

Los micrompendimientos turísticos, una alternativa para el desarrollo sostenible del turismo en el Cantón Milagro (Ecuador): viveros, los nuevos emprendimientos

Tourism start-ups; an alternative for the development of sustainable tourism in Milagro city: plant nurseries, an entrepreneurial opportunity

Yadira Mariela ARTEAGA Estrella [1](#); Rosa Aurora ESPINOZA Toalombo [2](#); Xiomara Leticia ZUÑIGA Santillán [3](#); Eduardo Javier ESPINOZA Solís [4](#); Félix Enrique VILLEGAS Yagual [5](#); Hugo Federico CAMPOS Rocafuerte [6](#)

Recibido: 15/06/2018 • Aprobado: 01/08/2018 • Publicado 29/11/2018

Contenido

[1. Introducción](#)

[2. Metodología](#)

[3. Resultados](#)

[4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

El presente estudio relaciona los emprendimientos turísticos con el desarrollo sostenible del turismo en el cantón Milagro; considerando posturas de autores como Rodríguez y Chauca (2013), quienes hacen hincapié en que los negocios familiares son grandes generadores del PIB; a su vez, la importancia de emprender y explotar así las bondades de otros mercados con actividades nuevas, es expuesto por Ledesma, Messina, Pienknagura (2014). La investigación, de enfoque cualitativo; y, diseño descriptivo y explicativo, permitió llegar a conclusiones donde se confirmó que el emprendimiento es una gran opción de desarrollo para comunidades que se caracterizan por la escasa fuente de empleo, factor que obliga a emprender.

Palabras clave: Microemprendimientos, Turismo, Sostenibilidad Turística, Desarrollo Sostenible.

ABSTRACT:

The current study correlates tourism start-ups with sustainable tourism in Milagro. It considers the theories from authors like Rodriguez & Chauca (2013), which emphasizes that family businesses are big generators of GDP. Ledesma, Messina, and Pienknagura (2014), expose the importance of taking advantage of other markets with new activities, and entrepreneurial ideas. The methodology applied in this research helps to conclude that entrepreneurship is a great development alternative for communities that are characterized by a lack of employment opportunities, which forces people to become entrepreneurs.

Keywords: Micro-enterprises, Tourism, Tourism Sustainability, Sustainable Development.

1. Introducción

El Cantón Milagro se encuentra ubicado en la Provincia de GUAYAS, en la Zona 5 de planificación, con una población que asciende a 166634 habitantes; en lo que respecta a su situación económica, es importante acotar que su PEA (Población Económicamente Activa) asciende a 49.3% (4.3% de la PEA de la provincia de GUAYAS), datos proporcionados por el último Censo de Población y Vivienda del Ecuador (INEC, 2010), desglosándose la población ocupada, en las siguientes ramas:

Figura 1

MILAGRO: Población Ocupada por Rama de Actividad



Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

En base a los datos presentados en la figura 1, se puede observar que la economía del cantón depende en gran parte del comercio y agricultura; sin embargo, es importante buscar nuevas formas de promover ingresos en las familias que habitan en esta localidad. Una de esas formas corresponde a los micro-emprendimientos turísticos, los mismos que de acuerdo a las características geográficas y de infraestructura del Cantón Milagro, corresponden a actividades de alojamiento, servicios de comidas y otras actividades de servicios (centros recreacionales, viveros, etc.).

Al analizarse los micro-emprendimientos turísticos, es esencial hacer hincapié en que estos nacen como alternativas que generen fuentes de empleo y por ende, fuentes de ingresos para la población; sin embargo, se genera la duda en cuanto a ¿qué ocurre con el factor sostenibilidad?; es decir, se cumple con analizar la importancia e impacto actual y el futuro en cuanto a factores de tipo social, económicos y especialmente ambientales; en otras palabras, ¿los emprendedores han sido y son metódicos con el cuidado del medio ambiente, al momento de satisfacer las necesidades de sus clientes?.

Las preguntas que se han planteado fueron el inicio de un estudio que se basó en la siguiente problemática: ¿De qué manera los micro-emprendimientos turísticos inciden en el desarrollo del turismo sostenible de la Zona 5, Ecuador, 2016?. El problema formulado requirió que se cumpla con el siguiente objetivo investigativo: Analizar los micro-emprendimientos turísticos y su incidencia en el desarrollo del turismo sostenible de la Zona 5, Ecuador, 2016.

Según algunos estudios realizados, se estima que aproximadamente el 90% de las empresas en el mundo son familiares; que tienen una gran aportación al empleo y al producto interno bruto (PIB) mundial (Rodríguez & Chauca, 2013).

Emprender, es una actividad que permite a las personas ser generadores de sus propios ingresos, cubrir sus necesidades y optar por una calidad de vida digna y cada día mejor. En países donde generar fuentes de empleo es complejo, el emprendimiento constituye aquella oportunidad para fomentar el desarrollo de los pueblos.

Sin embargo, las preguntas son: ¿qué tipos de emprendimientos se deben generar o crear?, ¿de qué dependerá el tipo de emprendimiento?, ¿cómo lograr que ese emprendimiento sea sostenible?, etc... Las preguntas son varias, pero las respuestas deben partir del tipo de mercado en el que van actuar o a desarrollarse esos emprendimientos, de las necesidades insatisfechas de quienes integran ese mercado y de las capacidades del emprendedor.

Para dar respuesta esas preguntas, fue necesario llevar a cabo el presente estudio, a fin de definir los esquemas de emprendimientos que proporcionarán a la comunidad milagreña, la alternativa sostenible de turismo y con ello la generación de ingresos y los esquemas de desarrollo de la comunidad.

1.1. El Emprendimiento

Algunos autores (Lupiáñez et. al, 2014; Messina & Hochsztain, 2015 y, Minniti, 2016), concuerdan en que la creación de empresa es un motor para el crecimiento económico del territorio y que, esta práctica, a su vez, permite la ejecución de acciones que van en pro del desarrollo integral del país y de los habitantes que lo componen (Galindo, 2011; Silva, 2010; Vásquez, 2011); así pues, crear empresa es una oportunidad para disminuir los índices de desempleo, aumentar la productividad de las regiones y, por ende, mejorar las condiciones y la calidad de vida de los ciudadanos (Cardona, Montenegro, & Hernández Palma, 2016)

Los emprendedores de éxito son individuos que transforman ideas en iniciativas rentables. A menudo, esta transformación requiere talentos especiales, como la capacidad de innovar, introducir nuevos productos y explorar otros mercados (Ledezma, Messina, Pienknagura, & Rigolini, 2014).

Lo expuesto permite aseverar que emprender es la mejor alternativa para obtener una fuente e ingresos, así mismo, es la oportunidad para generar fuentes de empleo y contribuir al desarrollo de los pueblos; por ende, los micronegocios relacionados con aspectos turísticos se ha convertido en la opción de este siglo para el desarrollo sostenible del cantón Milagro.

1.1.1. Las microempresas y el emprendimiento familiar

Las microempresas han aumentado en número en los últimos años. El autoempleo y el trabajo independiente en las industrias creativas y de uso intensivo de los conocimientos se han incrementado de forma especialmente marcada (en relación con los cambios en la forma en que las grandes organizaciones utilizan el trabajo). Estos sectores se encuentran desproporcionadamente en las ciudades y se prestan a trabajar desde casa. Se espera que dirigir un negocio desde su casa traiga una mayor ventaja competitiva en las ciudades, ya que permite evitar alquileres comerciales costosos (Houston & Reuschke, 2016)

Según algunos estudios realizados, se estima que aproximadamente el 90% de las empresas en el mundo son familiares; que tienen una gran aportación al empleo y al producto interno bruto (PIB) mundial (Rodríguez & Chauca, 2013).

Sin embargo, existen diversos tipos de microempresas; es decir, son diversas las alternativas para emprender, de esta forma, los emprendedores no deben centrarse exclusivamente en actividades manuales, preparación de comidas, asesorías personalizadas en casa, etc., se debe potenciar el uso de recursos que existe en el contexto geográfico en el cual se vive, obviamente cuidando la sostenibilidad.

Las microempresas pueden ser de dos tipos: aquella que se origina como empresa propiamente dicha, en la que se distingue una organización con una estructura, donde existe gestión empresarial además de trabajo remunerado y se desarrollan dentro del sector formal de la economía. También existen otras que tienen origen familiar, caracterizadas por una gestión únicamente preocupada por su supervivencia sin prestar la debida atención al costo de oportunidad o a la inversión que le permite el crecimiento (Molina, Rueda, & Aguilera, 2011).

La importancia de la familia como unidad para el análisis económico se basa en el supuesto de que es una entidad que toma decisiones conjuntas en lo relativo a la generación y asignación del ingreso. Esta posibilidad de acción hace que la familia se constituya como una unidad de fundamental relevancia en el estudio de las desigualdades de ingreso (Román, Padrón, & Ramírez, 2012).

El cantón Milagro, es el ejemplo del emprendimiento familiar; la realidad económica ha llevado a las familias a buscar distintas alternativas de generar sus ingresos, buscando el costo de oportunidad a todo lo que el contexto les proporciona, de esta forma se han llegado a implementar acciones conjuntas para emprender en micronegocios que en la actualidad son las fuentes de bienestar económico y social de estas familias.

1.1.2. Problemas que deben enfrentar los microemprendimientos

Emprender en negocios pequeños puede ser el resultado de carecer de capital para pensar en grande y actuar en grande; generalmente las personas que desean implementar un microemprendimiento no tienen el dinero para iniciar las operaciones del negocio y eso las lleva a recurrir a la búsqueda de fuentes de financiamiento.

Pero, ¿será fácil acceder a ese financiamiento?, obviamente no, no es fácil especialmente porque las entidades financieras consideran que otorgar créditos a estos emprendedores no es rentable para ellas, debido a que los negocios pequeños presentan debilidades como:

- Falta de especialistas y personal calificado dentro de las pequeñas empresas.
- Carencia de tiempo y recursos para identificar y utilizar fuentes externas de información, técnicas y conocimientos científicos.
- Dificultades para atraer capital, especialmente capital riesgo
- Incapacidad de la pequeña empresa para distribuir el riesgo a través de una cartera de proyectos debido a sus recursos limitados (Romero Galarza, Flores Sánchez, Campoverde Campoverde, & Coronel Pangol, 2017).

Por el lado de la banca comercial las razones para no otorgar crédito a las pequeñas y medianas empresas son: (i) no presentan información financiera reciente o la información financiera indica que la empresa no ha generado utilidades en los dos últimos períodos anuales; (ii) no cuentan con la capacidad de pago para cubrir el monto del crédito solicitado; (iii) están en actividades no consideradas financiadas; (iv) registro negativo en el buró de crédito del solicitante; (v) la integración del expediente de crédito para su análisis resultó ser la etapa que al cliente le toma más tiempo y mayor dificultad (Rodríguez & Chauca, 2013).

Frente a la realidad que se ha planteado, surgen nuevas alternativas para las microempresas; es decir, opciones para financiar sus negocios, estas son los microcréditos que en la actualidad son parte del sistema financiero, especialmente como una forma de cumplimiento a la política de estado que busca impulsar la creación de micronegocios como elemento para mejorar la calidad de las personas.

Los microcréditos forman parte de las microfinanzas, que proveen entre sus soluciones una amplia gama de servicios financieros, especialmente cuentas de ahorro, destinadas a las poblaciones pobres. El concepto de microcrédito moderno al ser creado por el Graameen Bank, Bangladesh, en 1983, generó un movimiento inter bancario y un tipo de servicio incorporado en la actualidad a pesar de los recelos que este tipo de financiación despierta en la banca tradicional. La declaración por las Naciones Unidas del año 2005 como el Año Internacional del Microcrédito (UN, 2005) fue una legitimación no solo de la humanidad de la iniciativa, sino de la creatividad aplicada a las finanzas un campo donde muchos piensan que el pensamiento imaginativo no tiene lugar. El microcrédito es considerado como una herramienta de enorme potencial en la ayuda para la erradicación de la pobreza (Toscano Ruíz, Romero Ramírez, & Paz Sánchez, 2017).

Los microcréditos son entregados por entidad financieras privadas y públicas; esto significa que el estado ha intervenido buscando mecanismos que potencien el desarrollo de la microempresa en el país. Son los microcréditos la mejor opción para financiar los sueños de emprender, para transformar ese sueño en realidad y para dar inicio a aquellas actividades que proporcionen a las familias las fuentes de ingresos para cubrir las

necesidades que permitan gozar de una adecuada calidad de vida.

1.1.3. Los micronegocios familiares en Ecuador

América Latina, y en especial Ecuador, se caracteriza por la presencia de una realidad empresarial fuertemente polarizada y desarticulada "...en la cual conviven polos altamente competitivos con universos dispersos de micro, pequeñas y medianas empresas (Mi pymes) escasamente desarrolladas" (Romero Galarza et al., 2017).

Es indiscutible la importancia de la micro y pequeña empresa hoy en día en la economía nacional e internacional. De acuerdo a cifras arrojadas por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) - Directorio de Empresas y Establecimientos (2014), en el Ecuador representan el 97.9% del total de las organizaciones productivas (Romero Galarza et al., 2017). A su vez, al informe trimestral del mercado laboral del Banco Central del Ecuador (2015) observó que la mayoría de emprendedores se encuentran en establecimientos con menos de 100 empleados Mypimes; este porcentaje se ubica en el 77,4%; mientras que el 22,6% restante se ubican en establecimientos con más de 100 empleados; es decir, se evidencia un rol importante de las micro y pequeñas empresas en la economía ecuatoriana (Romero Galarza et al., 2017).

Las estadísticas son el mejor indicador de la importancia de los micronegocios en Ecuador; sin embargo, es importante hacer hincapié en la generación de nuevas actividades que den un vuelco y un distintivo a los emprendimientos; esto significa aprovechar el potencial que existe alrededor de la localidad en la cual se va a operar.

Invertir en actividades tradicionales solo lleva a crear negocios cuyo ciclo de vida sea corto e incluso sea el detonante para terminar con un sector de inversión. Es importante que los emprendedores analicen el potencial de su zona y tomen de ella aquellos recursos que den paso a negocios cuyo atractivo aseguren la demanda y con ello la rentabilidad. En el caso del cantón Milagro, uno de esos recursos está ligado con sus aspectos agrícolas, resultado de una tierra fértil que provee de un sinnúmero de alternativas productivas, pero esto no significa convertirse en agricultor, sino aprovechar esa fertilidad para dar paso a negocios innovadores.

1.1.4. El Turismo

El turismo es un fenómeno mundial que genera relaciones e intercambios de diversa índole, estimulando el encuentro entre personas de diferentes características sociales, culturales y económicas. Esas interrelaciones ocurren en ámbitos tan diversos como: lo económico, social, cultural, ambiental, espiritual y político, generando efectos que interesan e interpelan a todos los actores que participan en la industria turística y en particular a las sociedades o comunidades receptoras (Arteaga et al., 2016).

El Ecuador es, a no dudarlo, un país rico en recursos naturales, formado por cuatro regiones geográficas (Costa, Andes, Amazonía e Islas Galápagos) que permiten diversidad de climas y una muy rica cultura, expresada en música, danza y artes plásticas; posee, por lo tanto, un potencial turístico importante. Desde la década de los noventa, el sector turístico se ha convertido en un aporte al desarrollo económico y social del país, pese a que en el período señalado las políticas y las inversiones no han sido de las más adecuadas. El turismo ofrece alternativas de reactivación económica y de generación de empleo; de igual manera, incentiva tanto a la inversión local como extranjera para la creación de infraestructura en lo referente a hospedaje, alimentación, diversión, etc. (Jácome & Naranjo, 2010).

Lo expuesto permite analizar la importancia del turismo como elemento para la creación de nuevos micronegocios familiares que verán asegurado su mantenimiento en el mercado y con ello la generación de ingresos. Actualmente, el cantón Milagro ha incursionado en el turismo, ofreciendo recreación, gastronomía y la posibilidad de adquirir plantas de todo tipo a quienes visiten esta tierra dulce y fecunda.

La microempresa turística en el Ecuador opera en áreas como: la gastronomía, el alojamiento, el transporte, turismo receptivo, la guianza turística y la venta de artesanías y recuerdos. Otras actividades micro empresariales relacionadas con el servicio turístico contemplaba a los puestos de abarrotes, a la venta de jugos y frutas, la elaboración de dulces y comidas tradicionales, a los vendedores ambulantes de agua, etc. (Armendáriz & Velásquez, 2013).

La venta de artículos, en este caso de plantas, es la opción que se ha escogido por los emprendedores milagreños, dando paso a crear negocios conocidos como viveros, los mismos que permiten a los visitantes recrear sus ojos con las bellezas de la naturaleza y al mismo tiempo dar paso a un comercio rentable.

1.1.5. Turismo en el cantón Milagro

Milagro es un cantón dedicado al comercio y a la agricultura, estas actividades son sus principales fuentes de ingresos; sin embargo, en los últimos diez años, otro sector, el de los servicios, ha venido tomando fuerza, transformando el quehacer de los milagreños y la opinión que las personas tienen acerca de los atractivos del cantón.

El progreso de Milagro es fundamental para la provincia; por ello, la misma Prefectura difunde los atractivos del cantón a fin de atraer visitantes y dar paso al turismo. Entre los atractivos de Milagro se encuentran:

Las Cataratas ubicado en el sector Las Maravillas del km. 3 1/2 de la vía Milagro - Mariscal Sucre. Son aguas represadas para ser utilizadas en el riego de las plantaciones cercanas. Desde la caída de agua se aprecian plantaciones y vegetación nativa. Museo Julio Viteri Gamboa, está situado dentro del complejo turístico Visaltur, en donde está abierta una salsa con piezas cerámicas que encontró el iniciador de la arqueología en Milagro, Julio Viteri Gamboa, quien junto a Emilio Estrada Icaza descubriera la cultura Milagro-Quevedo (caracterizada por urnas funerarias y hachas monedas) e iniciar las investigaciones de arqueología en el país en 1955. El principal uso de este lugar es didáctico por ser un medio de difusión de las culturas ancestrales de la cuenca del

Guayas, pero sin dejar de lado el uso turístico.

Monumento a la Piña, el monumento se encuentra ubicado en la intersección de las avenidas 17 de Septiembre y Chirijos, es una composición metálica con 240 luces. Hacienda Jerusalén, situada en la parte baja del río Chimbo, aquí se encuentran múltiples tolas (Urnas funerarias aborígenes) de la cultura Milagro-Quevedo. Viveros, están ubicados en la carretera a Naranjito, y otros en la vía Mariscal Sucre, prácticamente todas las plantas que se venden en Guayaquil son cultivadas y compradas en la ciudad de Milagro. Lo que más reproducen los viveros son plantas ornamentales como mirthos, veraneras, guachapelís y bonsáis. El Ingenio Valdez, es el más antiguo del Ecuador, sus ventas representan el 33% del mercado azucarero del país, sobre una extensión de 15.700 hectáreas, 11.000 hectáreas son propias sembradas de caña de azúcar y 4.700 hectáreas de cañicultores y una capacidad de molienda superior a las 9.000 toneladas de caña diarias. Posee el mejor rendimiento de libra de azúcar del país, lo que refleja que es el ingenio más eficiente en la extracción de caña del Ecuador. El río Milagro, ubicado en la Parroquia Mariscal Sucre (Prefectura del Guayas, 2017)

En sí, las actividades de turismo, dentro del cantón Milagro, son: el turismo agroindustrial, el agroturismo, los viveros y centros recreativos. Lo mencionado, hace de Milagro un sitio turístico con una oferta diferente, pero atractiva. Las potencialidades de Milagro son varias, pero se requiere de apoyo por parte de las autoridades municipales y seccionales, a fin de mejorar la proyección del cantón, aspecto esencial para atraer al turismo.

1.1.6. La sostenibilidad turística

Actualmente, el paradigma de la sostenibilidad toma mayor repercusión y se lo aplica en las diversas formas de producción, como una alternativa para cuidar de los recursos, especialmente los naturales. La sostenibilidad tiene un profundo sentir social, de tal forma que busca despertar conciencia en los individuos sobre el uso y manejo de los recursos.

La sostenibilidad toma mayor fuerza a medida que se multiplican los negocios y actividades relacionadas con los servicios, especialmente los turísticos, donde se hace imperante la conciencia ambiental.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1999: 22; VV.AA., 2003), en la confluencia de los términos sostenibilidad y turismo surge el concepto de turismo sostenible, entendido como aquel que satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones anfitrionas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro, y se concibe, además, como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando, al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (Cañizarez Ruíz, 2013, pág. 71).

La sostenibilidad debe ser medida a través de indicadores, de esta forma se podrá evaluar si el turismo es una actividad que se desarrolla con conciencia y responsabilidad, evitando el mal uso de los recursos, especialmente los naturales. A continuación se describen los indicadores que permiten comprar la sostenibilidad de los destinos, de acuerdo lo expuesto por la Organización Mundial del Turismo (Manning et al., 1996 citado por Flores y Parra, 2010: 1; OMT, 1999: 142):

1. Protección sobre el sitio o protección local (de acuerdo con el índice de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, WWF).
2. Presión sobre el sitio o número de turistas por año y mes de temporada alta.
3. Intensidad de uso (alta temporada, turista por hectárea).
4. Impacto social o ratio entre turistas/población residente (en temporada alta y de media).
5. Control del desarrollo. Existencia de un proceso de revisión de impactos ambientales
6. Gestión de residuos (porcentaje de residuos tratados)
7. Proceso de planificación. Existencia de un plan regional de turismo
8. Ecosistemas críticos (número de especies en peligro)
9. Satisfacción del turista (nivel de satisfacción de los visitantes)
10. Satisfacción de los residentes (nivel de satisfacción de la población local)
11. Contribución del turismo a la economía local (proporción de la actividad económica total generada por el turismo) (Cañizarez Ruíz, 2013, pág. 72)

La sostenibilidad es un aspecto que debe evaluarse con responsabilidad; por tal motivo, es importante que se apliquen los indicadores antes descritos.

2. Metodología

La investigación ha sido cualitativa, con un alcance exploratorio y descriptivo. El estudio exploratorio abarcó la revisión de temas similares para posteriormente dar paso a la descripción de las variables y de los elementos relacionados a ellas. La Unidad de Análisis estuvo formada por dueños de los microemprendimientos turísticos que están asentados en el cantón Milagro, siendo estos, los relacionados con los cultivos de plantas para su posterior comercialización. A continuación se establecen los nombres de tres emprendimientos de gran importancia en el cantón Milagro:

- Vivero Chabelita
- Vivero Jarrín Álvarez
- Vivero Blanquita

Los parámetros que se utilizaron como directrices para evaluar, se establecen en la siguiente tabla:

Tabla 1
Parámetros de evaluación

Aspectos a evaluarse	Objetivo	Indicadores
Características de emprendedurismo	Especificar si los emprendedores turísticos (viveros) poseen disposición al cambio y adaptabilidad a los nuevos parámetros de negocios sostenibles.	Visualización de oportunidad de negocios. Liderazgo Capacidad de asumir riesgos Aplicación de estrategias de negocios Disposición al cambio Capacidad de organización de recursos. Monitoreo del mercado y sus requerimientos.
Preservación del medio ambiente	Establecer el nivel de preocupación de quienes administran los viveros para generar protección local sobre los atractivos naturales que potencian el turismo en el sector.	Sustentabilidad ecológica Sustentabilidad social Sustentabilidad económica
Habilidades de dirección	Detectar cuáles son las habilidades de gestión de los emprendedores turísticos, estableciendo fortalezas y debilidades que impiden el desarrollo y crecimiento de estos negocios.	Visión y pensamiento estratégico. Conocimiento del negocio. Gestión de equipo Comunicación
Control	Determinar la existencia de un desarrollo o crecimiento empresarial basado en la medición constante del impacto ambiental.	Definición de resultados a alcanzar Capacidad de delegación Control y supervisión

Elaborado por: Los autores

Los parámetros antes detallados permitieron organizar la investigación o estudio en tres fases o etapas; y, de esa forma plantear con coherencia y profundidad las preguntas que posteriormente formarían parte del instrumento de recolección de datos.

Tabla 2
Etapas de la investigación

Etapas	Descripción	Actividades
Planificación y Organización	La fase tiene por objetivo: a) reconocimiento de la cultura emprendedora en quienes poseen negocios de servicios turísticos en el Cantón Milagro, b) establecer el nivel de concienciación sobre la sostenibilidad de los recursos ambientales que permiten el desarrollo del turismo a través de los microemprendimientos, c) Conocer las fortalezas y debilidades que poseen quienes dirigen emprendimientos turísticos, en aspectos de gestión; y, d) detectar si se aplican o no medidas de control sobre el correcto uso de los recursos naturales, como atractivos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> Estudio de material sobre los micronegocios turísticos en el cantón Milagro, acudiendo a fuentes secundarias. Descripción de: sostenibilidad turística, situación del turismo en el cantón Milagro, problemas que enfrentan los microemprendimientos turísticos y los emprendimientos familiares. Elaboración del marco teórico.
Diagnóstico	<p>Paso 1.- Aplicación de una metodología cualitativa; a través, de una entrevista (guía de preguntas semi-estructuradas) dirigida a los administradores de negocios turísticos (viveros) en el cantón Milagro.</p> <p>Paso 2.- Selección de emprendimientos turísticos: Viveros: El Sol, Chabelita y El Palmar.</p> <p>Paso 3.- Aplicación del instrumento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Definición de unidad de análisis y con ello establecimiento de quienes serían los informantes calificados. Diseño de Guía de Preguntas Contacto con informantes calificados para consolidar cita de la entrevista Levantamiento de la información, a través de la aplicación del

		cuestionario.
Resultados	Presentación de los resultados; es decir, de la información obtenida de quienes formaron parte de la unidad de análisis, para dar paso a establecer las conclusiones sobre la sostenibilidad de los microemprendimientos turísticos en el cantón Milagro.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del Informe con los resultados de la entrevista. • Elaboración de Conclusiones sobre los emprendimientos turísticos y su sostenibilidad en el cantón Milagro.

Elaborado por: Los autores

Tabla 3
Preguntas para la Guía de Entrevista a Profundidad

Indicadores	Preguntas
Visualización de oportunidad de negocios. Liderazgo Capacidad de asumir riesgos Aplicación de estrategias de negocios Disposición al cambio Capacidad de organización de recursos. Monitoreo del mercado y sus requerimientos.	¿Qué cambios ha sufrido su negocio a través de los años; y, a qué se han debido éstos? ¿De qué manera los cambios efectuados a su negocio se pueden calificar como acoplamiento a las oportunidades de mercado? ¿Cómo orienta a sus empleados hacia la ejecución de las actividades designadas? ¿De qué manera organiza las actividades que van a desarrollar sus colaboradores o empleados? ¿Qué tipo de medidas toma para asegurar la calidad de trabajo de sus colaboradores o empleados? ¿Cómo monitorea usted los requerimientos del mercado?
Sustentabilidad ecológica Sustentabilidad social Sustentabilidad económica	¿Qué medidas toma para asegurar el cuidado e integridad de los recursos naturales que forman parte de su vivero? ¿De qué forma guía o educa a sus clientes para que ellos hagan el uso correcto de los recursos naturales de su vivero? ¿Qué tipo de cultura de conservación y respeto al medio ambiente se genera en su negocio?. Descríbala. ¿De qué forma ha logrado obtener rentabilidad, teniendo como eje central del negocio el cuidado del medio ambiente y de los recursos naturales que forman parte de los atractivos que ofrece?
Visión y pensamiento estratégico. Conocimiento del negocio. Gestión de equipo Comunicación	¿Qué tipo de medidas pone en práctica para proyectar y canalizar el crecimiento de su negocio? ¿En su negocio se promueve el trabajo en equipo?. ¿De qué forma lo hace? ¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza con sus colaboradores y con sus clientes; y, qué efecto producen?
Definición de resultados a alcanzar Capacidad de delegación Control y supervisión	¿Cómo desarrolla usted su trabajo de gestión para asegurar el logro de resultados propuestos? ¿Cómo logra ejecutar todas las diversas tareas y obtener éxito en los resultados?

Elaborado por: Los autores

Tabla 4
Preguntas de la Guía de Entrevista a Profundidad

No.	PREGUNTAS
1	¿Qué cambios ha sufrido su negocio a través de los años; y, a qué se han debido éstos?
2	¿De qué manera los cambios efectuados a su negocio se pueden calificar como acoplamiento a las oportunidades de mercado?

3	¿Cómo orienta a sus empleados hacia la ejecución de las actividades designadas?
4	¿De qué manera organiza las actividades que van a desarrollar sus colaboradores o empleados?
5	¿Qué tipo de medidas toma para asegurar la calidad de trabajo de sus colaboradores o empleados?
6	¿Cómo monitorea usted los requerimientos del mercado?
7	¿Qué medidas toma para asegurar el cuidado e integridad de los recursos naturales que forman parte de su vivero?
8	¿De qué forma guía o educa a sus clientes para que ellos hagan el uso correcto de los recursos naturales de su vivero?
9	¿Qué tipo de cultura de conservación y respeto al medio ambiente se genera en su negocio?. Describala.
10	¿De qué forma ha logrado obtener rentabilidad, teniendo como eje central del negocio el cuidado del medio ambiente y de los recursos naturales que forman parte de los atractivos que ofrece?
11	¿Qué tipo de medidas pone en práctica para proyectar y canalizar el crecimiento de su negocio?
12	¿En su negocio se promueve el trabajo en equipo?. ¿De qué forma lo hace?
13	¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza con sus colaboradores y con sus clientes; y, qué efecto producen?
14	¿Cómo desarrolla usted su trabajo de gestión para asegurar el logro de resultados propuestos?
15	¿Cómo logra ejecutar todas las diversas tareas y obtener éxito en los resultados?

3. Resultados

Aplicada la entrevista, se obtuvo información relevante sobre la situación de los microemprendimientos turísticos (viveros) del cantón Milagro como alternativa de desarrollo sostenible, en base a ello se pudo efectuar un análisis sobre características de emprendedurismo, preservación del medio ambiente, habilidades de dirección y control. A continuación se exponen los resultados:

Tabla 5
Codificación de Nombres de Viveros

Nombre de Viveros	Codificación
Chavalita	VCH
Jarrín Álvarez	VJA
Blanquita	VB

Elaborado por: Los autores

Tabla 6
Resultados de la Entrevista

No. Preguntas	Síntesis de Respuestas			OBSERVACIONES
	Código			
	VCH	VJA	VB	
	Propietaria: Isabel de Carrasco	Propietaria: Blanca Chiriguaya.	Propietario: Luis Freire	Negocios familiares.

	Periodo de vida del negocio: 40 años Ubicación del negocio: km 1 ½ Vía Naranjito Número de empleados: no posee	Periodo de vida del negocio: 10 años Ubicación del negocio: km ½ Vía a Naranjito Número de empleados: 3 empleados	Período de vida del negocio: 20 años Ubicación del negocio: Milagro vía Naranjito (Banco de Arena) Número de empleados: 1 empleado	
1	Disminución de ventas debido a la presencia de un gran número de competidores.	La disminución de ventas, debido a la crisis económica y la aparición de la competencia.	Disminución de la producción debido a la competencia	Administración de negocios, viveros, de forma tradicional, sin la aplicación de conocimientos de gestión, desconocimiento sobre estrategias de sostenibilidad, lo que pone a estos micronegocios turísticos en situaciones de escasa competitividad, afectándose sus volúmenes de ventas. Los negocios no han crecido, especialmente los que poseen más tiempo operando en el mercado, como es el caso del Vivero Chabelita. El cuidado del medio ambiente está ligado exclusivamente al uso de pesticidas menos nocivos, porque esto afectaría la calidad de las plantas; es decir, del producto y el cliente no estaría satisfecho, pero es muy escasa la conciencia ambiental.
2	Ofrecer el servicio de distribución donde el cliente lo estipule, como medida estratégica.	De una manera difícil, pero a la vez factible ya que esto nos ha ayudado a mejorar nuestros productos	No han existido cambios	
3	Es un negocio familiar y no se contratan empleados.	Designándoles áreas y tareas esenciales para la producción, dándoles ejemplos y mostrándoles cómo se debe hacer.	Cada uno tiene una labor específica, la misma que se les ha definido	
4	Se elabora un cronograma semanal de actividades.	Por áreas ya sean estas de sembrío, ventas, etc.	Con horarios de actividades.	
5	Se establece como política la fumigación y limpieza del vivero.	Inspeccionando, corrigiendo y ayudando cuando llegan a cometer algún error, así como también se da un mantenimiento apropiado al lugar para evitar cualquier accidente.	Dando el equipamiento y recursos necesarios para las labores.	
6	A través de conversaciones con los clientes, buscando que sean fieles.	Se realiza por pedidos, o en la mayoría del caso el cliente viene y se le muestra las opciones que se tienen para que ellos elijan a su gusto.	Realizando encuestas a los clientes frecuentes	
7	La limpieza, se utiliza poco insecticida y más abonos naturales.	A través de cuidados especiales que se le dan a la planta desde que está en semilla hasta que ya salea la venta	Dando mantenimiento cada 15 días, eliminando con fumigación las plagas y cortando malezas.	
8	Se les brinda instrucciones de cuidado para las plantas que adquieren.	Detallando los cuidados de las plantas, la cantidad de abono necesaria, si es una planta que soporta mucho sol o no, entre otras características importantes.	El trabajo en el vivero consiste en darles el producto a buen precio.	
9	Una cultura de responsabilidad social mediante la producción y comercialización de la amplia variedad de plantas asesorando en el mantenimiento y	Poco uso de químicos y empleo de los recursos naturales como la cebolla, utilizada para fumigar y evitar plagas.	La fumigación de las plantas con químicos orgánicos para así no contaminar el medio ambiente	

	construcción de jardines con diseños ecológicos.		
10	Brindando frutos que pertenecen a cultivos del mismo vivero, así se incentiva al cuidado ambiental y se satisface a los clientes.	Vendiendo las plantas que más se piden en el mercado.	Ofreciendo variedades de plantas.
11	El negocio no ha crecido y se difunde o publicita a través de reportajes que nos hacen.	La exportación de plantas a nivel regional.	Ofrecer variedad de productos, mejorando las instalaciones y dándoles a un buen precio.
12	El trabajo en equipo se da con la colaboración de la familia.	Si, ayudándonos los unos a los otros cuando el encargado del área no puede realizar solo la tarea designada.	No, por el motivo que existe un trabajador.
13	No se utilizan canales de comunicación, solo conversaciones.	La comunicación oral, redes sociales, producen efectos positivos debido a que por estos medios las personas observan la variedad de plantas y deciden adquirir alguna para arreglar su jardín.	Vía telefónica, y dando tarjetas de presentaciones.
14	Difundiendo el vivero a través de la asistencia a ferias.	Poniendo metas de ventas.	Dando un servicio de calidad y calidez.
15	Dirigiendo las actividades.	Con un buen ambiente laboral, trabajo en equipo y satisfacción al cliente.	Brindando un servicio óptimo.

Elaborado por: Los autores

4. Conclusiones

Los microemprendimientos turísticos se han convertido en la nueva fuente de ingresos para la población del cantón Milagro, la misma que ha sabido aprovechar la fertilidad de su tierra para potenciar este tipo de negocios y dar paso a una nueva ruta turística que atrae a visitantes que aman la naturaleza y las bellezas que esta proporciona.

Actualmente los viveros, en su mayoría, se encuentran localizados en la Vía a Naranjito, siendo este sector quien acoge a una serie de negocios que día a día van en aumento, lo que a su vez ha provocado una disminución en los niveles de ventas de estos emprendimientos, de ahí la necesidad de buscar mecanismos que transformen este tipo de negocios y los redireccionen estratégicamente para hacer de su actividad productiva una fuente de ingresos sostenible.

La sostenibilidad es esencial en el momento de topar temas relacionados con el medio ambiente, lo mencionado hace indispensable que los micromprendimientos turísticos, específicamente los viveros, manejen una administración o direccionamiento que busque el cuidado y mantenimiento del medio ambiente, siendo sus integrantes los principales ejes en la generación de una cultura medio ambiental que apuntale la sostenibilidad; esta cultura requerirá de un alto nivel de concienciación de protección y cuidado de la naturaleza, principalmente de parte de quienes integran los viveros, para reflejar este comportamiento hacia sus clientes.

El turismo sostenible del Cantón Milagro, estará asegurado en actividades como los recorridos por las rutas de los viveros y la adquisición de las diversas especies que ahí se comercializan; por ello, se requiere de una difusión que permita potenciar el número de visitantes y por ende hacer de ellos, clientes constantes que permitan la sostenibilidad económica de estos negocios, los que a su vez deberán contemplar una imagen de cultura ambiental; por ello, es esencial el trabajo mancomunado de quienes son responsables de la educación en este sector y del apoyo social, esto es las universidades del sector y el gobierno seccional.

Referencias bibliográficas

- Acevedo Tabares, A. (2015). 8 Pasos Para Planear Estratégicamente En Microempresas Gerenciadas Por "No Gerentes." *II Simposio Nacional de Formación Con Calidad Y Pertinencia*, 3(3), 771 – 787. Retrieved from <https://sites.google.com/site/sifocape/memorias-del-congreso>
- Armendáriz, C., & Velásquez, D. (2013). Evolución del alojamiento turístico en los hogares de la Isla San Cristóbal, de la provincia de Galápagos. *Kalpana*, ISSN-E 1390-5775, No. 10, 2013, Págs. 51-62, (10), 51–62. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4689916>
- Arteaga, Y., Espinoza, A., Espinoza, E., Villegas, E., Zúñiga, X., & Campos, H. (2016). Diagnostic of the current situation of Micro businesses in the sustainable development of the tourism sector: case Milagro and its adjacent sectors in the Ecuador. *Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana*.
- Bhuyan, U. (2016). A Study on the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (Msmes) in India. *Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management*, 16(9).
- Brawley, A. M., & Pury, C. L. S. (2017). Little things that count: A call for organizational research on microbusinesses. *Journal of Organizational Behavior*, 38(6), 917–920. <https://doi.org/10.1002/job.2184>
- Cañizarez Ruíz, M. d. (2013). *SOSTENIBILIDAD Y TURISMO: DE LA DOCUMENTACIÓN INTERNACIONAL A LA PLANIFICACIÓN EN ESPAÑA "HORIZONTE 2020"*. Obtenido de www.dialnet.unirioja.es: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4157711.pdf>
- Cardona, D., Montenegro, A., & Hernández Palma, H. G. (noviembre de 2016). *CREACIÓN DE EMPRESA COMO PILAR PARA EL DESARROLLO SOCIAL E INTEGRAL DE LA REGIÓN CARIBE EN COLOMBIA: APUNTES CRITICOS*. (Dialnet, Ed.) Obtenido de www.dialnet.unirioja.es: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6069712>
- Houston, D., & Reuschke, D. (2016). City economies and microbusiness growth. *Urban Studies*, 54(December 2016), 4209801668052. <https://doi.org/10.1177/0042098016680520>
- INEC . (2010). *app.sni.gob.ec*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0910_MILAGRO_GUAYAS.pdf
- Jácome, H., & Naranjo, M. (2010). Boletín mensual de análisis sectorial de Mipymes. *FLACSO-MIPRO*.
- Ledesma, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El Emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. (B. I. Mundial, Ed.) Obtenido de www.books.google.es: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=r4kyDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT105&dq=emprendimiento&ots=jFWNLd_HSE&sig=Vkx6RvWGYaopCQ-LDpWD__EdNZI#v=onepage&q=emprendimiento&f=false
- Milto, M., & Sánchez, J. (2004). Las microfinanzas y los microempresarios del turismo en Ecuador.
- Molina, R., Rueda, R., & Aguilera, V. (2011). La gestión del conocimiento en las microempresas familiares formales de servicios en Uruapan, Michoacan. *INCEPTUM*, VI(11), 451–469.
- Ochoa-González, C., Sánchez-Villacres, A., & Benítez-Astudillo, J. (2016). Incidence of Informal Credit in the Economic Growth of Micro-Entrepreneurs. *CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 20, 114–123. Retrieved from <http://uct.unexpo.edu.ve/index.php/uct/article/viewFile/766/617>
- Prefectura del Guayas. (2017). *www.guayas.gob.ec*. Obtenido de Guayas Turístico: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/cantones/milagro>
- Acevedo Tabares, A. (2015). 8 Pasos Para Planear Estratégicamente En Microempresas Gerenciadas Por "No Gerentes." *II Simposio Nacional de Formación Con Calidad Y Pertinencia*, 3(3), 771 – 787. Retrieved from <https://sites.google.com/site/sifocape/memorias-del-congreso>
- Armendáriz, C., & Velásquez, D. (2013). Evolución del alojamiento turístico en los hogares de la Isla San Cristóbal, de la provincia de Galápagos. *Kalpana*, ISSN-E 1390-5775, No. 10, 2013, Págs. 51-62, (10), 51–62. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4689916>
- Arteaga, Y., Espinoza, A., Espinoza, E., Villegas, E., Zúñiga, X., & Campos, H. (2016). Diagnostic of the current situation of Micro businesses in the sustainable development of the tourism sector: case Milagro and its adjacent sectors in the Ecuador. *Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana*.
- Bhuyan, U. (2016). A Study on the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (Msmes) in India. *Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management*, 16(9).
- Brawley, A. M., & Pury, C. L. S. (2017). Little things that count: A call for organizational research on microbusinesses. *Journal of Organizational Behavior*, 38(6), 917–920. <https://doi.org/10.1002/job.2184>
- Houston, D., & Reuschke, D. (2016). City economies and microbusiness growth. *Urban Studies*, 54(December 2016), 4209801668052. <https://doi.org/10.1177/0042098016680520>
- Jácome, H., & Naranjo, M. (2010). Boletín mensual de análisis sectorial de Mipymes. *FLACSO-MIPRO*.
- Milto, M., & Sánchez, J. (2004). Las microfinanzas y los microempresarios del turismo en Ecuador.
- Molina, R., Rueda, R., & Aguilera, V. (2011). La gestión del conocimiento en las microempresas familiares formales de servicios en Uruapan, Michoacan. *INCEPTUM*, VI(11), 451–469.
- Ochoa-González, C., Sánchez-Villacres, A., & Benítez-Astudillo, J. (2016). Incidence of Informal Credit in the Economic Growth of Micro-Entrepreneurs. *CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 20, 114–123. Retrieved from <http://uct.unexpo.edu.ve/index.php/uct/article/viewFile/766/617>

- Robles, B. J. (2007). Tax Refunds and Microbusinesses: Expanding Family and Community Wealth Building in the Borderlands. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 613(1), 178–191. <https://doi.org/10.1177/0002716207303602>
- Rodriguez, A., & Chauca, P. (2013). Problemática y alternativas de financiamiento para las micros y pequeñas empresas familiares de michoacán: estudio de caso 1. *INCEPTUM*, VIII(15), 127–158.
- Román, P., Padrón, M., & Ramírez, T. (2012). Trabajo y familia: ¿Cómo se articula esta frágil relación? *Convergencia*, 19(60), 229–253.
- Romero Galarza, C. A., Flores Sánchez, G. G., Campoverde Campoverde, J. A., & Coronel Pangol, K. T. (2017). Microempresas panificadoras en el Azuay (Ecuador) y su productividad Bakery small business in Azuay (Ecuador) and their productivity. *Revista de Ciencias de La Administración Y Economía, Retos*, VIII, 1390–6291. <https://doi.org/10.17163/ret.n14.2017.09>
- Sanghera, B. (2002). Microbusiness, household and class dynamics: The embedding of minority ethnic petty commerce. *Sociological Review*, 50(2), 241–257+312. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.00365>
- Toscano Ruíz, D. F., Romero Ramírez, H. A., & Paz Sánchez, C. E. (2017). Microcréditos, una necesidad educativa para asesores y microempresarios vulnerables. *EduSol*, 17(58), 14–26. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5792290.pdf%5Cnhttps://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=5792290>

-
1. Facultad Ciencias Administrativas, Universidad estatal de Milagro. Economista, Master en Educación. E-mail: carmita.rosy@hotmail.com
 2. Departamento de Investigación. Docente Tiempo Completo, Universidad Estatal de Milagro. Economista. Magíster en Administración y Dirección de Empresas, PhD. (E) Unmsm (2018). E-mail: respinozat@unemi.edu.ec Orcid: [org/0000-0001-6527-](https://orcid.org/0000-0001-6527-)
 3. Facultad Ciencias Administrativas, Docente Tiempo Completo, Universidad Estatal de Milagro. Ingeniera Comercial, Magíster en Administración y Dirección de Empresas, PhD. (E) Unmsm (2018). E-mail: xzunigas@unemi.edu.ec Orcid: orcid.org/0000-0002-3273-1540
 4. Departamento de Vinculación. Docente Tiempo Completo, Universidad Estatal de Milagro. Ingeniero Comercial. Magíster en Administración y Dirección de Empresas. E-mail: eespinozas@unemi.edu.ec
 5. Facultad Ciencias Administrativas. Docente Tiempo Completo, Universidad Estatal de Milagro. Ingeniero Comercial. Magíster en Administración y Dirección de Empresas, PhD. Unmsm (2018). E-mail: fvillegasy@unemi.edu.ec
 6. Facultad Ciencias Administrativas. Docente Tiempo Completo, Universidad Técnica de Babahoyo. Contador Público Autorizado. Magíster en Administración y Dirección de Empresas, MSc. en Educación. E-mail: hcampos@utb.edu.ec

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 39 (Nº 48) Año 2018

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]