

40

Fecha de presentación: diciembre, 2020

Fecha de aceptación: febrero, 2021

Fecha de publicación: marzo, 2021

MICRO EMPRENDIMIENTOS

EN LA RUTA DEL PESCADOR, PROVINCIA DEL GUAYAS

MICRO ENTREPRENEURS IN THE FISHERMAN'S ROUTE, PROVINCE OF GUAYAS

Olga Bravo Acosta¹

E-mail: obravo@uteg.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0558-3228>

¹ Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Bravo Acosta, O. (2021). Micro emprendimientos en la ruta del pescador, provincia del Guayas. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(2), 375-382.

RESUMEN

El turismo es uno de los sectores de la economía que posee mayor versatilidad y flexibilidad para adaptarse a las condiciones propias de cada territorio, a la vez que mejor integra las dimensiones de la ruralidad. La Ruta del Pescador es un corredor turístico diseñado por el GAD Provincial, para fomentar la asociatividad de cada cantón o destino asociado. Para indagar sobre el perfil sociodemográfico y percepciones acerca del turismo de personas que ofertan bienes y/o servicios al mercado turístico local, se aplicó un total de 416 encuestas en el sector. A nivel general existe un predominio de mujeres micro emprendedoras, con la secundaria concluida y un grupo familiar de 1 a 6 personas. Los emprendimientos son realizados de manera formal o informal, tienen una duración mayoritaria de 4 a 10 años (negocio establecido), emplean de 1 a 10 trabajadores y se autofinancian. Los principales servicios ofertados son: restaurantes, venta ambulante de comidas, bebidas y suvenires, tiendas y artesanías. Entre las necesidades más valoradas figuran la publicidad y mercadeo de negocios junto con el acceso crediticio. Se concluye en el requerimiento de una perspectiva de género para las políticas públicas de apoyo a los emprendimientos.

Palabras clave: Ruta del Pescador, turismo, micro emprendimientos.

ABSTRACT

Tourism is one of the sectors of the economy that has greater versatility and flexibility to adapt to the conditions of each territory, while better integrating the dimensions of rurality. The Fisherman's Route is a tourist corridor designed by the Provincial GAD, to foster the associativity of each canton or associated destination. To inquire about the socio demographic profile and perceptions about tourism of people who offer goods and / or services to the local tourism market, 416 surveys applied in the sector. In general, there is a predominance of micro entrepreneurial women, with secondary school completed and a family group of 1 to 6 people. The ventures are carried out in a formal or informal manner, have a majority duration of 4 to 10 years (established business), employ 1 to 10 workers and self-finance. The main services offered are restaurants, street food, drinks and souvenirs, shops and handicrafts. Among the most valued needs are advertising and business marketing along with credit access. It concludes in the requirement of a gender perspective for public policies to support entrepreneurship.

Keywords: Fisherman's Route, tourism, micro entrepreneurs.

INTRODUCCIÓN

En América Latina y el Caribe, la dimensión territorial del desarrollo adquiere cada vez mayor relevancia, tanto por las transformaciones económicas globales, los procesos políticos regionales de desconcentración y descentralización, como por la existencia de una población rural estimada en 20%; ámbito en el cual se presentan altos índices de pobreza, que afecta más a las mujeres y sobre todo a los pueblos indígenas.

En el caso del Ecuador, existen seis niveles de Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs), aunado al propio proceso de cambio de la matriz productiva promovido desde el Estado central, circunstancias que imponen nuevas condiciones a las lógicas fundamentales del desarrollo en la escala local, especialmente cuando se encuentra referido a áreas rurales, que obligan a plantear objetivos de diversificación productiva, fomento del capital social, manejo sustentable de los recursos naturales, acceso a los mercados, defensa de la cultura y la biodiversidad.

En tal sentido, el turismo es uno de los sectores de la economía que posee mayor versatilidad y flexibilidad para adaptarse a las condiciones propias de cada territorio y de cada población, a la vez que mejor integra las dimensiones de la ruralidad. En este país se ha convertido en uno de los ejes de desarrollo económico más importantes, con un crecimiento de la balanza turística en 2018 con relación a 2017, reflejando un saldo positivo de los ingresos frente a los egresos por 1.332,3 millones de dólares, según los datos obtenidos de la Balanza de Pagos del Banco Central del Ecuador (Ecuador. Ministerio de Turismo, 2019).

La provincia del Guayas posee dos sectores claramente marcados, rural y urbano, que ofrecen un abanico de opciones turísticas. La puerta principal de la provincia es la ciudad de Guayaquil cuyo paisaje urbano, infraestructura, zonas comerciales y vías de acceso, han permitido su promoción a nivel nacional e internacional como un destino atractivo. Sin embargo, el sector rural no ha alcanzado un desarrollo apropiado, por lo que la Dirección de Turismo del GAD Provincial, con base en criterios de zonificación e inventario de atractivos turísticos, diseñó en el año 2010 seis rutas para fomentar la asociatividad de cada cantón o destino que integren el corredor turístico: Ruta del Arroz, Ruta del Azúcar, Ruta del Cacao, Ruta de la Fe, Ruta de la Aventura y Ruta del Pescador. (GAD Provincial del Guayas, 2012)

La Ruta del Pescador comprende los destinos turísticos del perfil costero de los cantones Guayaquil y General Villamil-Playas. No obstante, el epicentro es el cantón Playas, el cual constituye un destino bastante maduro en

cuanto al turismo tradicional de sol y playa, mientras que las demás localidades continúan relativamente desconocidas para los potenciales turistas, implicando que no se han aprovechado todas las actividades o modalidades que pueden brindar.

Un aspecto relevante para el aprovechamiento de los recursos turísticos de la Ruta del Pescador es la capacidad de emprendimiento de los propios habitantes, ya que de allí se derivan sus posibilidades de inserción en la economía local, su integración en la dinámica socio productiva, teniendo en cuenta que el desarrollo del destino turístico en su conjunto debe repercutir en la calidad de vida de la población residente. El emprendedor es quien tiene la idea, el concepto, de un producto o servicio a innovar o crear; su actividad emprendedora puede realizarse ya sea en pequeñas empresas, como trabajador independiente e, incluso, en el marco de grandes empresas (Herrera & Montoya, 2013).

El estudio empírico realizado en la presente investigación trata de identificar el perfil sociodemográfico de trabajadores independientes y micro emprendedores, cuyos bienes y/o servicios ligados a la actividad turística, son ofrecidos y comercializados de manera formal e informal, así como, sus actitudes y percepciones acerca de la situación actual y potencialidades del turismo en su localidad. Para alcanzar el objetivo planteado, se aplicaron encuestas en varias localidades de la Ruta del Pescador.

La definición de emprendimiento parte del economista francés Richard Cantillon quien acuñó el término, hacia 1730, en el sentido de autoempleo de cualquier tipo, y se amplía desde la visión de Schumpeter (1934), quien equipara el emprendimiento con la innovación en el sentido de los negocios; que es identificar oportunidades de mercado y usar enfoques innovadores para explotarlas. Más adelante, autores como Druker (1985), han argumentado que el emprendimiento (espíritu empresarial) refleja simplemente la creación de una nueva organización y que cualquier persona que inicie una nueva empresa comercial es un emprendedor; incluso aquellos que no obtienen ganancias.

El emprendimiento, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), es el fenómeno asociado con la actividad emprendedora caracterizada en nuevos mercados, procesos y / o productos, que a su vez se representa por la creación de nuevos negocios (Ahmad & Seymour, 2008). Es acerca de identificar y actuar sobre las oportunidades que crean valor económico, cultural o social; por lo tanto, los emprendedores, son aquellas personas (dueños de negocios) que buscan generar valor, a través de la creación o expansión

de la actividad económica, mediante la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados.

América Latina se caracteriza por una alta tasa de emprendimientos entre su población activa, pero el 75 % de los emprendedores de la región son en realidad microempresarios (Sanguinetti, et al., 2013). En el caso de Ecuador, según el Global Entrepreneurschip Monitor (GEM), el emprendedor ecuatoriano tiene en promedio de 36 años, con un negocio orientado al consumidor, 11 años de escolaridad y el 48.8% proviene de hogares con un ingreso mensual entre \$375 y \$750. Además, el 33.4% tiene un empleo adicional a su negocio y el 50.2% es auto-empleado (Ecuador. Universidad de las Fuerzas Armadas, 2018).

Uno de los indicadores que utiliza el GEM es la Actividad Emprendedora Temprana (TEA, por sus siglas en inglés), la cual es una medida de la actividad emprendedora individual y como tal responde a las decisiones de emprender. Estas decisiones están influenciadas por las condiciones del entorno (apoyo financiero, políticas gubernamentales, educación/formación, infraestructura, transferencia de I+D, mercados, normas sociales y culturales), por las actitudes de la sociedad hacia el emprendimiento y las percepciones sobre éste, que componen la cultura social que soporta en diverso grado a los emprendedores (Ecuador. Universidad de las Fuerzas Armadas, 2018).

En tal sentido, para 2017 Ecuador mantiene la TEA más alta de América Latina y el Caribe, por encima de la media regional y de las economías de eficiencia. La proporción de las personas que emprenden por oportunidad supera a los de necesidad (57.3% vs. 42.3%), aunque esta última supera el promedio regional. El 99% de los emprendimientos nacientes, el 60% de los negocios nuevos y el 51.5% de los negocios establecidos no generan empleo. Además, el emprendimiento está orientado hacia actividades de comercio y a productos y servicios vendidos en el mercado doméstico (Zamora, 2018). Según el índice de competitividad, el país se mantiene como una economía fundamentada en la eficiencia y no en la innovación (Maldonado & Lara, 2018).

MATERIALES Y MÉTODOS

Puesto que el interés de esta investigación se centra en las posibilidades de inclusión socio productiva de las comunidades de la Ruta del Pescador, la metodología utilizada partió de la ubicación preliminar *in situ* de trabajadores y micro emprendedores, de tipo formal e informal, cuyos bienes y/o servicios son ofrecidos al mercado turístico del sector, en cada una de las zonas de estudio. Éstas fueron: cantón Guayaquil (Puerto el Morro, Posorja); cantón General Villamil (Playas, Engabao, Puerto Engabao). Dado su pequeño tamaño y proximidad geográfica y cultural, las dos últimas comunidades se trataron como una sola: Engabao/Puerto Engabao.

Tras esta primera delimitación se procedió al diseño de una encuesta de oferta basada en 15 ítems donde se indagaba acerca de las características del emprendimiento, el perfil del cliente y proveedores, la valoración de los recursos turísticos de la zona y las actividades que potencialmente se podrían desarrollar para dinamizar el turismo. La encuesta se distribuyó de forma personal entre los seleccionados, obteniéndose un total de respuestas de: 37 (Puerto El Morro), 100 (Posorja), 246 (Playas) y 33 (Engabao-Puerto Engabao). El trabajo de campo se desarrolló entre los meses de marzo y abril de 2018.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la figura 1 se observa a nivel general un predominio de mujeres micro emprendedoras, especialmente en Playas y Engabao/Puerto Engabao, tienen la secundaria concluida, proceden de la misma localidad y el grupo familiar comprende 1 a 6 personas. De acuerdo con la figura 2, se encuentran principalmente trabajadores independientes que han desarrollado sus emprendimientos de manera formal o informal, con una duración mayoritaria de 4 a 10 años (negocio establecido). Estos emprendimientos tienen de 1 a 10 trabajadores (microempresas) y se autofinancian, siendo los créditos/microcréditos su segunda forma de financiamiento. Destaca el Engabao/Puerto Engabao por la elevada condición de informalidad, aunado al predominio de mujeres ya señalado.

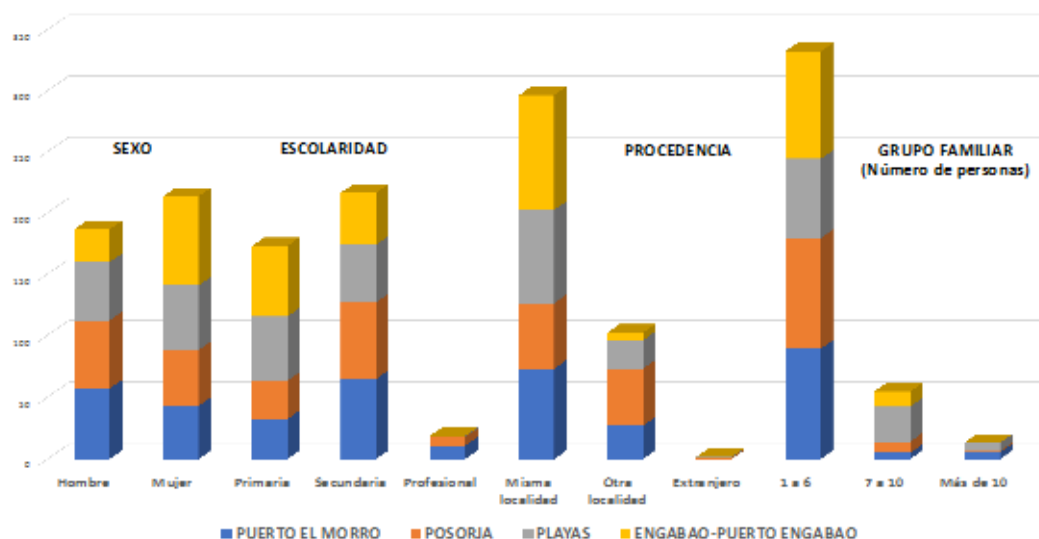


Figura 1. Características sociodemográficas del emprendedor %.

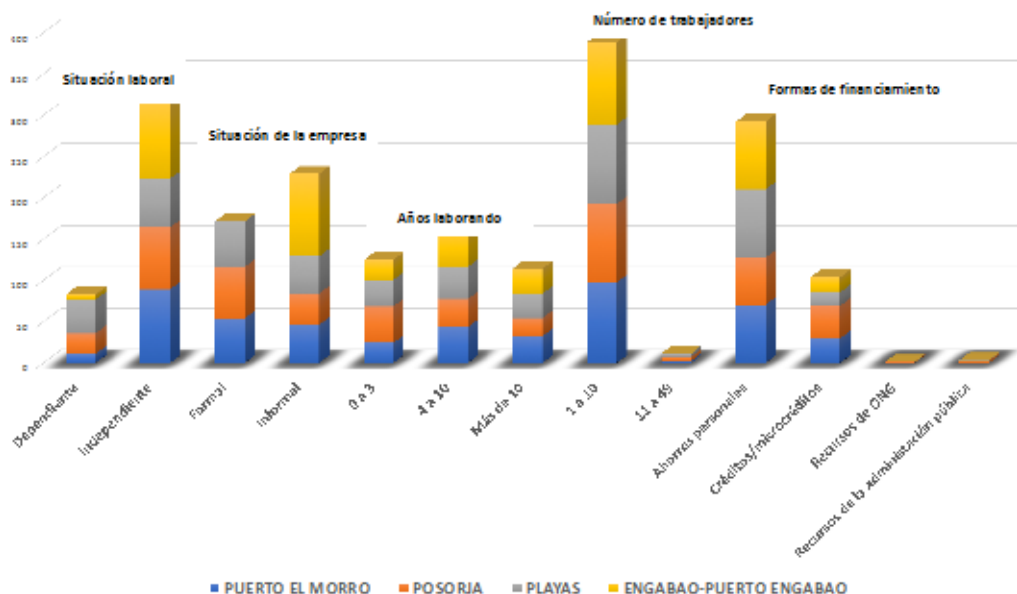


Figura 2. Características del emprendimiento %.

Los principales servicios turísticos ofertados son: restaurantes, venta ambulante de comidas, bebidas y suvenires, tiendas y artesanías (figura 3). Clientes y proveedores son tanto de la misma localidad como de otras, aunque en Playas con mayor frecuencia se autoabastecen y, en Engabao/Puerto Engabao dependen fuertemente de proveedores externos (figura 4).

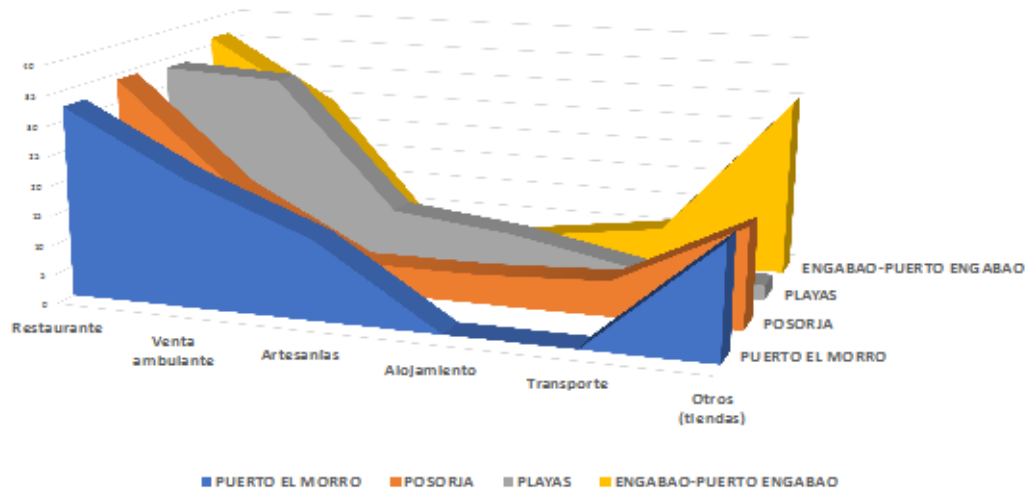


Figura 3. Servicios turísticos ofertados %.

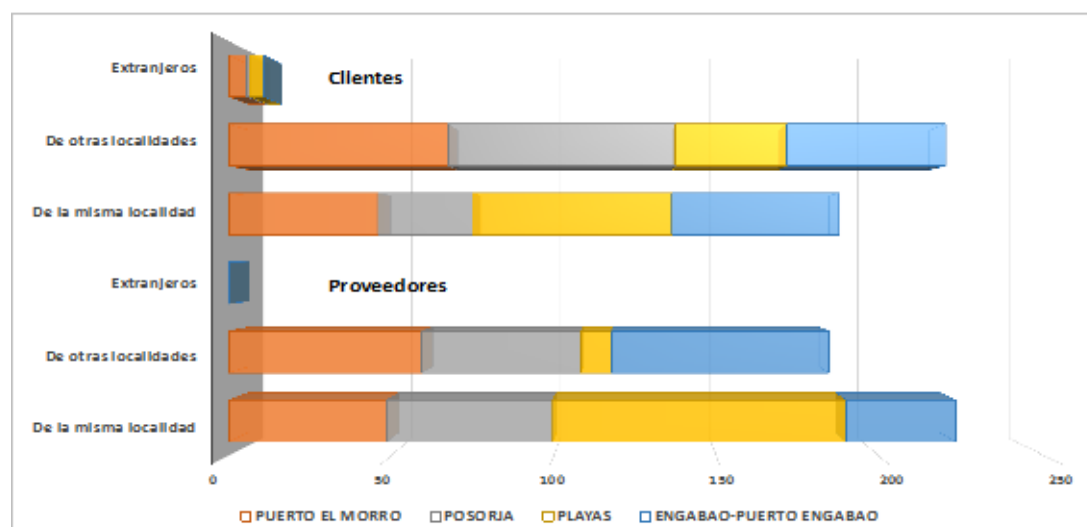


Figura 4. Procedencia de clientes y proveedores.

Entre las formas de publicidad utilizadas por los micro emprendedores destacan el uso de personal propio, excepto en Posorja, seguido de las redes sociales y folletos comerciales (figura 5). Precisamente, la publicidad y mercadeo junto con el acceso a créditos para sus emprendimientos son las necesidades más valoradas por los encuestados (figura 6).

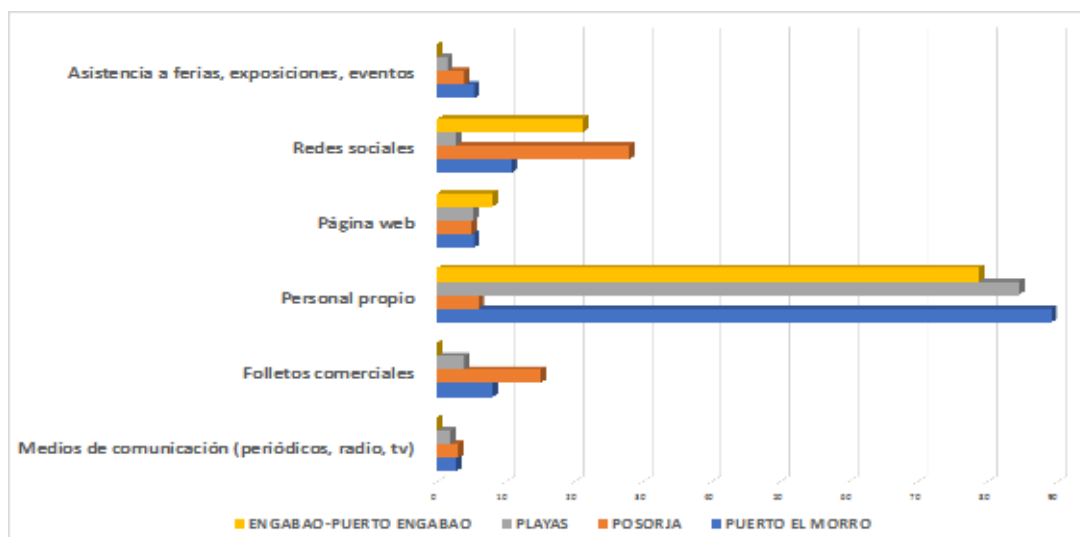


Figura 5. Formas de publicidad.

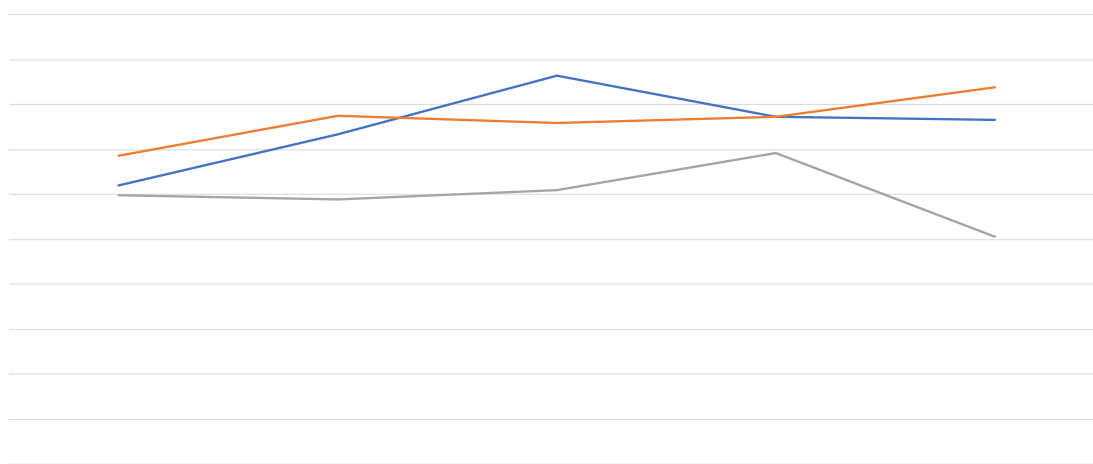


Figura 6. Valoración de necesidades.

Si bien se considera que los micro negocios constituyen una base fundamental para la economía de un país en vías de desarrollo como el Ecuador, en el sector turístico la principal dificultad para los micro emprendedores es la obtención del crédito como ayuda para comenzar o expandir un negocio. Así lo reflejan, también, estudios realizados en 230 negocios familiares en el cantón Milagro (Arteaga, et al., 2016) y en emprendedores locales de la provincia Esmeraldas (Oyarvide, et al., 2016). En general, tienen acceso limitado a créditos bancarios e inician sus actividades con recursos propios, constituyendo iniciativas débiles por carecer de diversos elementos que aporten viabilidad.

Finalmente, en cuanto a otros aspectos relacionados al turismo, las valoraciones más positivas realizadas por los micro emprendedores encuestados corresponden a actividades de sol y playa, restaurantes, hospitalidad y zonas comerciales (figura 7), en congruencia con las mayores potencialidades que atribuyen a nuevos emprendimientos relacionados con restaurantes, playas y comercial (figura 8).

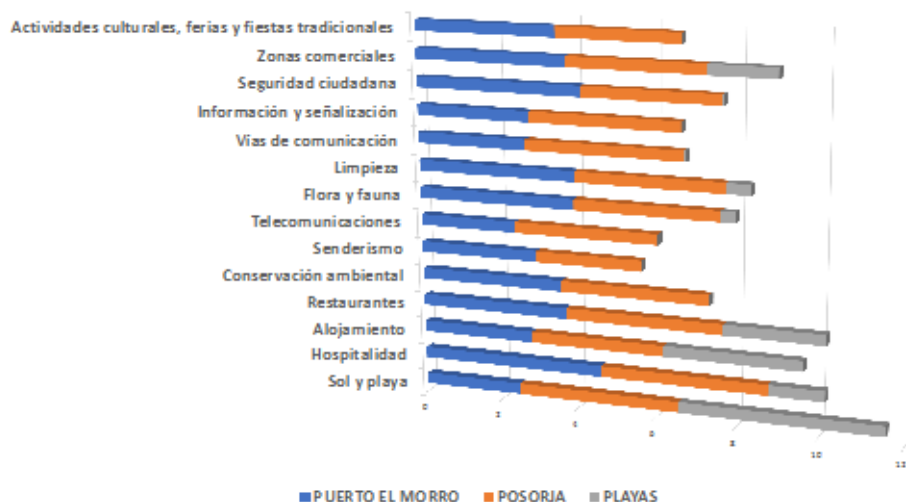


Figura 7. Valoración media de aspectos relacionados al turismo.

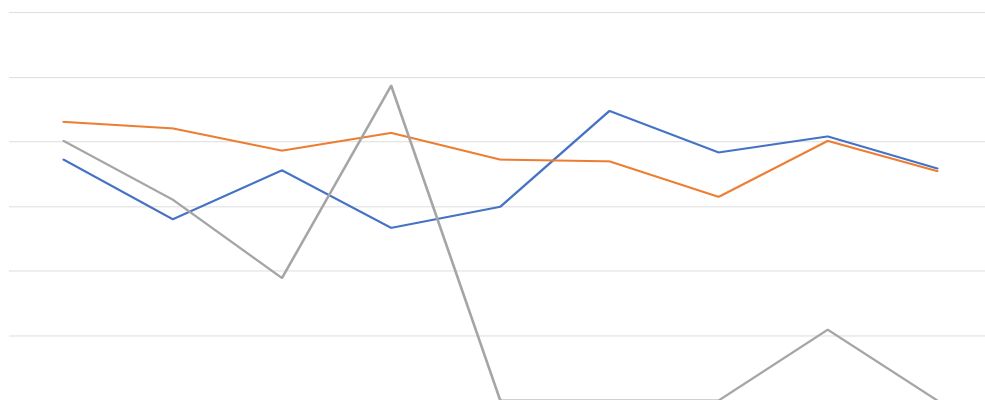


Figura 8. Potencialidad media de nuevos emprendimientos.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en esta investigación revelan el predominio de mujeres micro emprendedoras en las zonas estudiadas de la Ruta del Pescador, principalmente como trabajadoras independientes de manera formal o informal, lo cual podría requerir de una perspectiva de género para las políticas públicas de apoyo a los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales, por parte de los gobiernos locales y entes de la administración central, que faciliten su acceso a microcréditos para el desarrollo de actividades productivas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahmad, N., & Seymour, R. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*. OECD.
- Arteaga, Y., Espinoza, R., Espinoza, E., Villegas, E., Zuñiga, X., & Campos, H. (2016). *Diagnóstico de la situación actual de los micro negocios familiares en el desarrollo sostenible del sector turístico: caso Milagro y sus sectores aledaños en el Ecuador*. <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2016/turismo.htm>

- Druker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. HarperBusiness.
- Ecuador. Ministerio de Turismo. (2019). El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018. <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuatoriano-crecio-un-11-en-2018/>
- Ecuador. Universidad de las Fuerzas Armadas. (2018). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017. <https://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- Herrera, C., & Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*, 4(7), 7-30.
- Maldonado, B., & Lara, G. (2018). Actividad emprendedora y competitividad en el Ecuador. *Revista Global de Negocios*, 6(1), 29-44.
- Oyarvide, H., Nazareno, I., Roldán, A., & Ferrales, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93.
- Sanguinetti, P., Brassiolo, P., Arreaza, A., & Berniell, L. (1 de 2013). Emprendimientos en América Latina. Desde la subsistencia hacia la transformación productiva. *Reporte de Economía y Desarrollo (RED)*, 270, 15-65.
- Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7).