

Participación del millennial en el emprendimiento del turismo de naturaleza

Participation of the Millennial in the Entrepreneurship of Nature Tourism

Diana S. Santoyo-Ledesma^a, Reyna M. Ibáñez-Pérez^b

Abstract:

In Baja California Sur (BCS) the tourism scenario is qualified by companies with foreign capital, a situation that is becoming more acute in its main destinations: La Paz, Los Cabos and Loreto. Added to this, the national situation has permeated in the local context, helping to raise unemployment and insecurity. The above, represents an adverse scenario that may limit the development of new entrepreneurs, especially millennials who have just graduated from universities. In order to assess the previous problem, it is necessary to have information on the experiences of young people who have just dabbled as entrepreneurs. The objective of this paper was to take as reference four case studies to document the characteristics of the businesses undertaken by young graduates of the Bachelor of Alternative Tourism of the La Paz campus, BCS. The techniques used were: case studies, surveys and interviews. The results indicate that, entrepreneurs perceive with seriousness the limitations of obtaining financing, this is represented as limiting to improve the positioning of their companies, they are not exclusively dedicated to their company, which causes economic imbalances, attention and development of Their goals in different time horizons also, although they are people with academic training, consider that they do not have enough training in areas of business management, a condition that does not allow them to develop properly. Some recommendations are to reinforce entrepreneurial actions from an early age and to strengthen the business culture at all educational levels, particularly in carer related to alternative and nature tourism.

Keywords:

Entrepreneurship, companies, millennial, nature, sudcalifornia

Resumen:

En Baja California Sur (BCS) el escenario del turismo, se matiza por empresas de capital extranjero, situación que se agudiza en sus principales destinos: La Paz, Los Cabos y Loreto. Sumado a ello, la coyuntura nacional se ha permeado en el contexto local, contribuyendo a elevar el desempleo y la inseguridad. Lo anterior, representa un escenario adverso que puede limitar el desarrollo de nuevos emprendedores especialmente, de los millennial que recién egresan de las universidades. Para dimensionar la problemática anterior, es necesario contar con información sobre experiencias de los jóvenes que recién han incursionado como empresarios. El objetivo de este trabajo fue tomar como referencia cuatro casos de estudio para documentar las características de los negocios emprendidos por jóvenes egresados de la Licenciatura en Turismo Alternativo del campus La Paz, BCS. Las técnicas empleadas fueron: estudios de caso, encuestas y entrevistas. Los resultados indican que, los emprendedores perciben con seriedad las limitantes de obtener un financiamiento, esto se representa como limitante para mejorar el posicionamiento de sus empresas, no están dedicados exclusivamente a su empresa, lo que ocasiona desajustes económicos, de atención y de desarrollo de sus metas en distintos horizontes temporales además, si bien son personas con preparación académica, consideran que no poseen suficiente formación en áreas de gestión empresarial, condición que no les permite desarrollarse adecuadamente. Algunas reomendaciones son reforzar las acciones de emprendurismo desde edades tempranas y fortalecer la cultura empresarial en todos los niveles educativos particularmente en carreras vinculadas al turismo alternativo y de naturaleza.

Palabras Clave:

Emprendimiento, empresas, millennial, naturaleza, sudcalifornia

Introducción

Las empresas son esenciales para el bienestar de todo país, se focalizan en ofertar bienes y servicios, generan empleos e ingresos y crean un efecto multiplicador en la

economía. Sin embargo, las tasas de emprendimiento en México, parecen no ser muy alentadoras según el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, se registraron 4.9 millones de establecimientos, observándose que 2.2 millones fueron

^a Autor de Correspondencia, Instituto Nacional de Bellas Artes INBA, Email: dsantoyo@uabcs.mx

^b Universidad Autónoma de Baja California Sur, Departamento Académico de Economía, Email: ribanez@uabcs.mx

nuevos negocios (nacimientos), de las muertes acaecidas durante el periodo, respecto al año 2010, el 17.4 por ciento apuntaló al Comercio, 14.4 por ciento a los Servicios (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) además, la Secretaría de Economía (SE) señala que ocho de cada diez Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) quiebran antes de llegar a los dos años de vida asimismo, las muertes por entidad federativa se presentan en mayor medida dentro de las entidades de Baja California, Baja California Sur, Sonora, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, Guerrero, Morelos, Estado de México, Tabasco, Campeche y Quintana Roo; mismas que denotan porcentajes de muertes dentro en cada entidad que oscilan entre el 40.0 y el 53.0 por ciento. 1,2

A la par, en sectores como el turismo se aprecia enorme dependencia de empresas y capital extranjero especialmente, en actividades relacionadas con el turismo masivo. Aunque, en teoría otros segmentos turísticos como el alternativo, generan mayores posibilidades de inversión y desarrollo local pocos casos han sido documentados como exitosos algunos ejemplos según la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales son: a) Los pueblos mancomunados de la Sierra Norte de Oaxaca, donde mediante una estrategia de desarrollo integral y diversificación productiva se puso en marcha un proyecto ecoturístico que ha permitido inclusión de jóvenes y mujeres quienes han desarrollado un servicio turístico integral que incluye transporte desde Oaxaca, alojamiento, comidas, servicios de guías, equipo y apoyo logístico además los guías son locales, b) El proyecto de La selva del Marinero que junto con otras tres comunidades de la zona formaron la Red de Ecoturismo Comunitario de Los Tuxtlas ofertan servicios turísticos y actividades recreativas cuyos ingresos han sido distribuidos entre toda la comunidad, generando una importante fuente de ingresos alternativos, c) Proyecto comunitario de Taselotzin, encabezado por mujeres indígenas quienes inicialmente se dedicaron a la fabricación de artesanías, decidieron incursionar en las actividades turísticas como hospedaje, alimentación y servicios de visitas guiadas, hoy proporcionan fuentes de trabajos para que muchas familias no emigrarán en busca de mejores oportunidades, d) El parque ejidal de San Nicolás Totolapan, que proporciona empleo a 35 personas, con ingresos de entre 1.5 y 2.5 salarios mínimos además, genera adicionalmente otros 30 empleos indirectos por los comercios de comida y artesanías asimismo, incluye 150 kilómetros de veredas ciclistas y pedestres, una granja de cultivo de trucha, un vivero, un criadero de venados, un área de campamento,

una granja ecodidáctica y área de servicios sanitarios, e) El parque Tepozán en Tlalpan, basado en el usos de ecotécnicas y cuenta con 62 integrantes, los cuales ofrecen servicios de recreación y la educación ambiental en el que se pueden realizar observación de flora y fauna, recorridos por senderos educativos, caminatas por sendas peatonales y paseos por veredas para bicicleta mediante este proyecto se beneficiaron con los empleos generados durante la construcción de la infraestructura. Sin embargo, tal como se ha mencionado anteriormente, aun con tales casos, las tasas de emprendimiento en México, parecen no ser muy alentadoras. 3

En el caso de Baja California Sur (BCS), dentro del sector turismo existe predominancia de compañías y capital extranjero situación que, se agudiza en sus principales destinos turísticos, La Paz, Loreto y Los Cabos. Sumado a ello, la coyuntura nacional se ha permeado en el contexto local, contribuyendo a elevar el nivel de desempleo incluso en egresados de preparatoria, licenciatura y posgrado. 4,5

Lo anterior, representan un escenario adverso que limita el desarrollo de jóvenes emprendedores, de personas que tengan una actitud proactiva frente a la vida y a los negocios y que, además, visualicen oportunidades donde la mayoría ve obstáculos. 6,7

Para comprender y dimensionar adecuadamente la problemática descrita, es necesario contar con datos y registros sobre la percepción y aspiraciones de los futuros emprendedores y de los jóvenes que recién han incursionado como empresarios. Lo anterior, sentará las bases para diseñar e impulsar estrategias orientadas a revertir o mitigar los impactos de las problemáticas asociadas al escaso del emprendedurismo¹ exitoso en el turismo alternativo local.

En este sentido, el objetivo fue documentar casos de emprendedurismo vinculados al turismo de naturaleza, para ello se tomaron *como referencia a cuatro casos de estudio para documentar las características de los negocios emprendidos por jóvenes egresados de la Licenciatura en Turismo Alternativo del campus La Paz, B.C.S.* Cabe destacar que, para la zona y objeto de estudio no existen publicaciones previas por lo que, este trabajo representa un aporte al conocimiento del tema a pesar de constituirse como un estudio de carácter exploratorio.

Referente a las interrogantes formuladas al inicio de esta investigación, se sintetizan bajo las siguientes preguntas:

1) ¿Cuáles son las características básicas de las cuatro empresas tomadas como caso de estudio, 2) ¿Cuándo y en qué condiciones surgieron, con qué recursos se formaron, qué servicios ofertan?, 3) ¿Qué herramientas y

¹ Emprendedurismo: Actividades de un individuo o un grupo dirigidas a iniciar actividades económicas en el sector formal bajo una forma legal de negocio.

estrategias vinculadas al proceso administrativo y a la gestión empresarial implementan en la actualidad?, 4) ¿Cuáles son las principales dificultades que afrontan?. Para responder tales interrogantes, se aplicaron métodos cualitativos y cuantitativos los cuales, se describen más adelante.

Conviene subrayar que, la información generada en esta investigación, se organizó en seis segmentos, el primero corresponde a esta breve introducción, en el segundo presentan argumentos teóricos acompañados por un análisis de la revisión de literatura sobre el tema central de este capítulo, el emprendimiento joven. Posteriormente, se describen la metodología empleada.

Revisión Teórica

En esta sección se conceptualiza al turismo de naturaleza y se describen las implicaciones del emprendimiento joven y del proceso administrativo.

Turismo de Naturaleza

Conocido también como turismo alternativo, el turismo de naturaleza surge a inicios de los sesentas, como contraparte del turismo tradicional, tiene como fin la realización de viajes que permitan al turista participar en actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas respetando el patrimonio natural, cultural, e histórico del lugar visitado (Secretaría de Turismo).⁸

Algunos autores mencionan que es un nuevo modelo de desarrollo turístico incluye una serie de modalidades que básicamente difieren de los principios del modelo de masas y que plantean sus bases sobre el paradigma del desarrollo turístico sustentable, cuyo fin o propósito es minimizar los impactos negativos de las actividades humanas sobre los ecosistemas naturales, paralelamente se respetan y preservan las pautas y tradiciones culturales de la población local. ^{9,10}

Dicho de otra manera, bajo esta modalidad se realizan actividades ambientales y socialmente responsables que buscan alcanzar un desarrollo más equitativo, benéfico y sostenible. ¹¹

En consonancia la secretaria de turismo establece que, se conforma por un conjunto de modalidades turísticas que tienen por objetivo ser consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios, permitiendo además tanto a los anfitriones como a los turistas, disfrutar de una interacción positiva y de experiencias compartidas. Esta

modalidad está conformada por tres sub-segmentos: A) Ecoturismo, B) Turismo rural y C) Turismo de aventura. ⁸

Emprendimiento Joven

La importancia de especificar el término del emprendedurismo es sin duda un factor tácito para el destino de quien desea inmiscuirse en el campo, veamos algunas aportaciones. ¹²

Por emprender significa crear una nueva empresa donde no existía antes, la disciplina de emprender proporciona un marco claro para quienes aspiran a convertirse en emprendedores que puedan aprender y contrastar lo que les llevaría años asimilar en el mundo real. ¹³

Se aborda el espíritu emprendedor, como un tema de actitud, en la que se refleja la motivación y la capacidad a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir algo valioso, sin embargo, emprender es una forma de enfrentarse al mundo, es una manera de entender la vida con la que no todo el mundo se siente a gusto. ¹⁴

Al respecto habría que aclarar: ¿cuál es esa forma de vida? Es aquella que, en la que la persona disfruta con la incertidumbre y la inseguridad de qué pasará mañana. ¹⁵

El verdadero emprendedor es aquel a quien lo incierto procura un especial placer. Adicionalmente, el emprendedor no es quien inventa, ni quien invierte su capital en un proyecto de empresa, sino aquella persona que es capaz de identificar una oportunidad y de organizar los recursos necesarios para llevarla a cabo. Por tanto, puede tratarse de un proyecto empresarial o no. ¹⁶

Las contribuciones de diversos autores nos permiten visualizar que existen similitudes en términos dirigidos al concepto del emprendimiento, sin embargo, hay otros elementos por considerar, como lo mencionado en “El libro negro del Emprendedor”, establece una interesante diferencia entre “motivación” y “motivo”. ¹⁵

La motivación tiene que ver con la ilusión, con el deseo profundo de llevar a cabo un proyecto, el motivo es el detonante, por ejemplo, quedarse sin empleo o no tener trabajo, es un motivo, pero esa situación no conlleva necesariamente la motivación para emprender, hace falta algo más; ilusión, deseo y necesidad de llevar a cabo un proyecto. Por su parte, el Monitor Global del Emprendimiento define emprendimiento como: Cualquier intento por crear un nuevo negocio, ya sea través del auto-empleo, la creación de una nueva organización o la expansión de un negocio existente. Esto puede ser llevado a cabo por un individuo, un grupo de individuos o un negocio establecido. ¹⁷

Por otra parte, al analizar las estadísticas de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico relativas al comportamiento en otros países podemos apreciar que las tasas de creación de la empresa se mantienen alrededor de 1.5 a 1.3 bajo en comparación con los niveles anteriores a la crisis en Finlandia, Estados Unidos, Australia, Alemania, España, Bélgica e Italia. Pero mayor en el Reino Unido, Francia, Suecia y los Países Bajos. Sin embargo, los datos más recientes proporcionan señales tentativas de un punto de inflexión en la mayoría de las economías, con las tendencias que apunta hacia arriba.¹⁸

Esto debería proporcionar un importante impulso a la productividad a largo plazo. Tal situación, nos lleva a la interrogante sobre qué países entonces brindan más apoyo al campo del emprendedurismo, según la Revista Expansión en su edición 2014, se menciona la tendencia de apoyo focalizada al sexo femenino indicando que, las mujeres empresarias tienen mejores oportunidades de prosperar en naciones como Estados Unidos y Australia; México y Chile también figuraron dentro de los 10 primeros países que dan más apoyo a este sector y de acuerdo a con la segunda edición del listado anual Gender en el Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI)² encargado por la empresa Dell los países del mundo donde las mujeres empresarias tienen la mejor oportunidad de prosperar, son: Estados Unidos, Australia, Suecia, Francia y Alemania. Los resultados anteriores, se derivaron de un estudio global a 30 economías en desarrollo y desarrolladas evaluó y calificó a cada país sobre temas de negocios y específicos al género, y cómo estos afectarán el crecimiento de las empresarias de "alto potencial". Las mujeres emprendedoras de este nivel, no sólo están empezando un negocio por sí mismas, sino que suman puestos de trabajo, expandiéndose hacia nuevos mercados e incluso busca oportunidades de exportación.¹⁹

Con relación a las causas de fracaso de los emprendedores, el panorama relatado anteriormente, muestra alentador las posibilidades de convertirse en un emprendedor siempre y cuando se ajuste, moldeé y aclare tanto el motivo como la motivación. Sin embargo, el fracaso es un acto presente en los emprendedores de forma constante adicionado con un alto grado de frustración, en el libro "*Causas de fracaso de los emprendedores*" se relatan tres puntos manifestados de manera constante en el perfil del emprendedor que

fracasa y son los siguientes: Edad, nivel de estudios y experiencia laboral antes de lanzar un nuevo negocio. 20 Regresando, al caso de México, en el reporte anual del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es el estudio más grande de su tipo, se enfoca en dar panoramas sobre el desarrollo del emprendurismo en distintos países. La edición 2015/16 fue auspiciada por Babson College, Universidad del Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak y el Tecnológico de Monterrey. Nos demuestra lo siguiente: 1) México tiene una economía basada en la eficiencia (con fortaleza en la manufactura), 2) La mayoría de sus emprendedores son impulsados más por oportunidad que por necesidad, 3) Esto quiere decir que muchos emprenden como una decisión forzada por falta de empleo y 4) La mayor participación es de personas entre 25 y 34 años. En el rubro de emprendimiento naciente, México se encuentra tres puntos porcentuales por encima del promedio Latinoamericano y dos veces por encima del promedio global. Sin embargo, al observar la tasa de nuevos negocios, México está por debajo, tanto del global, como de Latinoamérica. En promedio la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de México y Latinoamérica son muy similares, resaltando que para México el porcentaje de emprendimiento naciente es mayor. Esto indica que a nivel nacional hay más emprendedores con poco tiempo en operación o que aún no han pagado sueldos o salarios por más de tres meses. En cuanto a la tasa de negocios establecidos, México tiene menor porcentaje de negocios con más de 42 meses de operación, comparado con el promedio global y de Latinoamérica. En cuanto al cierre de negocios, nuevamente México se encuentra por encima del promedio GEM (Reporte anual del Global Entrepreneurship Monitor), estos datos obedecen al efecto de un crecimiento en el porcentaje de la población que emprende, así como, la proporción de fracasos que también aumentan como consecuencia natural. La tasa de cierre suele ser menor en países donde la TEA, es menor. Adicionalmente, no todos los cierres de negocios indican que el emprendedor fracasó.

Por otra parte, la aseveración que mencionan algunos autores infiere: somos un país capitalista, sin capitalistas, y tenemos un sistema económico en donde prevalece una aversión al riesgo y un amor a la ganancia de corto plazo, o a la ganancia segura en el largo plazo.^{21,22}

La historia de nuestro país explica por qué carecemos de una clase empresarial. Así mismo, ratifica que lo que sucede no sólo en la cultura empresarial, sino en la sociedad es que no está constituida para basar sus decisiones económicas en criterios de largo plazo; su

enfoque sistemático que permite la comparación, evaluación e identificación de datos.

² GEDI es una herramienta única de diagnóstico en el mundo que mide exhaustivamente el alto potencial de la iniciativa empresarial femenina mediante el análisis de los ecosistemas empresariales y aspiraciones individuales a través de 30 economías desarrolladas y en vías de desarrollo que abarcan varias regiones, aportando un

economía, está más relacionada con una visión de negocio de corto plazo, más imbuida por los valores de seguridad que de riesgo. La relación es sencilla, si el riesgo es alto, la economía se orienta por el corto plazo; si el riesgo es bajo, las decisiones de largo plazo se realizan con mayor racionalidad. Paralelamente, la falta de conocimientos y manejo del ámbito financiero en los jóvenes próximos a egresar de las diversas carreras ofrecidas en los planteles de estudio, ha sido un factor preocupante ante su perspectiva actual en el mercado. La institución educativa se enfoca a formar jóvenes para ser reclutados como de perfil alto, pero con deficiencias en el desarrollo de ser emprendedores, ejecutores de programas y proyectos trascendentes, se han limitado a sólo ejecutar las instrucciones en el ámbito laboral. La educación financiera comprende tres aspectos clave: a) Adquirir un conocimiento y una comprensión en materia de finanzas; b) Desarrollar competencias en ese ámbito, es decir, tener capacidad para utilizar los conocimientos en beneficio propio; y c) Ejercer la responsabilidad financiera, es decir, llevar a cabo una gestión adecuada de las finanzas personales, con base en elecciones informadas, con conocimiento de los riesgos asumidos. 23,24

Proceso administrativo y su importancia en el éxito de las organizaciones

La administración y la gestión estratégica son esenciales para la eficiencia y cualquier organización ya que, al estar inmersa en un sistema, su supervivencia y éxito, depende de gran cantidad de factores, algunos de carácter interno y otros que por su naturaleza externa están fuera del control de las empresas. 25

En este sentido, la correcta aplicación del proceso administrativo, es decir del conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración tal como se aprecia en la siguiente figura. 26

ETAPAS	ELEMENTOS	HERRAMIENTAS		
Fase mecánica o estructural	Planeación	<ul style="list-style-type: none"> Misión Visión Propósitos Objetivos Estrategias 	<ul style="list-style-type: none"> Políticos Programas Presupuestos Procedimientos 	P
	Organización	<ul style="list-style-type: none"> División del trabajo Coordinación 	<ul style="list-style-type: none"> Jerarquización Departamentalización Descripción de funciones 	O
Fase dinámica u operativa	Dirección o ejecución	<ul style="list-style-type: none"> Toma de decisiones Integración 	<ul style="list-style-type: none"> Motivación Comunicación Supervisión 	D
	Control	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de estándares Medición Comparación 	<ul style="list-style-type: none"> Detección de desviaciones Corrección Retroalimentación 	C

Figure 1. Proceso administrativo, fases, etapas y principales herramientas (1999).

Contribuye a que toda la empresa tenga mayores posibilidades de alcanzar sus objetivos. Comprender la importancia de los aspectos anteriores, requiere tener conciencia sobre la relevancia de la cultura empresarial la cual, identifica la forma de ser de una empresa y se manifiesta en sus formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión, además de adaptación a los cambios y requerimientos de orden exterior e interior, que se interiorice en forma de creencias y talentos colectivos transmitidos y enseñados a los nuevos miembros como una manera de pensar, vivir y actuar; sin duda, tiende a contribuir en su mejor organización y en el logro de objetivos. 27,28

Sumado a lo anterior, una adecuada gestión estratégica concebida como el arte y ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones de diferentes funcionalidades; coadyuvará a que, las organizaciones alcancen sus objetivos puesto que, también, busca encontrar formas para empresas, puedan generar nuevas formas de posicionarse concretamente dentro de un mercado o abrirse camino en uno nuevo. 29,30 Además, constituye un proceso que va desde especificar los objetivos de las organizaciones, desarrollar políticas y planes para alcanzar esos objetivos, asignar recursos su implementación. 29

En la actualidad, se reconocen dos escuelas vinculadas al estudio de la gestión estratégica de las empresas: i) Escuelas prescriptivas, este grupo incluye las escuelas preocupadas por cómo se deberían formular las estrategias, en conjunto forman lo que se denomina *el pensamiento estratégico racional*, que engloba la concepción convencional de la formulación estratégica y es de carácter normativo. Estas escuelas pretenden sistematizar, ordenar y determinar tanto el concepto deliberado de estrategia como su proceso de formación y proporcionar a la dirección instrumentos para la formulación de estrategias a partir de un estudio previo del entorno y de las capacidades de la empresa, ii) Escuela de diseño, que el empleo sistemático de análisis del entorno es su principal virtud por lo que, la escuela de diseño es la responsable del desarrollo del modelo de análisis de Fortalezas Debilidades y Amenazas (FODA), los datos en estos estudios son empleados para identificar las oportunidades existentes y anticiparse a las situaciones del mercado. Se debe agregar que, al interior de estas escuelas existen diversas corrientes donde se proponen diferentes modelos para una adecuada gestión estratégica, sin embargo, en su mayoría coinciden en que, dichos modelos tienen implícitas tres etapas: 1) Formulación, 2) Análisis y 3) Implementación y monitoreo;

en las cuales, se combinan las actividades de las diversas áreas funcionales de una organización para lograr objetivos organizacionales. 31-33

Metodología

La metodología empleada se seleccionó con base al tipo de investigación a realizar, misma que se determina de tipo exploratoria, no concluyente. Las técnicas utilizadas fueron documentales y cualitativas mismas que, se describen a continuación:

- I. **Investigación documental**, se basó en la revisión de fuentes estadísticas de organismos oficiales a la par, se analizaron textos generados en investigaciones previas, así como literatura e información especializada sobre turismo alternativo y acciones de emprendimiento local en la zona de estudio.
- II. **Se efectuaron entrevistas con agentes claves y consultas a expertos**, esto con la finalidad de conocer las problemáticas y necesidades en el contexto de los negocios, presentes en el sector turismo específicamente, en el segmento alternativo.
- III. **Entrevistas** cara a cara, efectuadas a propietarios de cuatro empresas de reciente creación fundadas por egresados de la Licenciatura en Turismo Alternativo del campus La Paz, de la UABCS, con el propósito de documentar las condiciones en que éstas surgieron, sus características actuales, los retos que afrontaron previo a su creación, así como, sus metas y planes futuros.

Resultados

Las experiencias de los casos analizados se documentaron a través de entrevistas cara a cara, los registros obedecen a las empresas denominadas *Barbaritas Tours*, *Chilangos Store & Tourist Services*, *Kayak Doyo* y *Salva kid's*, en la primera etapa del intercambio se dirige al perfil del emprendedor y se esquematizan de la siguiente manera:

Perfil del encuestado

De los emprendedores entrevistados tres hombres eran los responsables del negocio y sólo una mujer llevaba el control de su empresa. El inicio de operaciones oscila entre 2010 hasta 2016, su antecedente socioeconómico fue de media y media alta. No realizaron proyecto familiar (hijos), los emprendedores son jóvenes que varían entre los 26 años hasta los 31 años. Dirigen sus empresas y paralelamente tienen otras actividades laborales para

complementar la subsistencia de su negocio. Sólo cincuenta por ciento aplica publicidad en redes sociales y cuentan con página de internet. La cantidad de empleados que colaboran con estas empresas fluctúan, no son de forma fija debido a "*temporadas bajas y problemas financieros*" así mismo los servicios y actividades que prestan son: *Barbaritas tour* ofrece, *senderismo, snorkel, avistamiento de ballena gris y jorobada, tiburón ballena, viajes a la Isla Espíritu Santo, a San Evaristo y alrededores*. *Chilango Store & Tourist Service* ofrece *actividades al aire libre, aventura, excursiones, senderismo, snorkel*. *Kayak Doyo* ofrece *servicios guiados en kayak y renta del equipo*. *Salva kid's* ofrece *cuidado y supervisión de niños dentro del área profunda de la alberca y diseña actividades recreativas*.

Sobre emprendedurismo

Se les preguntó si contaban con experiencia laboral en su infancia, cincuenta por ciento contestó afirmativamente y antes de fundar su empresa la respuesta fue del cien por ciento sus actividades se enfocaron a: *enseñanza, administración, guía de turistas, presentaciones de baile, clases de natación y taekwondo*. La preparación académica se presentó a nivel superior y uno se destacó como seleccionado nacional. En cuanto a la participación de la familia sólo el 50 por ciento la involucra. Se abordó la opción del financiamiento utilizado para dar inicio y 100 por ciento lo hizo con recursos propios, sin embargo, 75 por ciento ha mejorado sus productos, servicios y procesos iniciales. Se indagó sobre la relevancia y consolidación de la imagen de la empresa, sólo el 50 por ciento cuenta con manual de imagen corporativa y el 50 por ciento cuenta con el registro de su marca. Se preguntó sobre la dedicación exclusiva de su empresa y 100 por ciento cuenta con otras actividades para obtener una fuente de ingreso extra, ellos respondieron: *Tengo varios empleos para pagar deudas y gastos corrientes, laboro como maestro de natación y taekwondo en un colegio, poseo otros trabajos y tengo otra oferta laboral*. En relación al crecimiento en ventas de forma continua ellos comentaron: *sólo uno de ellos la incrementó un setenta por ciento, otros entre 10 y 30 por ciento y salva kid's iniciando 2017 está en receso*. Al puntualizar sobre la toma de decisión de crear su empresa lo visualizó como algo fundamental, sus respuestas fueron las siguientes: *Hay que ser objetivo, constante y perseverante. Es una alternativa para mayores ingresos. Se necesita para generar tus propios ingresos. Nos ayuda a crear un respeto y conciencia ambiental ante la gente, colaborando con personas que no tienen recursos para desarrollarse*. Se abordó el tema de los obstáculos para la creación de la empresa y 100 por ciento habló sobre el factor económico y sólo 50 por ciento indicó los trámites burocráticos. Solicitamos que nos indicaran como

desarrolla estrategias para proyectar a su empresa, ellos nos explican: *Estudiando los nichos de mercado, las temporadas, análisis FODA y de mercado, a través de ecommerce³ y marketing digital, tomando en cuenta la demanda que está dirigida al extranjero nosotros la dirigimos a los locales.* Les pedimos que describieran los planes a futuro destinados para su empresa y sus réplicas fueron: *Expandirnos en servicios a nivel nacional para turistas internacionales, financiamiento para adquisición de herramientas de trabajo, aumentar el flujo de clientes satisfechos e innovar nuestros servicios. Certificarnos para fungir como capacitadores.*

Sobre gestión y estrategias

Con relación a la estructura de la empresa se les preguntó si contaban con organigrama, manual de procedimientos, perfiles de puesto, reglamento registrado en conciliación y arbitraje y facturas digitales, se apreció que sólo el 50 por ciento cuenta con organigrama, 25 por ciento manual de procedimientos y perfiles de puesto, y 50 por ciento con facturas digitales, a pesar de haber comentado que si están registrados en un régimen fiscal. Al dirigirnos a la creación de su misión, visión, valores y políticas de la empresa sólo 50 por ciento lo posee. Posteriormente abordamos las acciones que aplican para el aumento de sus ventas, así como los medios para promocionar su empresa, las más utilizadas fueron: medios impresos (folletos, trípticos, volantes), electrónicos (redes sociales, servidores web), publicidad de boca en boca y sólo 50 por ciento participa en ferias empresariales, turísticas y de servicios, así como flyers⁴ digitales. Por otro lado, se les indicó describieran las acciones que implementan para mejorar la imagen de la empresa tanto interna como externamente, sólo 50 por ciento manifestó lo siguiente: *Equipo de calidad para los servicios, uso de colores institucionales de la empresa. Mantenimiento oportuno y compra de equipo cuando se requiere.* Se les preguntó el medio para definir y segmentar el mercado donde opera su empresa, en orden de importancia fue que, 75 por ciento lo aplica por sugerencias de conocidos y expertos, 50 por ciento por informes de un estudio de mercado y datos de asociaciones del sector y 25 por ciento por análisis FODA. Con respecto al análisis y recolecta de información por parte de sus empleados únicamente, 25 por ciento lo aplica por medio de resúmenes postventa, medios electrónicos y sugerencias. Asimismo, se les preguntó el método para evaluar la satisfacción del cliente y 100 por ciento aplica la observación directa y adicionalmente, 25 por ciento se apoya con entrevistas

directas a sus clientes. Otro punto a profundizar fue la selección de sus proveedores y por orden de importancia se distinguió de la siguiente forma: calidad del producto, ubicación geográfica, facilidades de pago, puntualidad en los tiempos de entrega y políticas de la empresa. El tema dirigido a mantener una buena relación con el ámbito gubernamental para el desarrollo de la empresa se inclinó en 75 por ciento de forma positiva, por otra parte, ninguna compañía cuenta con algún tipo de reconocimiento o distintivo. Se indagó si sus empresas implementan acciones amigables con el medio ambiente, 50 por ciento sólo aplica como, en celdas solares, focos led, productos biodegradables y agua reciclada. El instrumento utilizado para evaluar su estándar de calidad se inclinó a un 100 por ciento en la observación directa. Al hablar de las acciones de capacitación, se encontró que, 100 por ciento realiza esta actividad al inicio y no lo aplican posteriormente, así mismo, ninguno aplica un método para evaluar el desempeño laboral. Sin embargo, al abordar la forma en cómo evalúa el desempeño del personal por áreas, destaca en orden de importancia el personal administrativo, como segundo el de contacto directo y al final el operativo. Al pasar al tema de saber si cuentan con un plan estratégico 75 por ciento no cuenta con él. Se les preguntó qué les gustaría mejorar en su empresa y 50 por ciento dijo infraestructura, mayor promoción, publicidad, variedad de productos y servicios. Se les solicitó que indicaran qué la diferencia de la competencia, así que, 100 por ciento indicó la calidad y servicio, 75 por ciento reveló el personal calificado y precios. Se les preguntó sus metas y objetivos en un plazo de un año, como visualizan a la empresa y comentaron lo siguiente: *Contar con más equipo y con servicios de transportación debido al costo de permisos federales, mejorar las instalaciones, posicionar la empresa en la mente del cliente y dar una reingeniería a la empresa.* Después se requirió su visión a un plazo de 2 a 3 años y compartieron esto: *Contar con al menos 2 empleados. Crecer como compañía, ser una empresa fuerte colaborando con el gobierno y asociaciones civiles, apoyando al medio ambiente y a la localidad. Ofrecer otros servicios turísticos.* Para finalizar nuestro intercambio con los emprendedores se desarrolló un cuestionamiento acerca de recibir asesoría en materia de gestión empresarial, el interés recayó sólo en el 75 por ciento y un 25 por ciento declinó en los temas que le generan mayor significado focalizados en *administración, buenas prácticas y mejora continua.*

³Comercio electrónico o negocios por internet o negocios online, consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

⁴Publicidad realizada en un formato digital, aplicado en el marketing directo.

Dicusión

En el caso de las empresas tomadas como caso de estudio, los hallazgos más sobresalientes se relacionan con un emprendurismo empírico, ausente de información y formación que promueva una seguridad de lanzamiento de una empresa, si bien las etapas juveniles en un rango de 25 a 34 años demuestran una mayor tendencia a desafiar la apertura de su empresa, enfrentándose a los procesos gubernamentales, burocráticos, fiscales, legales y a la incursión como patrón. Descubrir en muchos de los casos su falta de liderazgo y su falta de conocimiento en los aspectos económicos, políticos y sociales del país. Paralelamente es caminar sobre un terreno que en su historial familiar no hay precedentes de emprendedurismo y, por tanto, no cuenta con una guía y dirección por la parte familiar, sólo pueden afianzarse a lo retomado en su formación académica, siempre y cuando haya sido complementada en este tema. Es de suma importancia hacer hincapié que el fracaso en un emprendedor genera profundas frustraciones, sobre todo en tener la claridad de la motivación y la razón para dar un paso en ese ámbito. El factor a destacar es llevarlos a emprender no por la necesidad sino por el impulso de la oportunidad, para evitar que este campo no sea por una decisión forzada o por la nula oferta de empleo. Es necesario puntualizar, la presencia sobre la falta de cultural laboral que disemina todavía en la localidad.

Si bien, el estudio realizado es de carácter exploratorio, releva serios retos en el tema de emprendedurismo y corrobora que, son las capacidades de gestión por parte de los jóvenes empresarios deben ser sustancialmente mejoradas para garantizar el éxito y permanencia de sus negocios. Tales hallazgos son congruentes con el trabajo realizado por Ibáñez donde únicamente cincuenta y nueve por ciento de empresas de hospedaje de la ciudad de La Paz evaluadas, declararon conocer el significado de la gestión estratégica así como, sus funciones y ventajas, en ese mismo estudio cuarenta y nueve por ciento no está aplicando un plan estratégico y lo anterior, entre otros hallazgos revelaron la necesidad de concientizar y dar a conocer a tales empresas, la importancia y beneficios de una mejor gestión estratégica en sus organizaciones en virtud de que, lo anterior podría contribuir a que éstos, tengan mayores posibilidades de sobrevivir ante la creciente competencia, de ofertar servicios de mayor calidad, de cumplir sus objetivos y por ende, coadyuvará a elevar la competitividad del destino turístico de La Paz, B.C.S. 25

Conclusiones

El turismo alternativo o de naturaleza se percibe como una opción empresarial y ambientalmente viable, cuando menos en el discurso teórico y conceptual. En términos

prácticos se observa que igual que otros segmentos turísticos, los emprendedores deben superar serias barreras y limitantes para consolidar su empresa o idea de negocio.

Paralelamente, las diversas políticas y acciones gubernamentales de México, buscan incentivar y promover la capacidad de emprendimiento de los jóvenes; en especial, en actividades o servicios vinculados con el cuidado de la naturaleza.

Con relación a lo anterior, mediante la investigación efectuada fue posible detectar que, los emprendedores perciben con seriedad las restricciones y dificultades para obtener un financiamiento, ésto representa un limitante para poder posicionar las empresas, como los casos detallados a lo largo del documento. Cabe mencionar que, los millenial tomados como caso de estudio no están dedicados exclusivamente a su empresa, situación que ocasiona desajustes económicos, de atención y desarrollo de sus horizontes.

Por otro lado, si bien, son profesionistas con una preparación académica y carrera terminada a nivel licenciatura, externan falta formación en áreas de administración, mercadotecnia y gestión empresarial para desarrollarse adecuadamente.

Derivado de lo anterior, es importante puntualizar sobre los esfuerzos realizados por parte de instituciones educativas y gubernamentales acerca del emprendedurismo, representarán una oportunidad para contribuir a resolver tan compleja problemática.

De manera general, existen pocos estudios sobre la participación del millenial en el emprendimiento del turismo de naturaleza, por lo que la principal aportación de este trabajo se traduce en generar información que permita identificar las características y problemáticas asociadas a la incursión de los jóvenes en el ámbito empresarial, específicamente en el rubro del turismo alternativo, actividad que se vislumbra como una opción productiva para estados y municipios como B.C.S y La Paz, respectivamente.

A partir de lo información anterior y tomando como referencia a Ibáñez (2015), se considera importante tomar en consideración las siguientes sugerencias: 1) Reforzar las acciones de emprendurismo desde edades tempranas fomentando la participación de la población en cursos, talleres, conferencias y visitas a empresas, 2) Fortalecer o crear estrategias para reforzar la cultura empresarial en todos los niveles educativos, 3) Educar a la población no sólo en calidad en el servicio sino también, en el proceso de emprendimiento de su propio negocio, 4) Complementar la investigación documental con trabajo de campo para diagnosticar mayores casos de emprendimiento universitario relacionado con el turismo alternativo y otras actividades y servicios, 5) Formar a los jóvenes en el área financiera

como parte esencial de su educación y gestión empresarial, 6) Incentivar la participación jóvenes emprendedores en cursos sobre diseño de proyectos, registros de marcas y patentes, elaboración de corridas financieras, integración de documentación para acceder a fuentes de financiamiento, servicio a clientes, comercio electrónico y servicios de post-venta. 7) Enfrentarlos a nuevos sistemas de actualización por medio de plataformas digitales que coadyuven a incentivarlos como emprendedores, citando los casos del crowdfunding⁵ como una alternativa de inversión o como una vía de obtener apoyo⁶ y 8) Gestionar su incursión en plataformas donde pueden tener un bajo riesgo de su inversión y permitirles generar una experiencia frontal con la acción de invertir, estas plataformas son Kubo Financiero⁷ y Prestadero⁸.6

Referencias

- [1] DENEUE., (2015) Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas [en línea], INEGI, México. Disponible: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/> (Recuperado el 20 de marzo de 2017).
- [2] INEGI., (2015.) Esperanza de vida de los negocios, [en línea], INEGI, México. Disponible en:http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015_02_38.pdf (Recuperado el 20 de marzo de 2017).
- [3] SEMARNAT., (2006). Introducción al ecoturismo comunitario, Secretaría del Medio Ambiente y Recursos naturales, México, D.F.
- [4] Ibáñez, R., (2011). Crecimiento económico, desarrollo sustentable y turismo: Una aproximación del posicionamiento de Baja California Sur (BCS) en el Barómetro de Sustentabilidad, en El Periplo Sustentable, n° 20, pp. 75-118.
- [5] Gánster, P., (2007). *Un análisis comparativo de dos polos de desarrollo turístico: Loreto y Los Cabos*. En Gánster, Paul; Arizpe, Oscar e Ivanova, Antonina (Eds.), Loreto, el futuro de la primera capital de las californias. Universidad Estatal de San Diego-UABCS, México.
- [6] Ibáñez, R., (2015). Emprendedurismo en jóvenes universitarios. Memoria del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals, Secretaría de Educación Pública, México
- [7] Márquez, L., (2013). Fomento del emprendedurismo y la incubación territorial de empresas. Universidad de Cádiz, España.
- [8] SECTUR., (2004). Turismo Alternativo, una nueva forma de hacer turismo, Secretaría de Turismo, México, D.F.
- [9] Bringas, N., (1997). Las dos caras del turismo: beneficios económicos contra costos sociales, culturales y ecológicos: el caso de México, Revista FERMENTUM, miradas sobre América Latina. Año 7, No. 18, enero-abril de 1997, pp. 89-116, Mérida, Venezuela.
- [10] Melgar, L., (2004). El ecoturismo como una alternativa de desarrollo local en el ejido revolución del área de protección de flora y fauna "Valle de Los Cirios", *Tesis de Maestría*, Colegio de la Frontera Norte, Baja California, México.
- [11] Zamorano, F., (2008). *Turismo alternativo, servicios turísticos diferenciados: animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo*. Editorial Trillas, México.
- [12] Ibáñez, R., y Santoyo, D., (2017). Emprendimiento local en el turismo alternativo. En Ibañez, R. (Coordinadora). Turismo alternativo en Baja California Sur: potencialidad, financiamiento y emprendimiento, UABCS, Mexico (Dictaminado y en prensa).
- [13] Aulet, B., (2013). *Disciplined entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup*. Colección Acción Empresarial de LID Editorial Empresarial, S.L. Madrid, España.
- [14] Sande, J., (2010). *Cultura emprendedora y empresarial*. Andalucía, España.
- [15] Trias, F., (2007). *El libro negro del emprendedor*, Empresa Activa. Sexta edición.
- [16] Schumpeter, J., (2010). *¿Puedes vivir al capitalismo?* Ed. Capitán Swing Libros. S. I.
- [17] GEM., (2015). Monitor Global de Emprendimiento (GEM) Guanajuato 2015: El Estatus de la actividad emprendedora, [en línea], México. Disponible en:file:///C:/Users/manager/Downloads/gem-2015-guanajuato-reporte-regional_ (Recuperado el 6 de abril de 2017).
- [18] OCDE., (2016). Better Policies for Better lives [en lineal]. Disponible en: <http://www.oecd.org/std/business-stats/entrepreneurship-at-a-glance-22266941.htm#collapse2> (Recuperado el 2 de abril 2017).
- [19] Dell WomenEntrepreneur Network, 2016
- [20] Valls, J., (2012). *Causas de fracaso de los emprendedores*. Red Emprendia. Netbiolo. La Coruña, España.
- [21] Buelna, M., y Ávila, S., (2008) Cultura emprendedora. Tradición y actualidad. *Historia* 08.[en línea].Disponible:http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html#bibliografia (fecha de consulta: 08 de abril de 2017).
- [22] Bonfil, G., (1997). *Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados. El patrimonio nacional de México*. CONACULTA-FCE. (Serie historia y antropología). T. I.
- [23] Comisión Europea., (2007). La Educación Financiera. Com., (2007) 808. DELL WOMEN ENTREPRENEUR NETWORK., (2016) *Entrepreneurship and DevelopmentIndex*, [en línea], disponible: <http://gemconsortium.org/report>, (Recuperado el 08 de abril de 2017).
- [24] Ardoy del Hoyo, M., Barroso, L., Caldas, Ma. E., Cañadas, E., Saénz, C., (2011). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Ciclo formativo: Emergencias Sanitarias. Ministerio de Educación. Ed. Secretaría General Técnica. Madrid, España.

⁵ Crowdfunding se refiere a cualquier formación de capital donde las necesidades de financiación se comunican a través de una convocatoria abierta a un grupo de personas Crowd. Como tal, los grandes grupos pueden evaluar los méritos de estas necesidades y los fines para los que se usaran los fondos.

⁶ El crowdfunding es un fenómeno enmarcado dentro de los nuevos movimientos colaborativos en los que un conjunto de individuos realiza pequeñas aportaciones a una causa u objetivo y pese a que la aportación individual puede ser insignificante, un gran número de participantes, el crowd, hace que en su totalidad la contribución sea relevante. 34

⁷ Todas las operaciones de captación, crédito e inversión son operadas por ku-bo financiero. S.A. de C.V. SFP (en adelante kubo), entidad autorizada y regulada por la CNBV (Comisión Nacional Bancaria y de Valores) bajo la Ley de Ahorro y Crédito Popular, con oficio número 210-27544/2013 y 120/044/2013 CNBV.311.311.16 (7740) "2013-04-12".

⁸ Prestadero ofrece la posibilidad de rendimientos muy atractivos para prestamistas de todo tipo, con créditos que tienen tasas de 8.90% a 28.90% según el riesgo determinado por prestadero.

- [25] Ibáñez, R., (2017). Gestión estratégica y aplicación de herramientas administrativas en empresas turísticas de La Paz, Baja California Sur (BCS), trabajo presentado en el III Congreso Internacional de Administración, Emprendedurismo y Competitividad. México, Instituto Tecnológico de La Paz.
- [26] Münch, L., (1999). Fundamentos de Administración, Trillas, México, pág., 39
- [27] Barón, M., (2006). *Análisis de experiencias de dos organizaciones en su objetivo de incorporar la dimensión del manejo de conflictos en la cultura organizacional*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Los Andes, Facultad de Administración.
- [28] Schein, E., (1999). *The corporate survival guide sense and nonsense about culture change*. San Francisco Jossey-Bass.
- [29] Barker, J., (1995). *Paradigmas*. Mc. Graw-Hill. Colombia.
- [30] Betancourt, J., (2006). Gestión Estratégica: Navegando Hacia El Cuarto Paradigma. [En línea]. Grupo Eumed, Universidad de Málaga, España. Recuperado en: www.eumed.net/libros/2006c/220/ [2015, 22 de octubre].
- [31] Mintzberg, H., y Lampel, J., (1999). Reflecting on the strategy process. En: Sloan Management Review.
- [32] Álvarez, H., y Kuratomi, I., (2005). Pensamiento estratégico en mantenimiento. Recuperado en: <http://www.ceroaverias.com>, el 20-10-2005.
- [33] Padilla, E., (2017). Gestión estratégica, Instituto Tecnológico de Altamira, México.
- [34] BBVA Research, US Economic Outlook 2Q-2013., (2013). Economic Outlook United States. Houston - United States: BBVA Research U.S. unit