empresarial y capacidad de generación de empleo. En contraste, el segundo clúster está compuesto por emprendedores con menores niveles educativos y motivados principalmente por la necesidad económica, enfrentando mayores desafíos estructurales y una menor consolidación de sus negocios. Los resultados destacan la necesidad de diseñar políticas diferenciadas que fortalezcan las capacidades empresariales desde un enfoque cultural y reduzcan la vulnerabilidad económica, promoviendo ecosistemas emprendedores sostenibles. Este análisis contribuye al debate sobre las dinámicas del emprendimiento en contextos turísticos y plantea estrategias para impulsar el desarrollo socioeconómico en Ecuador.

*Palabras clave:* emprendimiento turístico; nivel educativo; motivaciones culturales; Ecuador

**ABSTRACT:**

This study explores the relationship between educational level, cultural motivation and tourism entrepreneurship in Manabí, Ecuador in order to contribute to the debate on entrepreneurship dynamics in tourism contexts and propose strategies for the promotion of socioeconomic development in Ecuador. The research used surveys of entrepreneurs and multivariate statistical analysis techniques to identify two clusters: 'Culture-Driven Entrepreneurs' and 'Work-Driven Entrepreneurs'. The first cluster, comprising entrepreneurs with higher education and deeply rooted cultural motivations, exhibits greater business stability and job creation capacity. In contrast, the second cluster, consisting of entrepreneurs with lower educational levels, is primarily motivated by economic necessity and faces significant structural challenges and lower business consolidation. The results underline the need for differentiated policies that strengthen entrepreneurial skills from a cultural perspective and reduce economic vulnerability in order to foster sustainable entrepreneurial ecosystems.

*Keywords:* tourism entrepreneurship; educational level; cultural motivations; Ecuador

**CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO/ HOW TO CITE THIS ARTICLE**

Garcia, Nelson, Quintero, Yomara y Garzón, María F. (2025). Explorando las dinámicas del emprendimiento en el turismo ecuatoriano: Un análisis integral de nivel educativo y motivaciones culturales. *Rotur, Revista de Ocio y Turismo*, 19(1), 60-80. <https://doi.org/10.17979/rotur.2025.19.1.11599>

**I. INTRODUCCIÓN**

En Ecuador, el emprendimiento en el sector turístico ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, consolidándose como una herramienta clave para el desarrollo económico y social del país. Este dinamismo se refleja en la diversidad de iniciativas emprendedoras que van desde pequeños negocios familiares hasta proyectos de gran escala (INEC, 2020). Este crecimiento, sin embargo, está lejos de ser uniforme, pues persisten brechas evidentes en términos de nivel educativo y cultural entre los emprendedores (Garcia, 2022). Estas disparidades plantean interrogantes importantes sobre el impacto de estos factores en la sostenibilidad y el éxito de los negocios turísticos, así como sobre la capacidad del sector para contribuir al desarrollo de las comunidades locales.

El emprendimiento ha ganado un interés creciente entre los investigadores y formuladores de políticas, debido a su potencial para enfrentar crisis económicas, generar nuevos empleos y fomentar la creación de riqueza (Feola et al., 2024). Además, su papel en la reducción del desempleo y en el fortalecimiento de la cohesión social ha sido ampliamente documentado (Audretsch et al., 2021). A nivel global, se han desarrollado diversas teorías para comprender las dinámicas que influyen en el espíritu emprendedor, destacando aquellas que consideran factores internos como la edad y el género, que pueden determinar la propensión a iniciar un negocio, así como la importancia de los antecedentes familiares y las normas culturales en la intención y desarrollo de proyectos empresariales (Almeida & Garrod, 2024). En este contexto, la formación académica y la experiencia laboral previa también han sido identificadas como elementos clave, ya que proporcionan habilidades esenciales para la gestión y la innovación en los negocios turísticos (Vegetti & Adascalitei, 2017).

Particularmente en el contexto del turismo, el emprendimiento no solo dinamiza las economías locales, sino que también contribuye a la conservación cultural y ambiental, aspectos esenciales para destinos como Manabí, una región ecuatoriana con un fuerte potencial turístico. Además, estas iniciativas proporcionan una diversidad de productos y servicios que fortalecen la economía local, generan empleo, mejoran las condiciones de vida e incrementan la productividad económica (García, 2025; Lin et al., 2023). Más allá de explotar oportunidades de mercado, los emprendimientos turísticos también generan beneficios sociales y ambientales, fomentando un desarrollo económico inclusivo y sostenible en las áreas turísticas.

El nivel educativo de los emprendedores es un factor crucial que influye en múltiples aspectos del desarrollo empresarial. Estudios previos han identificado que una educación más avanzada está vinculada con una mayor capacidad de innovación, una mejor gestión de recursos y una adaptabilidad superior frente a los cambios del mercado (Barrero et al., 2024; Saoula et al., 2023). En este sentido, la educación para el emprendimiento ha cobrado una importancia creciente, desempeñando un papel fundamental en la formación de individuos con las habilidades necesarias para gestionar y desarrollar negocios exitosos (Ratten & Usmanij, 2021). Su impacto se extiende desde la educación superior (Carpenter & Wilson, 2022) hasta la formación profesional (Triyono et al., 2023), siendo un factor determinante para fomentar la intención emprendedora y fortalecer el conocimiento y las habilidades necesarias para la creación de empresas (Rocha et al., 2024). Además, la educación en emprendimiento, cuando se combina con competencias interculturales, puede preparar a los individuos para navegar en un entorno globalizado y complejo, donde las diferencias culturales son tanto un desafío como una oportunidad (Feola et al., 2024; Jie & Harms, 2017).

En el contexto ecuatoriano, la educación para el emprendimiento aún enfrenta grandes desafíos. Si bien existen esfuerzos significativos para integrar programas de formación empresarial en el sistema educativo, persisten limitaciones en cuanto a cobertura, calidad y pertinencia (Bravo et al., 2021). Estas deficiencias impactan de manera desproporcionada a los emprendedores del sector turístico, quienes necesitan habilidades específicas para gestionar sus negocios en un mercado caracterizado por su volatilidad y por la alta competencia (Barreiro et al., 2024; García, 2024). De esta forma, entender cómo el nivel educativo afecta el rendimiento de los negocios turísticos es fundamental para diseñar intervenciones más efectivas.

Además del nivel educativo, las motivaciones culturales juegan un papel central en las decisiones emprendedoras. Hofstede (2011) definió la cultura como la programación colectiva de la mente que distingue a los miembros de un grupo o categoría de personas de los demás. Esta programación cultural influye directamente en las normas sociales, las actitudes y las percepciones hacia el emprendimiento (Barrero et al., 2024). En el caso del turismo, las motivaciones culturales no solo impulsan a los emprendedores a iniciar sus negocios, sino que también determinan cómo gestionan y promueven sus productos y servicios. La disponibilidad de apoyo familiar, comunitario y de redes empresariales, así como el acceso a financiamiento y recursos, también son factores que condicionan las oportunidades de éxito empresarial en el sector turístico (Almeida & Garrod, 2024).

La investigación académica ha subrayado la necesidad de analizar cómo los valores culturales afectan el desarrollo empresarial. Por ejemplo, López et al. (2006) enfatizan que las decisiones empresariales están influenciadas por las creencias compartidas de la sociedad, mientras que Krueger et al. (2000) destacan que la intención emprendedora está condicionada por la percepción individual de las normas sociales. En Ecuador, los valores

culturales también desempeñan un papel relevante en la configuración del ecosistema turístico, especialmente en regiones como Manabí, donde el turismo está profundamente ligado a la identidad local y a la preservación de tradiciones.

Dado el papel estratégico del turismo en el desarrollo económico y social de Ecuador, resulta imperativo comprender cómo factores como el nivel educativo y las motivaciones culturales afectan la actividad emprendedora en este sector. Este artículo busca explorar estas relaciones, proporcionando una visión integral que permita identificar áreas de mejora y oportunidades para fortalecer el ecosistema emprendedor turístico. La investigación no solo contribuye al debate académico sobre los determinantes del emprendimiento, sino que también ofrece información valiosa para la formulación de políticas y programas que promuevan un turismo más inclusivo y sostenible en Ecuador. Integrar el nivel educativo y las motivaciones culturales en el análisis de las dinámicas empresariales es fundamental para fomentar un desarrollo turístico que beneficie tanto a las comunidades locales como a la economía nacional.

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. El impacto del nivel educativo en el emprendimiento**

El emprendimiento se define como la creación de nuevos productos, servicios, procesos o modelos de negocio que fomenten la competitividad del mercado y el desarrollo económico (Martínez-Martínez, 2022). Este proceso está condicionado por la capacidad de detectar y aprovechar oportunidades, la cual depende tanto de factores individuales como del contexto sociocultural y económico (Brush et al., 2017).

Estudios recientes han resaltado que, además de las capacidades individuales, las percepciones emprendedoras están influenciadas por el entorno sociocultural, las características sociodemográficas (por ejemplo, género, edad, nivel educativo) y la información disponible (Hsu et al., 2019). Según Soria-Barreto et al. (2016), estas percepciones afectan la forma en que los emprendedores interpretan su entorno y las oportunidades disponibles.

La inclusión de variables sociodemográficas como el nivel educativo, el género y el empleo ha sido una práctica recurrente en investigaciones sobre emprendimiento (Duan et al., 2021; Garcia, 2022; Postigo et al., 2023; Valenzuela-Keller et al., 2021). Estas variables no solo reflejan diferencias en las capacidades emprendedoras, sino también en las motivaciones y obstáculos percibidos.

La literatura académica ha destacado consistentemente la relevancia de la educación en el éxito empresarial. Existe una relación positiva entre el nivel educativo y las capacidades emprendedoras, ya que la educación no solo provee conocimientos fundamentales, sino también habilidades necesarias para identificar y aprovechar oportunidades, movilizar recursos y desarrollar nuevas empresas (Levie & Autio, 2008; Omri & Afi, 2020).

Levie y Autio (2008) enfatizan que una educación de calidad amplía la capacidad de los individuos para generar empleo, acceder a financiamiento y alcanzar etapas avanzadas en el ciclo de vida de los negocios. De manera complementaria, Jiménez et al. (2015) subrayan que los emprendedores con niveles educativos superiores tienden a poseer mayores habilidades cognitivas y confianza en sí mismos, lo que les permite reducir riesgos percibidos y evaluar con mayor eficacia las oportunidades empresariales.

Un análisis global realizado por Fuentelsaz et al. (2015) en 63 países demuestra que un capital educativo más alto está asociado con un incremento en el emprendimiento por oportunidad y una disminución en el emprendimiento por necesidad. Asimismo, Omri (2020), a través de un estudio en 19 países emergentes, concluye que la educación secundaria y terciaria tiene un impacto significativo en la promoción del emprendimiento formal, en contraste con el informal.

Por otro lado, las intervenciones centradas en el desarrollo del capital humano, como la formación empresarial y la educación formal y específica para el emprendimiento, han demostrado ser efectivas en mejorar el desempeño empresarial, especialmente en contextos industrializados (Hogendoorn et al., 2019; Ramírez-Montoya et al., 2024). La educación superior y la formación profesional en emprendimiento han sido identificadas como factores clave que fortalecen la intención emprendedora y facilitan la generación de nuevas empresas en sectores estratégicos, incluyendo el turismo (Carpenter & Wilson, 2022; Rocha et al., 2024; Triyono et al., 2023).

En conclusión, el nivel educativo y el contexto sociocultural son determinantes clave en el desarrollo emprendedor. Mientras que la educación formal proporciona las herramientas necesarias para identificar y gestionar oportunidades, el entorno sociocultural moldea las percepciones, motivaciones y acciones de los emprendedores.

## **2.2. Las motivaciones culturales y familiares en el emprendimiento**

La cultura desempeña un papel fundamental en la configuración de las motivaciones emprendedoras, influyendo en las percepciones, valores y comportamientos de los individuos. En el caso ecuatoriano, estas motivaciones culturales están frecuentemente arraigadas en tradiciones, normas sociales y valores comunitarios, los cuales determinan cómo se conciben y practican los emprendimientos (Hofstede, 2011). Por ejemplo, el deseo de preservar tradiciones familiares, contribuir al desarrollo de la comunidad y seguir modelos de éxito locales son elementos clave que impulsan la actividad emprendedora.

Diversos estudios han señalado que sociedades con altos niveles de colectivismo y fuertes lazos comunitarios fomentan el emprendimiento como un medio para alcanzar el bienestar colectivo y preservar valores culturales (Hayton et al., 2002). En Ecuador, esto se manifiesta especialmente en los emprendimientos orientados al turismo cultural y ecológico, que no solo buscan promover la identidad local, sino también proteger los recursos naturales.

El emprendimiento, además, está profundamente influenciado por los recursos familiares. Las familias no solo actúan como fuente de respaldo financiero, sino que también moldean el capital humano necesario para el éxito empresarial (Levine & Rubinstein, 2016). Numerosos estudios han identificado a los padres como modelos de conducta que inspiran habilidades y preferencias emprendedoras en las nuevas generaciones (Halaby, 2003; Hoffmann et al., 2015). Este apoyo familiar constituye un pilar en la formación de emprendedores y sus aspiraciones.

En un contexto más amplio, las normas culturales y nacionales también tienen un impacto significativo en la educación para el emprendimiento. Se ha demostrado que dimensiones culturales como la baja distancia al poder, la tolerancia a la incertidumbre, la orientación hacia el logro y el individualismo promueven la acción emprendedora (Hofstede, 2011). Estas diferencias culturales influyen tanto en las actitudes hacia el emprendimiento como en la percepción de su viabilidad dentro de cada sociedad (Blenker et al., 2008; García-Rodríguez et al., 2017).

La relación entre el emprendimiento y la incertidumbre ha sido ampliamente documentada. Aunque resulta complejo definir cómo factores como las interacciones sociales, la herencia cultural y las preferencias individuales afectan el comportamiento emprendedor, su impacto es innegable (Thomassen et al., 2020). Las normas y valores de una sociedad, en particular, juegan un rol determinante en la creación y éxito de las empresas. Esto se traduce en el concepto de "cultura emprendedora", que hace referencia al grado en que una sociedad valora el emprendimiento como una opción deseable y viable, vinculando esta actitud a aspectos como la asunción de riesgos y el pensamiento innovador (Hayton & Cacciotti, 2014).

Estudios recientes han resaltado que los valores colectivos y las creencias compartidas dentro de un grupo influyen significativamente en las decisiones de sus miembros respecto al emprendimiento (Gorgievski et al., 2018). Este vínculo refuerza la idea de que las condiciones sociales y culturales desempeñan un papel crucial en el éxito de los empresarios (Martínez-Martínez, 2022; Shakeel et al., 2020). En el caso del Ecuador, estas dinámicas se hacen evidentes en iniciativas que buscan integrar aspectos culturales y ambientales, como los emprendimientos turísticos sostenibles.

En términos generales, la cultura puede entenderse como una filosofía compartida que distingue a los individuos dentro de un grupo, influyendo no solo en sus interacciones sociales, sino también en su capacidad para gestionar conocimientos y adaptarse a entornos cambiantes (Huang et al., 2013). Este carácter esencial de la cultura emprendedora ha sido constante a lo largo del tiempo, y es probable que continúe desempeñando un papel central en el futuro (Kusio & Fiore, 2020).

### **III. METODOLOGÍA**

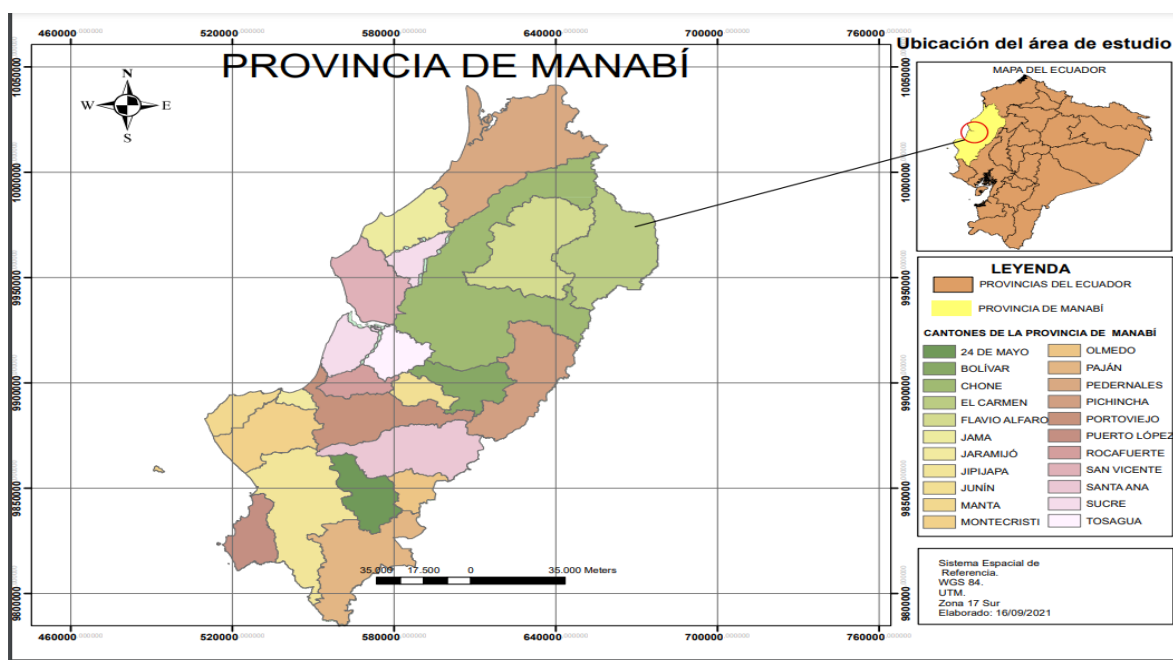
La metodología utilizada en este artículo adopta un enfoque de estudio de caso para analizar el ecosistema emprendedor turístico en la provincia de Manabí, Ecuador. Este enfoque permite evaluar las características distintivas de los emprendedores turísticos en la región y las dinámicas que influyen en el desarrollo de sus emprendimientos.

El estudio se enfoca en identificar las características principales y los perfiles de los emprendedores turísticos en la provincia de Manabí, explorando aspectos clave como sus motivaciones, capacidades y fuentes de financiamiento. Además, se busca conectar variables determinantes como las motivaciones culturales y el nivel educativo, lo que permite una comprensión más profunda de las dinámicas que influyen en el ecosistema emprendedor. Para ello, se utiliza un cuestionario estructurado diseñado para recopilar datos representativos de esta población, garantizando una aproximación integral y contextualizada. El cuestionario aplicado se encuentra detallado en el Apéndice A, lo que garantiza la transparencia y replicabilidad del estudio.

#### **3.1. Contextualización de la provincia de Manabí**

Manabí, ubicada en la región costera del noroeste de Ecuador, se distingue por su amplia extensión territorial (18,427.60 km<sup>2</sup>) y una rica diversidad cultural, natural y económica (Figura 1). Con una población de aproximadamente 1.37 millones de habitantes, la provincia posee un destacado potencial turístico gracias a sus abundantes recursos naturales y culturales, posicionándose como un destino clave dentro del país (Gobierno Provincial Manabí, 2015; Intriago et al., 2021). Este atractivo turístico la consolida como una de las principales provincias receptoras de visitantes a nivel nacional (Alfonso et al., 2017).

Figura 1. Mapa de la ubicación geográfica de Manabí, Ecuador



Fuente: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo de Ecuador (2015).

Manabí es hogar de una fuerte identidad cultural influenciada por sus raíces ancestrales y su historia mestiza. Tradiciones, gastronomía, música y artesanía caracterizan a su población, predominantemente mestiza (70%) y montubia (19%). Sin embargo, enfrenta desafíos significativos en educación, con solo el 11.67% de su población completando estudios superiores, lo que influye directamente en las capacidades y competencias de los emprendedores turísticos (INEC, 2020).

La provincia cuenta con una notable variedad de ecosistemas que incluyen bosques secos y húmedos, humedales y áreas protegidas como el Parque Nacional Machalilla. Estos recursos, combinados con su extenso perfil costero (350 km), ofrecen oportunidades para actividades ecoturísticas como la observación de ballenas, trekking y exploración de reservas ecológicas. Sin embargo, la degradación ambiental, como la deforestación y la contaminación de humedales, amenaza la sostenibilidad de estos recursos (SENPLADES, 2017).

Con 1,587 establecimientos turísticos registrados en 2020, Manabí ocupa el cuarto lugar a nivel nacional en oferta turística. Sus servicios están dominados por microempresas (88.74%), principalmente en los sectores de alimentos y bebidas (66.6%) y alojamiento (22.31%) (MINTUR, 2021). Los principales destinos turísticos incluyen Manta, Puerto López y Pedernales, reconocidos por sus playas, biodiversidad y eventos culturales.

Esta caracterización resalta la importancia de potenciar las capacidades educativas y empresariales de los emprendedores turísticos, promover la conservación de recursos naturales y fortalecer la infraestructura turística para garantizar un desarrollo sostenible. Manabí posee un ecosistema emprendedor con oportunidades significativas, aunque limitado por desigualdades estructurales y desafíos ambientales.

### 3.2. Muestreo, población y muestra

La población de referencia se compone de emprendedores turísticos con actividad temprana (TEA), que representan el 36.2% de la población económicamente activa (PEA) de Manabí, equivalente a 267,334 personas (GEM ECUADOR, 2020). De esta población, el 69% está orientada a actividades de consumo como ocio, alojamiento y alimentos y bebidas, resultando en 184,460 emprendedores potenciales. Para obtener una muestra representativa, se calcularon 384 encuestas con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, parámetros ampliamente utilizados en investigaciones sociales (Carballo et al., 2016).

La selección de los emprendimientos se realizó mediante un muestreo probabilístico aleatorio sistemático, seleccionando aleatoriamente un primer emprendimiento y continuando con intervalos fijos en sitios turísticos representativos de la provincia. El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 12 de octubre y el 7 de diciembre de 2022. Para minimizar sesgos en la recolección de datos, se aplicaron las siguientes estrategias: (a) un muestreo aleatorio sistemático para evitar sesgos de selección, (b) la estandarización del cuestionario con preguntas cerradas para reducir la subjetividad en las respuestas, (c) la capacitación de encuestadores para garantizar neutralidad en la aplicación del instrumento y (d) la validación del cuestionario mediante pruebas piloto previas a su implementación.

### **3.3. Estructura del cuestionario y variables de análisis**

El cuestionario (Apéndice A), basado en estudios previos reconocidos (Carballo et al., 2016; Schmidt & Bohnenberger, 2009), se estructuró en dos partes principales:

1. Características demográficas: Preguntas relacionadas con edad, sexo, nivel educativo y ocupación principal, diseñadas para identificar el perfil básico de los emprendedores (preguntas 1-4).
2. Características de la actividad emprendedora: Incluye preguntas sobre las motivaciones para emprender, la generación de empleo, las fuentes de financiamiento y la etapa de desarrollo de los emprendimientos (preguntas 5-8).

Las motivaciones emprendedoras incluidas en el cuestionario fueron seleccionadas en base a la metodología del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020), la cual clasifica las razones para emprender en seis categorías principales: (1) cultura, (2) continuar una tradición familiar, (3) marcar una diferencia en el mundo, (4) trabajo, (5) incrementar los ingresos personales y (6) ganarse la vida porque el empleo es escaso. Esta categorización ha sido implementada en 50 economías a nivel global, lo que justifica la validez y aplicabilidad del enfoque adoptado en este estudio.

### **3.4. Análisis estadístico**

La fase cuantitativa del estudio empleó técnicas de análisis estadístico multivariante, incluyendo análisis discriminante, factorial exploratorio, conglomerados jerárquicos y K-medias (García, 2022). Estas herramientas son fundamentales para segmentar a los emprendedores turísticos en función de sus motivaciones y otras características, proporcionando una visión profunda de los patrones que definen las dinámicas del ecosistema emprendedor.

El análisis factorial exploratorio (AFE) se utilizó para identificar las dimensiones subyacentes en los datos recopilados y segmentar a los emprendedores turísticos en función de sus motivaciones. Dado que la metodología GEM (2020) establece que los emprendedores pueden compartir múltiples motivaciones simultáneamente, la inclusión del AFE permite



captar la interrelación entre estas variables y validar la estructura de los factores que influyen en la actividad emprendedora.

Las técnicas de conglomerados jerárquicos y K-medias facilitaron la clasificación de los emprendedores en grupos homogéneos según sus características. Estas metodologías han sido ampliamente validadas en investigaciones previas sobre perfiles emprendedores (Clemente et al., 2008; Salati et al., 2018) y son esenciales para explorar cómo las motivaciones y otros factores influyen en la segmentación de los emprendedores turísticos.

#### IV. RESULTADOS

##### 4.1. Análisis factorial: perfiles de emprendedores turísticos y sus motivaciones

Los resultados del análisis factorial revelan dos perfiles distintos de emprendedores basados en sus motivaciones (tabla 1). El primer componente explica el 49.554% de la varianza, mientras que el segundo componente explica el 20.393%, juntos representan el 69.947% de la varianza total, con una consistencia interna aceptable (alfa de Cronbach de 0.83 y 0.79, respectivamente). La prueba de esfericidad de Bartlett valida el modelo (Chi-cuadrado = 790,699,  $p = 0,000$ ). Estos hallazgos subrayan la coherencia del análisis factorial en la comprensión de las diversas motivaciones emprendedoras y resaltan la necesidad de adaptar las políticas de apoyo al emprendimiento según los perfiles identificados.

Tabla 1. Análisis Factorial de las variables motivaciones emprendedoras

Motivaciones emprendedoras	Componente		FACTORES
	1	2	
<b>Cultura</b>	<b>,879</b>		<b>Factor 1:</b> Emprendedor-cultura
Continuar una tradición familiar	,853		
Marcar una diferencia en el mundo	,843		
<b>Trabajo</b>		<b>,861</b>	<b>Factor 2:</b> Emprendedor-trabajo
Incrementar los ingresos personales		,784	
Ganarse la vida porque el empleo es escaso		,590	
<b>Número de casos en cada clúster</b>	167 (43,5%)	217 (56,5%)	
<b>Autovalores</b>	2,973	1,224	
<b>% Varianza explicada</b>	49,554	20,393	
<b>% Varianza acumulada</b>	49,554	69,947	
<b>Alfa de Cronbach</b>	0,83	0,79	
<b>KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)</b>	<b>0.783</b>		
<b>Prueba de esfericidad de Bartlett</b>	<b>Chi-cuadrado = 790,699</b>		<b>sig. = 0,000</b>

Fuente: Garcia (2022).

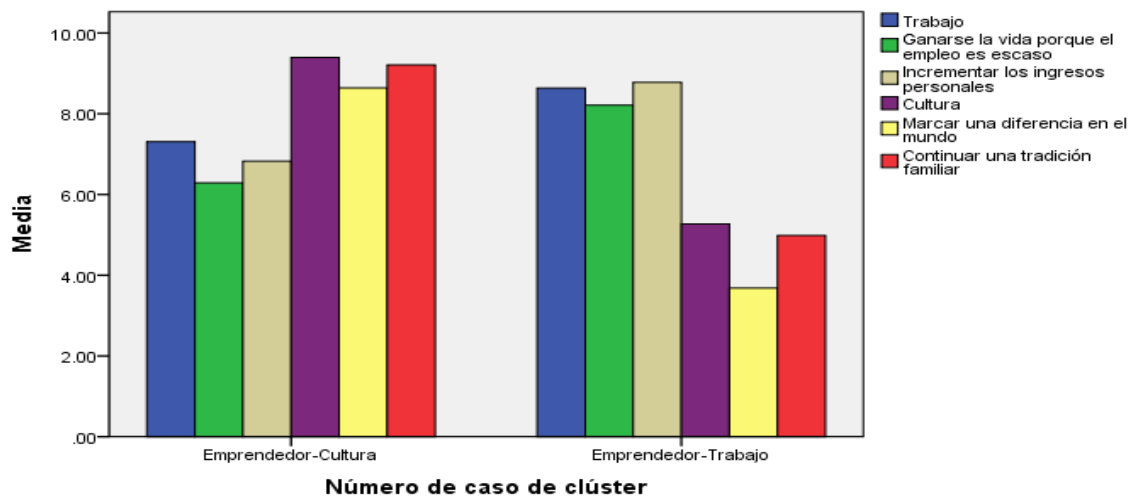
El análisis factorial identificó dos componentes principales de motivación emprendedora: "Emprendedor-cultura" y "Emprendedor-trabajo". Cada uno de estos componentes resalta diferentes impulsos y perfiles de emprendedores, lo cual es esencial para comprender las dinámicas del emprendimiento en el contexto del turismo ecuatoriano (Gráfico 1).

El primer componente, denominado "Emprendedor-cultura", una fuerte asociación con motivaciones relacionadas con la cultura, el impacto social y la continuidad de tradiciones familiares. Estas motivaciones reflejan un vínculo profundo con el entorno sociocultural, donde las comunidades y las familias desempeñan un papel crucial en la formación de habilidades y valores emprendedores.

Los hallazgos coinciden con investigaciones previas como la de Hoffmann et al. (2015) y Vladasel et al. (2021), quienes destacan que los contextos culturales moldean las preferencias y habilidades empresariales. Además, estudios como el de Thomassen et al. (2020) refuerzan la idea de que aspectos como la herencia cultural y la sensibilidad social influyen significativamente en las intenciones emprendedoras.

Este perfil de emprendedores prioriza objetivos más allá de los económicos, buscando preservar tradiciones y fortalecer la identidad cultural a través de sus actividades. Esto sugiere la necesidad de políticas que fomenten el emprendimiento cultural y la innovación basada en los valores comunitarios.

Gráfico 1. Distribución de Motivaciones según Tipo de Clúster



Por otro lado, el segundo componente, llamado "Emprendedor-trabajo", se centra en motivaciones relacionadas con la necesidad económica, como la búsqueda de ingresos y la generación de empleo en un contexto de escasez laboral. Estos hallazgos se alinean con estudios como los de Reynolds et al. (2002) y Abu Bakar et al. (2017), quienes evidencian que el emprendimiento por necesidad surge como una estrategia de subsistencia en entornos con oportunidades laborales limitadas. Este perfil resalta la importancia de mejorar las condiciones laborales y ampliar el acceso al empleo formal, ya que gran parte de estos emprendedores ingresan al mercado no por oportunidad, sino por falta de alternativas.

La segmentación en dos clústeres (Emprendedor-Cultura y Emprendedor-Trabajo) permite observar diferencias significativas en las características demográficas y empresariales. La tabla 2 proporciona una segmentación de emprendedores en dos clústeres distintos: "Emprendedor-cultura" y "Emprendedor-trabajo". Estos clústeres muestran diferencias significativas en varias características demográficas y de la actividad emprendedora.

El clúster "Emprendedor-Cultura" se caracteriza por agrupar a personas con niveles educativos elevados, predominando aquellos con estudios postsecundarios (42.5%) y universitarios (19.2%). Este grupo destaca por una alta proporción de autoempleados (52.1%) y emprendedores que generan empleo en categorías de 10 a 49 empleados, alcanzando un notable 51.5%. En cuanto a las fuentes de financiamiento, predominan los ahorros familiares (49.7%), lo que pone de manifiesto el sólido respaldo comunitario y familiar que sustenta las iniciativas empresariales. Además, una significativa proporción de estos emprendedores se encuentra en la etapa establecida de su actividad (48.5%), lo que indica una mayor sostenibilidad y estabilidad en sus modelos de negocio.

Los resultados del clúster "Emprendedor-Cultura" destacan la relevancia de los factores sociales y culturales en la configuración del perfil emprendedor, en línea con las afirmaciones de López et al. (2006). La interrelación entre el nivel educativo, el soporte familiar y la sostenibilidad empresarial sugiere que las decisiones empresariales no solo son influenciadas por aspectos individuales, sino también por el contexto social y las creencias compartidas (Krueger et al., 2000; Martínez-Martínez, 2022). Este contexto fomenta un entorno favorable para el desarrollo de competencias clave en el emprendimiento, fortaleciendo la resiliencia de los emprendedores.

Tabla 2. Relación con las características demográficas y actividad emprendedora

Relación con las características demográficas y de la actividad emprendedora (%)	Clúster 1	Clúster 2	Muestra (%)	Chi-cuadrado	
	Emprendedor-cultura	Emprendedor-trabajo		Estadístico	Sig. Asintótica
<b>Nivel de estudios completados</b>				84,354 <sup>a</sup>	0,000
Sin estudios	2,4	1,8	2,1		
Primaria	1,2	<b>22,1</b>	13,0		
Secundaria	<b>29,9</b>	<b>34,1</b>	32,3		
Postsecundaria	<b>42,5</b>	<b>41,9</b>	42,2		
Universitaria	<b>19,2</b>	0,0	8,3		
Masterado / doctorado	4,8	0,0	2,1		
<b>Ocupación principal</b>				191,214 <sup>a</sup>	0,000
Empleado	29,3	21,2	24,7		
Dedicado al hogar	8,4	10,1	9,4		
Retirado / discapacitado	9,0	20,3	15,4		
Estudiante	0,0	6,5	3,6		
Desempleado	1,2	<b>41,0</b>	23,7		
Autoempleado	<b>52,1</b>	0,9	23,2		
<b>Generación de empleo por la actividad emprendedora</b>				135,671 <sup>a</sup>	0,000
Sin empleados	9,0	<b>48,8</b>	31,5		
1-9 empleados	<b>35,9</b>	<b>45,6</b>	41,4		
10-49 empleados	<b>51,5</b>	5,5	25,5		
50-199 empleados	3,6	0,0	1,6		
<b>Fuente de financiamiento de emprendedores</b>				178,062 <sup>a</sup>	0,000
Ahorros personales	6,0	<b>52,1</b>	32,0		
Ahorros familiares	<b>49,7</b>	8,3	26,3		
Empleador o colegas	8,4	26,7	18,8		
Bancos	20,4	12,9	16,1		
Gobierno	4,2	0,0	1,8		
Incubadoras de proyectos	5,4	0,0	2,3		
Inversionistas ángel	3,6	0,0	1,6		
Crowdfunding	2,4	0,0	1,0		
<b>Etapas actividad emprendedora</b>				78,768 <sup>a</sup>	0,000
Naciente	15,6	<b>50,7</b>	35,4		
Nuevo	35,9	31,8	33,6		

Establecido	<b>48,5</b>	13,8	28,9		
Salida de negocios	0,0	3,7	2,1		

Fuente: García (2022).

El estudio de Ramírez-Montoya et al. (2024) y Martínez-Martínez (2022) refuerzan la importancia de las competencias socioculturales para preparar a los futuros líderes en la resolución de desafíos globales. La prevalencia de emprendedores establecidos y la capacidad de generar empleo en este clúster son indicadores de un ecosistema que prioriza no solo la creación de valor económico, sino también el fortalecimiento de redes de apoyo comunitarias y culturales. Estas dinámicas subrayan la necesidad de enfoques integrales que consideren el rol de la educación, el financiamiento y los valores socioculturales en el diseño de políticas públicas para promover el emprendimiento sostenible.

En síntesis, el clúster "Emprendedor-Cultura" ilustra cómo la combinación de educación avanzada, apoyo familiar y una sólida base cultural contribuye a la estabilidad empresarial y la generación de empleo. Esto invita a futuras investigaciones a explorar más a fondo cómo las dinámicas sociales y culturales influyen en la sostenibilidad del emprendimiento en diferentes regiones y sectores económicos.

Por otro lado, el clúster "Emprendedor-Trabajo" se compone mayoritariamente de personas con niveles educativos bajos, con una representación significativa de individuos con educación primaria (22.1%) y secundaria (34.1%). Este grupo presenta una alta proporción de desempleados (41.0%) y emprendedores sin empleados (48.8%), lo que sugiere que el emprendimiento en este segmento está impulsado por la necesidad económica más que por la oportunidad, predominando un enfoque de subsistencia.

La principal fuente de financiamiento son los ahorros personales (52.1%), lo que refleja barreras estructurales en el acceso a financiamiento externo. Además, la mayoría de estos emprendedores se encuentran en la etapa naciente (50.7%), lo que indica una alta vulnerabilidad y menores probabilidades de consolidación empresarial. Este perfil evidencia la urgencia de políticas públicas orientadas al fortalecimiento de capacidades empresariales, la mejora del acceso a recursos financieros y la creación de oportunidades formales de empleo, con el objetivo de transformar estos emprendimientos en iniciativas sostenibles y escalables.

El perfil del clúster "Emprendedor-Trabajo" refuerza las observaciones de Martínez-Martínez (2022), quien subraya que el estatus social y económico es un factor determinante en la elección de carrera y en las motivaciones empresariales. Este clúster refleja un tipo de emprendimiento basado en la necesidad económica, que enfrenta mayores barreras estructurales y limitaciones en comparación con los emprendimientos basados en la oportunidad.

La dependencia de los ahorros personales como principal fuente de financiamiento resalta las limitaciones del sistema financiero para apoyar a los emprendedores en etapas tempranas, en línea con los hallazgos de Mars & Ginter (2012), quienes destacan la importancia de conectar a emprendedores con redes de apoyo académico y empresarial. Además, Blenker et al. (2008) enfatizan la necesidad de estrategias institucionales integrales que promuevan la educación emprendedora y el acceso a recursos en contextos vulnerables.

En resumen, el análisis factorial y la segmentación reflejan dos perfiles de emprendedores claramente diferenciados. El primero, identificado en el clúster "Emprendedor-Cultura", se asocia con mayores niveles educativos, mayor generación de empleo, acceso a financiamiento familiar y una predominancia de emprendedores en etapas avanzadas, destacando la

importancia del contexto social y educativo. En contraste, el clúster "Emprendedor-Trabajo" subraya la vulnerabilidad derivada de la necesidad económica y la ausencia de condiciones favorables para la consolidación empresarial.

El clúster "Emprendedor-Trabajo" resalta la necesidad de un enfoque multidimensional para abordar las limitaciones estructurales y potenciar las capacidades empresariales. Las universidades, como actores estratégicos, pueden desempeñar un papel fundamental en la creación de ecosistemas emprendedores resilientes mediante la educación, el apoyo financiero y la conexión con redes productivas. Este enfoque integral no solo puede transformar las condiciones de los emprendedores de subsistencia, sino también contribuir al desarrollo económico y social sostenible.

Las universidades, como actores clave en los ecosistemas emprendedores, tienen un papel transformador en este contexto. Según García-González y Ramírez-Montoya (2021) estas instituciones pueden ofrecer programas de capacitación en competencias empresariales, establecer incubadoras de empresas y desarrollar estrategias para financiar emprendimientos nacientes. Thomassen et al. (2020) destacan que las universidades no solo deben diseñar programas educativos enfocados en el emprendimiento, sino también integrarse en el entorno regional para fomentar conexiones con la industria y redes de apoyo.

La evidencia también sugiere que las iniciativas de educación emprendedora pueden tener un impacto significativo en la transformación de los emprendimientos de subsistencia hacia modelos sostenibles. Walter et al. (2013) afirman que los programas educativos, combinados con vínculos con la industria y actividades extracurriculares, como incubadoras, pueden mejorar la intención de autoempleo y fortalecer las capacidades empresariales. Esto es particularmente relevante para el clúster "Emprendedor-Trabajo", donde la educación y el apoyo institucional pueden ser catalizadores para superar las barreras estructurales.

## **V. CONCLUSIONES**

El artículo examina las dinámicas del emprendimiento turístico en Ecuador, analizando cómo el nivel educativo y las motivaciones culturales influyen en el desempeño y las características de los emprendedores en la provincia de Manabí. Los resultados revelan la existencia de dos perfiles diferenciados: el clúster "Emprendedor-Cultura", compuesto por emprendedores con mayor nivel educativo y motivaciones culturales profundamente arraigadas, y el clúster "Emprendedor-Trabajo", conformado mayoritariamente por emprendedores con menor nivel educativo y motivados principalmente por necesidades económicas.

El análisis evidencia que los emprendedores del clúster "Emprendedor-Cultura" tienen una mayor capacidad para generar empleo y establecer negocios sostenibles, mientras que el clúster "Emprendedor-Trabajo" enfrenta barreras significativas relacionadas con la falta de acceso a financiamiento, la vulnerabilidad económica y la limitada consolidación empresarial. Este panorama subraya la necesidad de implementar políticas públicas y estrategias diferenciadas para atender las características particulares de ambos perfiles.

Por un lado, los emprendedores del clúster "Emprendedor-Cultura" se beneficiarían de programas que fortalezcan la conexión entre la actividad empresarial y la preservación cultural, promoviendo modelos de negocio que integren impacto social y económico. Por otro lado, el clúster "Emprendedor-Trabajo" requiere políticas específicas que prioricen el acceso

a recursos financieros, capacitación técnica y mentorías, con el objetivo de mitigar la vulnerabilidad de los emprendimientos en etapas iniciales y promover su sostenibilidad.

Una limitación del estudio radica en que los resultados están basados únicamente en la provincia de Manabí, lo que podría limitar la generalización de los hallazgos a otras regiones de Ecuador o contextos internacionales. Además, se reconoce que el uso de encuestas puede introducir sesgos en las respuestas, pese a las estrategias implementadas para minimizarlos, como la estandarización del cuestionario y la capacitación de los encuestadores.

Para futuras investigaciones, se recomienda ampliar el alcance del estudio a nivel nacional y considerar variables adicionales que permitan explorar con mayor profundidad las dinámicas del emprendimiento turístico en diversos contextos. También sería valioso analizar longitudinalmente cómo evolucionan los clústeres identificados y cómo responden a políticas públicas específicas.

En este contexto, las instituciones educativas juegan un papel fundamental al diseñar programas educativos enfocados en competencias empresariales, establecer incubadoras de negocios y fomentar vínculos entre los emprendedores, la industria y las redes de apoyo. Las universidades, como actores clave, tienen la responsabilidad de integrarse en los ecosistemas locales y diseñar estrategias que reduzcan las desigualdades estructurales y fortalezcan la capacidad de los emprendedores para adaptarse a entornos dinámicos y desafiantes.

Finalmente, este análisis destaca la importancia de un enfoque integral que combine educación, innovación y apoyo empresarial para fomentar ecosistemas emprendedores resilientes. Esto no solo contribuirá a un desarrollo económico y social más inclusivo, sino que también permitirá consolidar modelos de negocio sostenibles y escalables que impulsen la transformación de las comunidades locales en Ecuador.

### **Autoría del trabajo**

Conceptualización, (N.G.R; M.F.G.F); metodología, (N.G.R; Y.Q.I); adquisición de datos, (N.G.R); análisis e interpretación, (N.G.R; Y.Q.I; M.F.G.F); redacción, revisión y edición, (N.G.R; Y.Q.I; M.F.G.F). El autor ha leído y está de acuerdo con la versión publicada del manuscrito.

## **VI. BIBLIOGRAFÍA**

Abu Bakar, Abdul Rahim, Ahmad, Syed Zamberi, Wright, Norman., & Skoko, Hazbo (2017). The propensity to business startup: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) data in Saudi Arabia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(3), 263–285. <https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2016-0049>

Alfonso, Rodney, García, Nicolás, & Rodríguez, Alisis (2017). Promoción Turística Basada en una herramienta Web para el cantón Bolívar, Ecuador. *Revista ECA Sinergia. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. U.T.M.*, 8(1), 61–74. <http://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/785>

Almeida, Antonio, & Garrod, Brian (2024). Drivers and inhibitors of entrepreneurship in Europe's Outermost Regions: Implications for entrepreneurship education. *International Journal of Management Education*, 22(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100975>

- Audretsch, David, Mason, Colin, Miles, Morgan P., & O'Connor, Allan (2021). Time and the dynamics of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship and Regional Development*, 33(1-2), 1-14. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1734257>
- Barreiro, Rosario, López, Selena, & Garcia, Nelson (2024). Propuesta de indicadores de competitividad turística en el desarrollo de emprendimientos de la zona norte de Manabí, Ecuador. *Kalpana*, 26(julio-2024), 17-94. <https://www.researchgate.net/publication/382140566>
- Barrero, Juan Pablo, Delgado-García, José B., & Pérez-Fernández, Héctor (2024). Training entrepreneurs in culturally diverse countries. Influence of Social Norms on Entrepreneurial Intention. *International Journal of Management Education*, 22(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101059>
- Blenker, Poul, Dreisler, Poul, Faergemann, Henrik M., & Kjeldsen, Jens (2008). A framework for developing entrepreneurship education in a university context. *International Journal Entrepreneurship Education in a University Context*, 5(1), 45-63.
- Bravo, Idilia Fernanda, Bravo, María Ximena, Preciado, Joffre Danny, & Mendoza, Mariana (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, 118-138. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rep/n33/2477-9075-rep-33-00139.pdf>
- Brush, Candida, Ali, Asim, Kelley, Donna, & Greene, Patricia. (2017). The influence of human capital factors and context on women's entrepreneurship: Which matters more? *Journal of Business Venturing Insights*, 8(April), 105-113. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.08.001>
- Carballo, Roberto, Fraiz, José Antonio, Araújo, Noelia, & Rivo, Elena (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra (Ourense). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 369-383. <https://doi.org/10.25145/J.PASOS.2016.14.024>
- Carpenter, Alex, & Wilson, Rachel (2022). A systematic review looking at the effect of entrepreneurship education on higher education student. *International Journal of Management Education*, 20(2), 100541. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100541>
- Clemente, José Serafín, Roig, Bernat, Valencia, Sara, rabadán, María Teresa y Martínez, Cristina (2008). Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercado. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2), 189-198. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.015>
- Duan, Carson, Sandhu, Kamaljeet, & Kotey, Bernice (2021). Understanding immigrant entrepreneurship: a home-country entrepreneurial ecosystem perspective. *New England Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 2-20. <https://doi.org/10.1108/NEJE-05-2020-0013>
- Feola, Rosangela, Crudele, Chiara & Celenta, Ricky (2024). Developing cross-cultural competence in entrepreneurship education: What is the role of the university. *International Journal of Management Education*, 22(3), 101055. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101055>
- Fuentelsaz, Lucio, González, Consuelo, Maicas, Juan Pedro, & Montero, Javier (2015). How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(4), 246-258. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.02.001>
- García-González, Abel, & Ramírez-Montoya, María Soledad (2021). Social entrepreneurship education: changemaker training at the university. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(5), 1236-1251. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2021-0009>

García-Rodríguez, Francisco Javier, Gil-Soto, Esperanza, Ruiz-Rosa, Inés, & Gutiérrez-Taño, Desiderio (2017). Entrepreneurial potential in less innovative regions: the impact of social and cultural environment. *European Journal of Management and Business Economics*, 26(2), 163–179. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-07-2017-010>

García, Nelson. (2022). Desarrollo territorial sostenible del turismo en Manabí, Ecuador. Modelos y estrategias [Universidad de Alicante]. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/133318>

García, Nelson (2024). La innovación del modelo de negocio sostenible en los emprendimientos turísticos ecuatorianos: una revisión sistemática de la literatura. *Región y Sociedad*, 36(e1855). <https://doi.org/10.22198/rys2024/36/1855>

García, Nelson (2025). Medición de competitividad en ecosistemas emprendedores del turismo: modelo, metodología y herramienta de evaluación. *Reflexiones*, 104(2), 1–27. <https://doi.org/10.15517/rr.v104i2.61419>

GEM ECUADOR (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*. ESPAE, Escuela de Negocios de La ESPOL. [https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM\\_Ecuador\\_2019.pdf](https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf)

Gobierno Provincial Manabí (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Manabí 2015 - 2024 provincia del Milenio*, 1–310. [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1360000120001\\_PDyOT\\_Manabi\\_actualizado\\_31-10-2016\\_ultimo\\_29-12-2016\\_09-46-27.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360000120001_PDyOT_Manabi_actualizado_31-10-2016_ultimo_29-12-2016_09-46-27.pdf)

Gorgievski, Marjan J., Stephan, Ute, Laguna, Manuel, & Moriano, Juan Antonio (2018). Predicting Entrepreneurial Career Intentions: Values and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Career Assessment*, 26(3), 457–475. <https://doi.org/10.1177/1069072717714541>

Halaby, Charles N. (2003). Where job values come from: Family and schooling background, cognitive ability, and gender. *American Sociological Review*, 68(2), 251–278. <https://doi.org/10.2307/1519768>

Hayton, James, & Cacciotti, Gabriella (2014). Culture and entrepreneurship: Empirical evidence for direct and indirect effects. In *Handbook of Research on Entrepreneurship: What We Know and What We Need to Know* (Issue 2002). <https://doi.org/10.4337/9780857936929.00014>

Hayton, James, George, Gerard, & Zahra, Shaker A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 33–52. <https://doi.org/10.1177/104225870202600403>

Hoffmann, Anders, Junge, Martin, & Malchow-Møller, Nikolaj (2015). Running in the family: parental role models in entrepreneurship. *Small Business Economics*, 44(1), 79–104. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9586-0>

Hofstede, Geert (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1–26. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>

Hogendoorn, Bram, Rud, Iryna, Groot, Wim, & Maassen van den Brink, Henriëtte (2019). The Effects of Human Capital Interventions on Entrepreneurial Performance in Industrialized Countries. *Journal of Economic Surveys*, 33(3), 798–826. <https://doi.org/10.1111/joes.12308>

Hsu, Dan, Burmeister-Lamp, Katrin, Simmons, Sharon A., Foo, Maw Der, Hong, Michelle & Pipes, Jesse (2019). “I know I can, but I don’t fit”: Perceived fit, self-efficacy, and



entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311–326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.08.004>

Huang, Yan, Oppewal, Harmen, & Mavondo, Felix (2013). The influence of ethnic attributes on ethnic consumer choice of service outlet. *European Journal of Marketing*, 47(5), 877–898. <https://doi.org/10.1108/03090561311306930>

INEC (2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. <http://indicadores.igualdad.gob.ec/DatosIndicadores-41-7-98>

Intriago, María Marcelina, Vélez, Anita Maribel, & Garcia, Nelson (2021). Producto Agroturístico en el aprovechamiento del potencial de los espacios rurales: cantón Chone. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística*, 1(1), 59–64. <https://revistasespam.espam.edu.ec/index.php/rigistur/article/view/258>

Jie, Shuijing & Harms, Rainer (2017). Cross-Cultural Competences and International Entrepreneurial Intention: A Study on Entrepreneurship Education. *Education Research International*, 2017(1). <https://doi.org/10.1155/2017/9042132>

Jiménez, Alfredo, Palmero-Cámara, Carmen, González-Santos, María Josefa, González-Bernal, Jerónimo & Jiménez-Eguizábal, Juan Alfredo (2015). The impact of educational levels on formal and informal entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(3), 204–212. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.02.002>

Krueger, Norris F., Reilly, Michael D., & Carsrud, Alan L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)

Kusio, Tomasz, & Fiore, Marianonietta (2020). The perception of entrepreneurship culture by internal university stakeholders. *European Business Review*, 32(3), 443–457. <https://doi.org/10.1108/EBR-05-2019-0087>

Levie, Jonathan, & Autio, Erkko. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235–263. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9136-8>

Levine, Ross, & Rubinstein, Yona. (2016). Smart and Illicit: Who Becomes an Entrepreneur and Do They Earn More? *The Quarterly Journal of Economics Advance Access*, July, 1–22. <https://doi.org/10.1093/qje/qjw044>

Lin, Michel, Sharma, Amit, Pan, Bing, & Quadri-Felitti, Donna (2023). Information asymmetry in the innovation adoption decision of tourism and hospitality SMEs in emerging markets: A mixed-method analysis. *Tourism Management*, 99, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104793>

López, Ángeles, Vázquez, Paula & Muñoz, Nieves (2006). Estudio de la actividad emprendedora en España mediante un análisis de conglomerados. *Esic Market*, 124, 145–172. <https://investigacion.usc.es/documentos/5d1df6c329995204f76777f5>

Mars, Matthew M., & Ginter, Mary Beth (2012). Academic Innovation and Autonomy: An Exploration of Entrepreneurship Education Within American Community Colleges and the Academic Capitalist Context. *Community College Review*, 40(1), 75–95. <https://doi.org/10.1177/0091552111436209>

Martínez-Martínez, Sofia Louise (2022). Entrepreneurship as a multidisciplinary phenomenon: culture and individual perceptions in business creation. *Academia Revista*

*Latinoamericana de Administración*, 35(4), 537–565. <https://doi.org/10.1108/ARLA-02-2021-0041>

MINTUR (2021). *Visualizador de Información Turística. Indicadores Económicos en Turismo*. Ministerio de Turismo del Ecuador. <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>

Omri, Anis (2020). Formal versus informal entrepreneurship in emerging economies: The roles of governance and the financial sector. *Journal of Business Research*, 108(April 2019), 277–290. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.027>

Omri, Anis, & Afi, Hatem (2020). How can entrepreneurship and educational capital lead to environmental sustainability? *Structural Change and Economic Dynamics*, 54, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2020.03.007>

Postigo, Álvaro, García-Cueto, Eduardo, Muñiz, José, González-Nuevo, Carlos, & Cuesta, Marcelino (2023). Measurement invariance of entrepreneurial personality in relation to sex, age, and self-employment. *Current Psychology*, 42(4), 3160–3170. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01685-9>

Ramírez-Montoya, María Soledad, Casillas-Muñoz, Fidel, Tariq, Rasikh, Álvarez-Icaza, Inés & Portuguese-Castro, May (2024). Reimagining the future through the co-creation of social entrepreneurship in higher education: a multivariate prediction model approach. *Kybernetes*, 54(16), 1–19. <https://doi.org/10.1108/K-07-2024-1924>

Ratten, Vanessa, & Usmanij, Petrus (2021). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction? *International Journal of Management Education*, 19(1), 100367. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100367>

Reynolds, Paul, Bygrave, William, Autio, Erkko, Cox, Larry, & Hay, Michael (2002). *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive Report*. Babson College, London Business School and Kauffman Foundation. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1977.0409>

Rocha, Raysa Gonçalves, Paço, Arminda do, & Alves, Helena (2024). Entrepreneurship education for non-business students: A social learning perspective. *International Journal of Management Education*, 22(2), 100974. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100974>

Salati, Gustavo Hermínio, Sadao, Edson & Pedro, Matheus (2018). Effects of Entrepreneurial Characteristics and University Environment on Entrepreneurial Intention. *Revista de Administração Contemporânea*, 22(2), 226–248. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170133>

Saoula , Oussama, Shamim, Amjad , Ahmad, Munawar Javed & Abid, Muhammad Farrukh (2023). Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 17(1), 20–45. <https://doi.org/10.1108/apjie-06-2022-0055>

Schmidt, Serje & Bohnenberger, Maria Cristina (2009). Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. Entrepreneurial Profile and Organizational Performance. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(3), 450–467. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552009000300007>

SENPLADES (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo de Ecuador. [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_OK.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf)

Shakeel, Muhammad, Yaokuang, Luo, & Gohar, Ali (2020). Identifying the Entrepreneurial Success Factors and the Performance of Women-Owned Businesses in Pakistan: The Moderating Role of National Culture. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919520>

Soria-Barreto, Karla, Zuniga-Jara, Sergio & Ruiz-Campo, Sofia (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formacion Universitaria*, 9(1), 25–34. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>

Thomassen, Mette Lindahl, Williams Middleton, Karen, Ramsgaard, Michael Breum, Neergaard, Helle, & Warren, Lorraine. (2020). Conceptualizing context in entrepreneurship education: a literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(5), 863–886. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-04-2018-0258>

Triyono, Mochamad Bruri, Mutohhari, Farid, Kholifah, Nur, Nurtanto, Muhammad Nurtanto, Subakti, Hani, & Prasetya, Kiftian Hady (2023). Examining the Mediating-Moderating Role of Entrepreneurial Orientation and Digital Competence on Entrepreneurial Intention in Vocational Education. *Journal of Technical Education and Training*, 15(1), 116–127. <https://doi.org/10.30880/jtet.2023.15.01.011>

Valenzuela-Keller, Andrés Alejandro, Gálvez-Gamboa, Francisco Antonio, Contreras, Daniel Rodrigo, & Parraguez, Felipe (2021). Análisis del perfil emprendedor para la formación de las nuevas generaciones de jóvenes chilenos. *Información Tecnológica*, 32(1), 209–216. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642021000100209>

Vegetti, Federico & Adascalitei, Dragos (2017). The impact of the economic crisis on latent and early entrepreneurship in Europe. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1289–1314. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0456-5>

Vladasel, Theodor, Lindquist, Matthew J., Sol, Joeri, & van Praag, Mirjam (2021). On the origins of entrepreneurship: Evidence from sibling correlations. *Journal of Business Venturing*, 36(5). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106017>

Walter, Sascha G., Parboteeah, K. Praveen, & Walter, Achim (2013). University departments and self-employment intentions of business students: A cross-level analysis. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37(2), 175–200. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00460.x>