



Agroturismo y el Espíritu del Emprendimiento en época de pandemia COVID-19: Caso Ruta del Arroz en Guayas, Ecuador

Agrotourism and the Spirit of Entrepreneurship in times of Pandemic COVID-19: The Case of the Rice Route in Guayas, Ecuador

Franklin Marcelo Mora-Méndez

Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador

Tecnológico Universitario Espíritu Santo, Guayaquil, Ecuador

franklin.moram@ug.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-1618-898X>

Edison Fernando Chiriboga-Cisneros

Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador

edison.chiribogac@ug.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-5764-8065>

Carlos Andrés Ortiz-Chimbo

Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador

carlos.ortizch@ug.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-7701-2160>

Hugo Renán Ruiz-López

Universidad Internacional del Ecuador, Guayaquil, Ecuador

huruizlo@uide.edu.ec

 <https://orcid.org/0000000334667746>

Recepción: 01/06/2022 | Aceptación: 11/08/2022 | Publicación: 10/09/2022

Cómo citar (APA, séptima edición):

Mora-Méndez, F.M., Chiriboga-Cisneros, E.F., Ortiz-Chimbo, C.A., y Ruiz-López, H.R. (2022). Agroturismo y el Espíritu del Emprendimiento en época de pandemia COVID-19: Caso Ruta del Arroz en Guayas, Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 7(3), 140-154.

<https://doi.org/10.33890/innova.v7.n3.2022.2098>

Resumen

El agroturismo ha demostrado en los últimos años ser una actividad clave en las zonas rurales frente a la caída de la industria agraria tradicional, tanto en los países desarrollados como en los países emergentes. El aporte de esta actividad es importante porque ayuda a contrarrestar los procesos socioeconómicos como el desempleo y fortalece el espíritu emprendedor en las zonas rurales, sin embargo, en época de pandemia se desconoce su impacto. El objetivo de la investigación fue realizar un análisis del agroturismo y el espíritu del emprendimiento en época de pandemia COVID-19, en la ruta del arroz provincia del Guayas, a fin de conocer el impacto en el comportamiento del sector agroturístico. El estudio es de corte cualitativo, para lo cual, se realizó entrevistas a los técnicos de turismo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y a los propietarios de emprendimientos del sector turísticos y agroalimentario. Los resultados que se obtuvieron indican que al menos el 73% de los entrevistados tienen una percepción entre baja o muy baja en cuatro indicadores del espíritu del emprendimiento, como aporte al estudio se obtuvieron factores que estimulan el espíritu emprendedor y se determinó factores limitantes que enfrentan los actores de la industria en la zona de estudio. Se concluye que el apoyo técnico, económico, político y social por parte de los gestores turísticos en base a sus competencias es urgente para crear los entornos que fortalezcan el espíritu emprendedor en la ruta del arroz.

Palabras claves: agroturismo; turismo rural; espíritu emprendedor; ruta agroalimentaria; ruta del arroz.

Abstract

Agrotourism has proven in recent years to be a key activity in rural areas versus the decline of the traditional agricultural industry, both in developed and emerging countries. The contribution of this activity is important because it helps to counteract socioeconomic processes such as unemployment and strengthens the entrepreneurial spirit in rural areas; however, in times of pandemic, its impact is unknown. The objective of the research was to conduct an analysis of agrotourism and the spirit of entrepreneurship during the COVID-19 pandemic season, at the “Ruta del Arroz” (Rice Route) in the province of Guayas, in order to know the impact on the behavior of the agritourism sector. The study is qualitative, for which interviews were conducted with tourism technicians of the Decentralized Autonomous Governments and owners of companies in the tourism and agri-food sector. The results obtained indicate that at least 73% of those interviewed have a low or very low perception in four indicators of entrepreneurship. As a contribution to the study, factors that stimulate entrepreneurship were obtained and, also limiting factors faced by industry actors in the study area were determined. As a conclusion, technical, economic, political, and social support by tourism managers based on their competencies is urgently needed to create environments that strengthen the entrepreneurial spirit in the Ruta del Arroz.

Keywords: agrotourism; rural tourism; entrepreneurship; agrofood route; rice route.

Introducción

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2021) entre los sectores exportadores de servicios, el turismo ha sido el más afectado producto de la pandemia COVID-19, sus exportaciones cayeron de forma drástica entre un 80% y un 90% durante el primer semestre de 2020 y 70% a final de año.

En Ecuador el Ministerio de Turismo (MINTUR), manifiesta que la afectación de la pandemia no tiene precedentes, a nivel nacional puso al sector turístico en una situación compleja y muy preocupante. Según la Secretaria Nacional de Planificación (2020) estimuló una pérdida de 585 millones entre el primer y segundo semestre del año 2020, poniendo en riesgo aproximadamente a 140 mil empleos directos y 500 mil empleos indirectos, así lo ratifica la Federación de Cámaras de Turismo del Ecuador FENACAPTUR (Quito turismo, 2020). De acuerdo a los registros de la Superintendencia de Compañías (SUPERCIAS) de un total de 223 empresas dedicadas al turismo en la provincia del Guayas, los ingresos en el 2020 registraron un decrecimiento del 49% con relación al 2019 (Lopez et al., 2022).

Dentro de esta dinámica de impactos generados por la pandemia, cada sector ha tenido un comportamiento particular, el sector agropecuario se comportó extremadamente resiliente, otros sectores como la manufactura tuvieron la oportunidad de recuperarse paulatinamente y por ejemplo, en el caso de las plataformas digitales tuvo un auge importante en el desarrollo de innovación estratégica para la comercialización de productos; sin embargo, el sector turístico tuvo un impacto diferente en la industria, tanto para el transporte turístico, sector de alimentos y bebidas, hotelería en fin todo en sistema turístico (CEPAL, 2021).

En la actualidad la demanda turística de productos cultivados es una tendencia que va en aumento, por tanto, el crecimiento del sector turístico abre las puertas para desarrollar un mercado potencial de los excedentes de producción agrícola (Hüller et al., 2017) En este sentido, el turismo en las zonas rurales fomenta y potencializa las actividades generadoras de ingresos de los productores agroalimentarios. Según los autores (Hrymak et al., 2019) sostienen que “El espíritu empresarial en las zonas rurales es importante factor e indicador del nivel de desarrollo económico. La actividad empresarial es el motor de la economía rural” (p.31).

El desarrollo del agroturismo ha demostrado tener efectos positivos para las zonas rurales desde diferentes puntos de vista, en el ámbito ambiental contribuye a conservar los ecosistemas y la biodiversidad, desde el punto de vista socio cultural favorece a valorar el patrimonio cultural y generar experiencias (Cetin y Bilgihan, 2016), también fomenta el empoderamiento de las comunidades locales, tiene un impacto importante desde la inclusividad, ayuda a mejorar el estatus social de los agricultores y actores turísticos y por último, desde el punto de vista económico ayuda a la dinamización de la economía local.

En el proceso de descentralización, los gobiernos locales como la provincia del Guayas vienen interesados en crear condiciones para el espíritu emprendedor en las parroquias rurales a través del fortalecimiento del agroturismo, es así, como se ha incorporado 6 rutas agroalimentarias como: la ruta del cacao, azúcar, arroz, aventura, pescador y ruta de la fe (Mora y Chiriboga, 2017). En los últimos años la difusión y reconocimiento del potencial agroturístico que tiene las rutas agroalimentarias ha puesto a los actores locales a crear emprendimientos que logren la diversificación de la oferta turística. Sin embargo, no se conoce sobre las recuperaciones que ha generado en el espíritu del emprendimiento de la ruta del arroz producto de la pandemia.

En este contexto, el objetivo de la investigación se centra en realizar un análisis del agroturismo y el espíritu del emprendimiento en época de pandemia COVID-19, en la ruta del

arroz a fin de conocer el impacto en el comportamiento del sector agroturístico. Por tanto, el estudio pretende ayudar a los responsables del sector a construir políticas y estrategias para fortalecer el emprendimiento para el desarrollo local.

Marco teórico

Definición y características del agroturismo

En la literatura existe una serie de definiciones que se da a la actividad del agroturismo, sin embargo, es importante, partir de la conceptualización más amplia que abarca una serie de tipologías como el agroturismo, geoturismo, turismo agroecológico turismo cultural (Aikaterini et al., 2001) también se podría incluir el etnoturismo, turismo vivencial etc. Este tipo de turismo se agrupa bajo el paraguas del turismo rural propuesto por el autor Iakovidou (1997), el cual sostiene que el turismo rural se puede definir como aquellas actividades turísticas que se realizan en el campo.

El agroturismo es la actividad que se realiza en las zonas rurales y está vinculada al aprovechamiento de la actividad agrícola y es efectuada principalmente por los agricultores (Phillip et al., 2010), sin embargo, no siempre pueden ser los agricultores como partícipes del agroturismo, sino también, las personas que viven en el sector rural y tienen una relación estrecha con las actividades del campo.

Aikaterini et al. (2001) explican que “el agroturismo suele estar relacionado con la promoción de servicios y bienes de calidad proporcionados por las explotaciones agroturísticas, el respeto al patrimonio cultural y al medio ambiente y el carácter local de la actividad” (p.8). En este contexto, Anrnopoulou (2000) el turismo alternativo como es el caso del agroturismo pone énfasis en el carácter local, y por lo tanto, proporciona experiencias únicas a través de los productos y servicios personalizados con lo cual genera el contacto directo con el turista y proveedor.

En este sentido, autores como Van Der Ploeg et al. (2017) sostienen que, justamente este tipo de contacto ofrece un mayor valor añadido a nivel local. El valor añadido consecuentemente, va creando sinergias entre productores agrícolas, y empresarios turísticos que buscan el mejor aprovechamiento de los recursos naturales, culturales. Los autores Henderson (2009), Kizos y Iosifides (2007), Sharpley (2002), Sonnino, (2004) y Petroman et al., (2016) sostienen que la naturaleza del agroturismo tiene que ver con esa conexión directa entre el turismo y la activa participación de las actividades agrícolas.

Según Phillip et al., (2010) explican que, el contacto de los turistas con las actividades agrícolas puede dividirse en tres tipos de contacto: directo, indirecto y pasivo.

El primero, indica que, las actividades agrícolas son un elemento tangible de la experiencia turística (por ejemplo, ordeñar una vaca o recoger una cosecha). El segundo, explica que, existe una conexión secundaria con la actividad agrícola dentro de la experiencia turística, a través del contacto con productos agrícolas, por ejemplo: laberinto de cultivos, procesamiento de alimentos, venta o consumo en las comidas. El último, con la actividad

agrícola indica que el turismo y la agricultura funcionan de forma independiente y sólo se tiene en común el lugar de la explotación, por ejemplo, actividades al aire libre (p.775).

La sinergia que se dan entre las actividades turísticas y la del agro hacen del agroturismo una actividad importante para el desarrollo de las zonas rurales, por tanto, se considera un instrumento fundamental para promover el espíritu del emprendimiento a través de la diversificación de las actividades del campo. La importancia que tienen los alimentos locales como elemento de atracción en los destinos turísticos (Sengel et al., 2015).

Es así como, el agroturismo contribuye al desarrollo económico, social, cultural, político y ambiental en las zonas rurales y se caracteriza por no ejercer demasiada presión sobre los recursos naturales o los valores sociales y comunitarios, con lo cual permite a la población anfitriona y a los visitantes interactuar positivamente y compartir experiencias creadas en común (Anthopoulou et al. 2000).

Espíritu Emprendedor en el agroturismo

Un indicador y factor importante para la economía en las zonas rurales es el espíritu empresarial, ya que actúa como motor fundamental para la economía rural, es así, que ayuda a contrarrestar los impactos socioeconómicos que más afectan a la ruralidad como el desempleo, la migración, la pobreza, lo que contribuye a deteriorar la calidad de vida de la población rural (Hrymak et al., 2019).

El agroturismo ha demostrado ser una de las estrategias fundamentales para fomentar el desarrollo socioeconómico en las zonas rurales, según Sharpley (2002) sostiene que, “más concretamente, se ha promovido ampliamente como una fuente eficaz de ingresos y empleo, sobre todo, en las zonas rurales periféricas donde las industrias agrarias tradicionales han decaído” (p. 233). El agroturismo en la actualidad atrae y llama la atención a turistas urbanos tanto en países desarrollados como en países emergentes, la tendencia de desarrollar agroturismo en destinos rurales ha sido por el impacto que la actividad genera, ya sea directa o indirectamente.

Sin embargo, no todas las zonas rurales son igual de atractivas para los turistas rurales, debido a que difieren en varios aspectos como la cultura, grado de desarrollo económico, accesibilidad, nivel de educación, forma de producción y diversificación, etc. Por tanto, el simple hecho de ofrecer instalaciones de alojamiento no garantiza la demanda en el destino y tampoco la gama de oferta en la diversificación de productos y servicios y las oportunidades para actividades van a impulsar la atracción e interés de los turistas y gasto adecuado (Gannon, 1994).

Es importante analizar el rol que juega la agricultura para el desarrollo del agroturismo, es así que, Gannon (1994) sostiene que, la agricultura es la piedra angular del desarrollo económico, no puede haber vida rural sin la agricultura, y por lo tanto, mantener una economía sana es de vital importancia para cualquier esfuerzo que permita la eficiencia y competitividad para el desarrollo económico rural. En los últimos años se ha evidenciado una extensa investigación sobre el papel que juegan los productos alimentarios tradicionales en el desarrollo local y turístico (Cafiero et al., 2020).

Existe una seria amenaza para la agricultura producto de la globalización y los cambios en la economía han impactado desde diferentes frentes a nivel ambiental, económico, sociocultural (Yaddanapudi y Mishra, 2022). En ciertas regiones apenas es viable, los agricultores han migrado a las zonas urbanas en busca de mejores oportunidades, por lo que, el paisaje agrícola está en riesgo de perder la figura central que es el agricultor.

Según Pyysiainen et al. (2006) manifiestan que, “una solución que se ha ofrecido para este problema social es que los agricultores se diversifiquen, que establezcan negocios, que puedan aumentar sus ingresos agrícolas y que les permita seguir viviendo de la tierra. Es esta “solución” de que los agricultores se conviertan en empresarios” (p.22).

Los autores Pyysiainen et al.(2006) y Carter (2001) explican que, de acuerdo con varios estudios realizados existe una marcada tendencia a que los agricultores convencionales no son tan emprendedores como los propietarios de empresas no agrícolas u otros agricultores que participan en la diversificación empresarial. Los estudios empíricos muestran que el desarrollo de las competencias empresariales en agricultores y actores involucrados en el agroturismo, son factores claves que ayudan a gestionar con éxito una empresa agrícola (Phelan y Sharpley, 2011).

Por tanto, el desarrollo de cursos de formación en habilidades gerenciales y habilidades de madurez empresarial y personal debe considerar no sólo a los agricultores sino a los no agricultores que participan del agroturismo a fin de desarrollar habilidades y competencias específicas para seguir siendo competitivos (Phelan y Sharpley, 2011).

Según (Hrymak et al., 2019) sostienen que, los aspectos principales de sus actividades de los gobiernos autónomos deberían ser:

- a) El apoyo a las iniciativas empresariales y la promoción del potencial intelectual de los residentes rurales; b) el derecho de los residentes rurales a la igualdad de oportunidades; c) promover el desarrollo de la multifuncionalidad de las zonas rurales; d) atracción de inversiones extranjeras y subvenciones; e) cambio de política institucional hacia el mejoramiento del microclima de las áreas rurales; f) desarrollo de instituciones consultoras y acceso al entorno empresarial, etc. (p.32)

Según Álvarez-Souza (2019) menciona que, el emprendimiento es considerado como una fuente de empleo, sin embargo, en ciertos casos las personas se convierten en emprendedoras debido a sus amplias necesidades. En este caso, el mismo autor sostiene que una forma de explicar el espíritu emprendedor se lo puede realizar a través de la teoría de la lógica de acción, la cual menciona que existe un push y un pull.

Para este estudio, la lógica de pull puede explicar que las iniciativas empresariales de los agricultores nacen por la oportunidad de negocio, en este caso, se concibe al agroturismo como una oportunidad de negocio, es decir, una diversificación de negocio alternativa. Por otra parte, la concepción sobre el “espíritu emprendedor” surge de la necesidad de que todas las personas son trabajadores en potencia y que todos somos empresarios.

En correspondencia, se puede señalar que el espíritu emprendedor es un proceso, que está influenciado por factores internos y contextuales, los mismos que permiten que los individuos adquieran competencias empresariales. En definitiva, “Las personas con espíritu emprendedor son las que sí tienen dinero lo invierten para producir más dinero en vez de dejar de trabajar haciendo que su tiempo sea improductivo, gastarlo en bienes suntuosos y el ocio, inversiones improductivas, apresurarse en devolver el dinero de un préstamo, malgastar lo que le deja su familia” (Álvarez-Souza, 2019, p. 8). Considera además (Weber; 1994) citado (Alvarez-Souza, 2019) que el espíritu capitalista es un espíritu activo. Las personas emprendedoras son personas proactivas, que tienen tendencia a llevar a cabo acciones que alteran el ambiente que les rodea para sacar beneficio.

Metodología

El objetivo de la investigación fue hacer un análisis sobre la actividad del agroturismo y el espíritu de emprendimiento que se da en las comunidades de las zonas rurales de la ruta agroalimentaria Ruta del Arroz. La investigación es de corte descriptivo y exploratorio centrada principalmente en un análisis cualitativo que hace énfasis en la visión fenomenológica. Es decir, el estudio se centró en el análisis desde el punto de vista de la percepción de las personas que están directamente involucradas en el sector turístico de las tres parroquias rurales que forman parte de la Ruta del arroz.

Se realizaron entrevistas abiertas a los funcionarios de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs), técnicos responsables del turismo en las tres parroquias GAD Tarifa, GAD Laurel y GAD Vernaza, así también a propietarios de negocios representativos del sector turístico. Todos los entrevistados estaban directamente involucrados en el sector y los representantes de los GADs estaban interviniendo profesionalmente en el departamento o área del turismo de cada una de las parroquias rurales. También se recopiló fuente de información empírica sobre los programas y proyectos que se están realizando en la zona de estudio.

Se invitó a los entrevistados a conversar sobre los emprendimientos y proyectos relevantes que se tiene en las parroquias como parte del proceso de desarrollo del turismo rural y agroturismo. Para la aplicación de las entrevistas se definió tres fases: la primera fase consistió en definir los criterios de selección de las entrevistas, se estableció el número de entrevistas de acuerdo con la importancia de participación de los actores en el agroturismo, esto en el caso de los propietarios de negocios de turismo, en cuanto a los técnicos de los GADs ya conocían sobre los emprendimientos que se están desarrollando. En la segunda fase fue contactarlos vía telefónica y correos electrónicos y visita insitu. En la tercera fase se desarrolló las entrevistas de 30 minutos en modalidad virtual a través de la aplicación zoom a los técnicos de los GADs y a los propietarios in situ.

Para la transcripción y análisis de contenido se utilizó el software NVivo, según Hoover y Koerber (2011), es una herramienta de investigación clave para el análisis cualitativo y se adapta a las necesidades de análisis de un gran conjunto de datos con lo cual lo hace particularmente útil y eficaz en la investigación social. El análisis de contenido se realizó según la metodología Rebelato y Grzybovski (2011). Se realizó 3 entrevistas a los técnicos de los Gads y 12 entrevistas a los propietarios de emprendimientos agroturísticos.

Tabla 1

Procedimiento metodológico de la investigación

Área Geográfica	Región Costa, Parroquias Laurel, Vernaza y Tarifa
Unidad de Análisis	Negocios del sector agroturístico, turísticos y otros
Instrumento recolección de datos	Entrevista abierta
Número de entrevistas	15
Entrevistados	Técnicos de turismo y emprendedores
Método recolección de datos	Vía zoom, y entrevistas personales.
Fecha recolección datos	dic-21
Análisis de datos	Análisis de contenido
Instrumento de análisis	Software Nvivo

Nota: adaptado de (Baptista Alves et al., 2021)

Resultados

Para el análisis de información obtenida a través de las entrevistas se requirió la codificación mediante el procedimiento de unidades de registro por temas para los cuales se tomó en cuenta las siguientes categorías: a) apoyo a iniciativas empresariales, b) inversión en infraestructura y equipamiento turístico, c) política institucional y gobernanza d) acceso a un entorno empresarial e) capacitación. En el tratamiento de datos e información se realizó interpretaciones inferenciales en la cual se expone un análisis crítico, reflexivo realizado en base a la temática agroturismo y espíritu empresarial en la ruta del arroz.

El entrevistado técnico (ET1)¹ en relación con el apoyo a iniciativas empresariales manifiesta que “Los proyectos que están en marcha debido a la pandemia COVID -19, se han retrasado, el GAD cantonal presentó un proyecto de infraestructura turística para el sector del balneario La Playita, sin embargo, no se ha logrado avanzar por problemas de pandemia y por falta de entrega de presupuesto del gobierno central a los GADs” Por su parte entrevistado emprendedor (EE1)² explica que “Por época de pandemia se tenía restricciones para que los visitantes puedan llegar a los atractivos turísticos por tanto no se exigió apoyo a las iniciativas, tampoco se conocía sobre apoyo por parte de las autoridades”.

Para el tema de inversión en infraestructura y equipamiento turístico el ET2 manifiesta que “el presupuesto es muy limitado principalmente para el equipamiento turísticos y debido a la pandemia los proyectos se han retrasado y se ha dado prioridad principalmente a proyectos de emergencia en la salud” el EE2 sostiene que “la infraestructura y equipamiento turística

¹ Entrevistado Técnico (ET)

² Entrevistado Emprendedor (EE)

implementada en los últimos años es básica pero que sería importante mejorar para que en época de lluvias no se destruya” en este sentido el ET3 comenta que “las actividades del turismo se dan principalmente en época de sequía, por cuanto en época de lluvia el nivel del agua aumenta principalmente en el Río Pula y pone en riesgo a visitantes”.

En relación a la política institucional y gobernanza se analizó diferentes criterios de los entrevistados, en el caso del ET 3 explica que, “ En los planes de ordenamiento territorial se tiene como política desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y buen vivir rural esto, a través de proyectos de equipamiento turístico y campañas de promoción” según el EE4, EE5 manifiesta que, “ En las parroquia y cantones ya hay varias ferias que incentivan a los turistas a visitar los destinos turísticos, sin embargo si sería bueno que se mejoren las estrategias para tener mayor acogida por los turistas nacionales y extranjeros”. El EE6 explica que existen varios problemas que deberían ser prioritarios para los emprendimientos como la falta de alcantarillado y considera que con una buena gestión pública se lograría para mejorar la infraestructura turística”. Esto contrasta con la literatura, los agricultores necesitan de apoyo a la gestión y comercialización por parte de los organismos públicos, ya que carecen de la experiencia pertinente o de fondos para contratar personal especializado del exterior (Kizos y Iosifides, 2007).

El acceso a un entorno empresarial es uno de los temas de análisis y se pudo recopilar lo siguiente EE7 sostiene que, “las actividades como las ferias están reactivando el turismo después del acontecimiento de la pandemia COVID-19, con ferias del Río las cuales tienen varias actividades como ferias gastronómicas, shows en vivo con artistas, regatas, entre otros atractivos turísticos” el entrevistado ET 1 explica que “Al momento, los prestadores de servicios turísticos no están asociados y en ese sentido se está coordinando entre los técnicos del GAD parroquial y los actores principales que prestan servicios de alimentos y bebidas con el objetivo de crear una asociación a fin de planificar la promoción turística y recibir más turistas”.

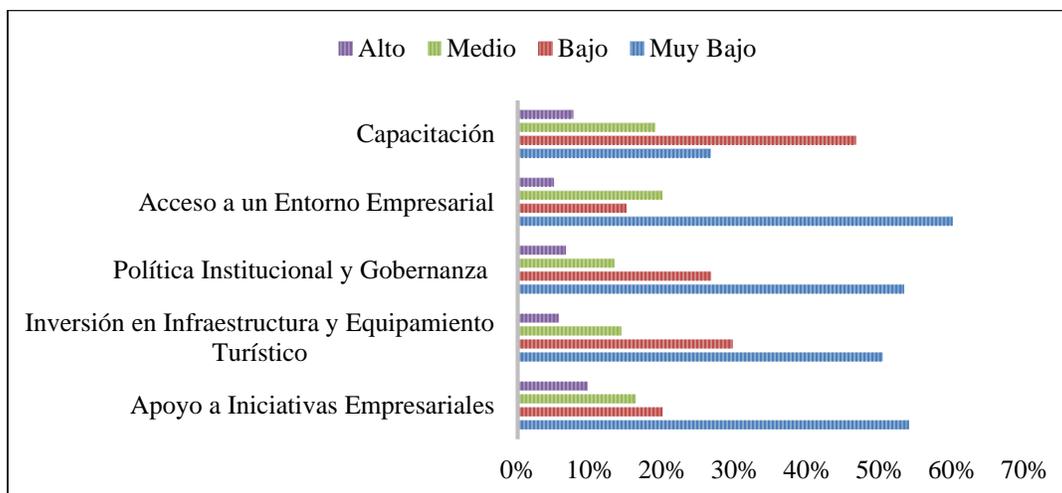
Con relación a la capacitación se presenta lo siguiente: el entrevistado EE12 manifiesta que “debido a la falta de conocimiento hace que los residentes boten la basura en lugares indebidos espacios públicos como parques, ríos etc. Si se diera una mayor atención en capacitación para el cantón se podrían disminuir estos inconvenientes a través de charlas de cuidado a la naturaleza” el entrevistado ET 2 explica que “En el cantón Salitre, desde la coordinación de turismo está trabajando en un proyecto de capacitación que permita la organización de los prestadores de servicios turísticos en el balneario. En relación con las acciones que se realizan frente al COVID-19, se capacita y se socializa las indicaciones de bioseguridad dadas por el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (COE Nacional), tanto para los turistas como para los prestadores de servicios turísticos, en la actualidad se ha impulsado la vacunación en el sector turístico y a la fecha el 70% de los prestadores de servicios turísticos en playa Marianita están vacunados”. Así también el entrevistado EE 10 “cree que si los capacitan ayudaría a mejorar los emprendimientos, diversificar los productos y ser más competitivos”.

Según los criterios dados por los entrevistados en respuesta a las categorías planteadas en la investigación, se obtuvo como resultado que al menos el 73% de los entrevistados tienen una percepción entre baja o muy baja en cuatro categorías como son: apoyo a iniciativas empresariales, inversión en infraestructura y equipamiento turístico, política institucional y gobernanza , acceso

a un entorno empresarial, en la categoría de capacitación es el único que registra un 27% de percepción entre medio y alto. La crisis por la pandemia generó un impacto muy negativo en el sector turístico y esto se ve reflejado en los resultados de las entrevistas realizadas. Observar la figura 1.

Figura 1

Categorías y el espíritu del emprendedor en la ruta del arroz.

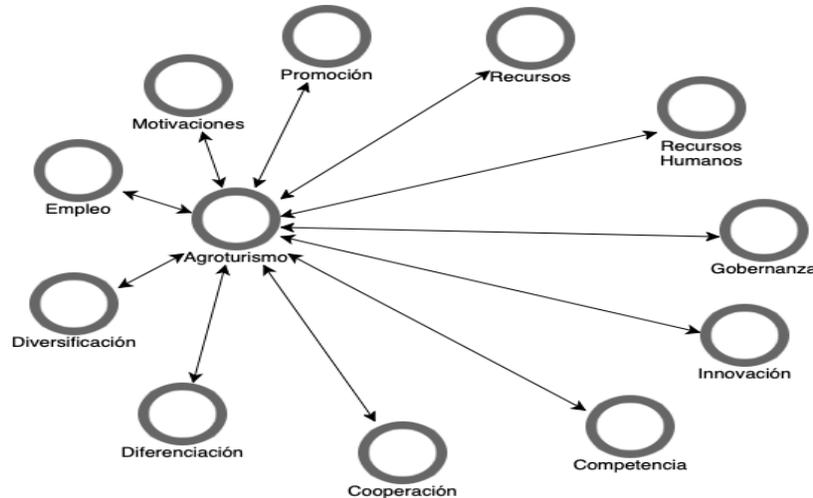


Los emprendimientos que se observaron in situ, están constituidos en emprendimientos formales e informales en su mayoría. Los servicios que ofrecen son en alimentos y bebidas y alquiler de carpas en los balnearios. Quienes prestan servicios turísticos han formado asociaciones como en el caso de la parroquia El Laurel como la asociación de comerciantes de comida típica, asociación de bares y cantinas, asociación de artesanos 5 de junio.

Posteriormente, se identificaron factores que estimulan el espíritu empresarial en el agroturismo como son: empleo, competencia, innovación, recursos humanos, cooperación, diferenciación, diversificación, recursos, motivaciones del consumidor, promoción y gobernanza, ver figura 2. Así también, se identificaron factores que limitan el espíritu emprendedor del agroturismo en la ruta del arroz ver figura 3.

Figura 2

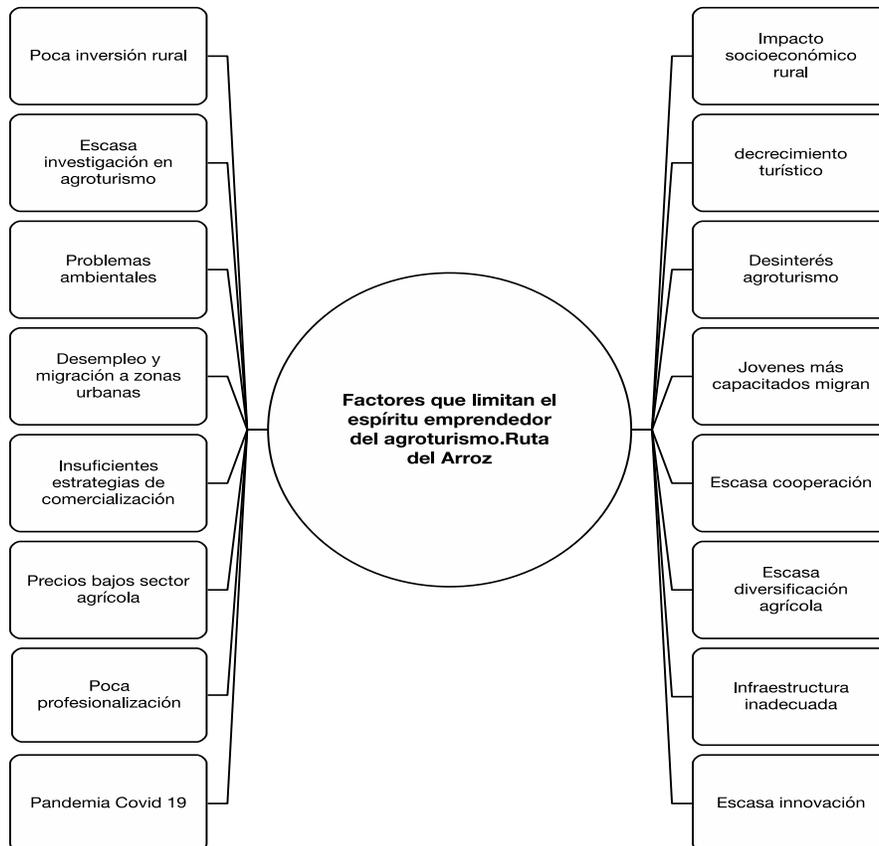
Factores estimulantes del espíritu empresarial



Nota: adaptado de (Baptista Alves et al., 2021).

Figura 3

Mapa factores que limitan el espíritu emprendedor del agroturismo en la ruta del Arroz Guayas



Conclusiones

El objetivo de la investigación se centró en conocer la actividad del agroturismo y el espíritu del emprendimiento en época de pandemia COVID 19, en la ruta del arroz de la región costa provincia del Guayas, Ecuador. Los resultados del estudio evidenciaron a través de los entrevistados que en los temas el apoyo a iniciativas empresariales e inversión en infraestructura y equipamiento turístico tienen un impacto negativo producto de la pandemia COVID 19 afectando principalmente a las actividades del sector turístico local debido a las restricciones que se dieron principalmente de movilidad, un factor notable fue que los recursos económicos para mejorar e implementar el equipamiento turístico estuvo estancado debido a que no se entregaron recursos por parte del estado, con lo cual, se convierten en factores limitantes para el emprendimiento agro turístico.

Los factores estimulantes y los limitantes del agroturismo responden a la investigación de las tres parroquias objeto de estudio que evidentemente puede haber algunas coincidencias con resultados de estudios del turismo, sin embargo, se no puede caer en generalizaciones en un sector tan heterogéneo como es el turismo. En este sentido el objetivo es avanzar en el conocimiento y la dinámica que presenta el agroturismo en cada destino turístico principalmente en países en vías de desarrollo.

En cuanto a los aspectos positivos, los entrevistados destacaron que las actividades turísticas que se están desarrollando en los atractivos turísticos fortalecen el acceso a un entorno empresarial permitiendo que se incentive el espíritu emprendedor principalmente para el sector agroturístico, el estudio empírico evidenció que quienes participan de estas actividades son principalmente mujeres con lo cual genera externalidades positivas para el entorno empresarial inclusivo, la economía familiar y local. Esto contrasta con lo que manifiesta la literatura que el papel de la mujer en el funcionamiento del agroturismo es fundamental (Phelan y Sharpley, 2011). Así también, se entiende el rol de la mujer en las actividades del campo y en el sector del turismo el empleo femenino está fuertemente vinculado a los factores culturales, sociales, religiosos y políticos (Baum, 2015).

El estudio también abarcó el análisis del papel que juega los actores públicos a través de la influencia de sus políticas turísticas públicas y gobernanza como un elemento determinante para la creación de un entorno que fomente el emprendimiento, los entrevistados reconocen ese papel, pero también son críticos al mencionar que están descuidados y que necesitan de mayor atención. En relación con los factores de recursos humanos y capacitación las zonas de estudio son menos favorecidas por cuanto en su mayoría los jóvenes emigran a las grandes ciudades en busca de mejores condiciones laborales y por estudios, lo que explica que los agentes locales carezcan de espíritu innovador y emprendedor.

En las entrevistas se revela que es necesario la capacitación a emprendedores principalmente informales ya que existe escaso conocimiento del agroturismo y principalmente poca concienciación ambiental. La capacitación y profesionalización en el agroturismo es una pieza clave para el emprendimiento, según Liang y Chan (2018) los profesionales del turismo y

residentes locales son conscientes de los nuevos cambios culturales, económicos y sociales y son ellos los embajadores del turismo local.

En este caso, se propone para un próximo estudio determinar los factores individuales y contextuales que influyen en el espíritu emprendedor, como ejes en el proceso de emprender. Es muy importante motivar a los profesionales del turismo y los residentes locales a fortalecer el espíritu emprendedor de pasar a ser pasivos a ser proactivos dependiendo del nivel de participación son ellos los transformadores de productos, destinos innovadores, más competitivos, fundamentalmente en una época difícil de pandemia y pos pandemia COVID -2019 a los cuales se enfrentan los actores del agroturismo.

Referencias Bibliográficas

- Aikaterini, G., Ioannis, S., & Thanasis, K. (2001). Is Agrotourism “Agro” or “Tourism”? Evidence from agrotourist holdings in Lesbos, Greece. *Anatolia*, 12(1), 6–22. <https://doi.org/10.1080/13032917.2001.9686995>
- Alvarez-Sousa, A. (2019). Necessity entrepreneurs. Determining factors. *Revista Espanola de Investigaciones Sociologicas*, 166, 3–24. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.166.3>
- Anrnpoulou, T. (2000). *Agrotourism and The Rural Environment: Constraints and Opportunities in the Mediterranean Islands-Favoured Areas*. Environment & Assessment, 6, 357-373. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-94-015-9584-1_22
- Baptista Alves, H. M., Pires Manso, J. R., Serrasqueiro Teixeira, Z. M. da S., Santos Estevão, C. M., & Pinto Nave, A. C. (2021). Tourism-based regional development: boosting and inhibiting factors. *Anatolia*, 00(00), 1–15. <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1924211>
- Baum, T. (2015). Human resources in tourism: Still waiting for change? - A 2015 reprise. *Tourism Management*, 50, 204–212. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.001>
- Cafiero, C., Palladino, M., Marciandò, C., & Romeo, G. (2020). Traditional agri-food products as a leverage to motivate tourists: A meta-analysis of tourism-information websites. *Journal of Place Management and Development*, 13(2), 195–214. <https://doi.org/10.1108/JPMD-05-2019-0032>
- Carter, S. (2001). Multiple business ownership in the farm sector and portfolio enterprises. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 7(2), 43–59. <http://dx.doi.org/10.1108/13552550110695552>
- CEPAL. (2021). *Informe Especial COVID-19 N° 11. La paradoja de la recuperación en América Latina y el Caribe*. 42. <https://bit.ly/3pf3xwC>
- Cetin, G., & Bilgihan, A. (2016). Components of cultural tourists’ experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2), 137–154. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- Gannon, A. (1994). Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1–2), 51–60. <https://doi.org/10.1080/09669589409510683>
- Henderson, J. C. (2009). Agro-tourism in unlikely destinations: A study of Singapore. *Managing Leisure*, 14(4), 258–268. <https://doi.org/10.1080/13606710903204456>
- Hoover, R. S., & Koerber, A. L. (2011). Using NVivo to answer the challenges of qualitative

- research in professional communication: Benefits and best practices: Tutorial. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 54(1), 68–82. <https://doi.org/10.1109/TPC.2009.2036896>
- Hrymak, O. Y., Vovk, M. V., & Kindrat, O. V. (2019). Agrotourism as one of the ways to develop entrepreneurship in rural areas. *Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies*, 21(93), 31–34. <https://doi.org/10.32718/nvlvet-e9307>
- Hüller, S., Heiny, J., & Leonhäuser, I.-U. (2017). Linking agricultural food production and rural tourism in the Kazbegi district – A qualitative study. *Annals of Agrarian Science*, 15(1), 40–48. <https://doi.org/10.1016/j.aasci.2017.02.004>
- Kizos, T., & Iosifides, T. (2007). The contradictions of agrotourism development in Greece: Evidence from three case studies. *South European Society and Politics*, 12(1), 59–77. <https://doi.org/10.1080/13608740601155443>
- Liang, J., & Chan, C. S. (2018). Local cultural vicissitudes in regional tourism development: A case of Zhuhai. *Tourism Management Perspectives*, 25(November 2017), 80–92. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.016>
- Ruiz, H., Correa, S., & López, P. (2022). Impact of COVID-19 on sales revenues of private companies in Ecuador. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 6(2), 45-56.
- Mora, F., y Chiriboga, E. (2017). Turismo Agroecológico: Alternativa de Desarrollo Turístico Sostenible en la Zona Rural de la provincia del Guayas. *INNOVA Research Journal*, 2(5), 152–162. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n5.2017.270>
- Petroman, I., Varga, M., Constantin, E. C., Petroman, C., Momir, B., Turc, B., & Merce, I. (2016). Agritourism: An Educational Tool for the Students with Agro-food Profile. *Procedia Economics and Finance*, 39(November 2015), 83–87. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30244-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30244-1)
- Phelan, C., & Sharpley, R. (2011). Exploring agritourism entrepreneurship in the UK. *Tourism Planning and Development*, 8(2), 121–136. <https://doi.org/10.1080/21568316.2011.573912>
- Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>
- Pyysiäinen, J; Anderson, A; McElwee, G; Vesala, K. (2006). Developing the entrepreneurial skills of farmers: some myths explored. *The Electronic Library*, 34(1), 1–5. <http://dx.doi.org/10.1108/13552550610644463>
- Quito Turismo, E. (2020). Informe de Gestión 2020. In *Informe de Gestión 2020* (Vol. 57, Issue 42). <https://bit.ly/3BZq1t2>
- Rebelato, A., & Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 761–765. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552011000400012>
- Secretaría Nacional de Planificación, E. (2020). Socioeconomic Assessment COVID-19 PDNA ECUADOR. *The Lost Generation*, May, 401–420. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1p9wqts.18>
- Sengel, T., Karagoz, A., Cetin, G., Dincer, F. I., Ertugral, S. M., & Balık, M. (2015). Tourists' Approach to Local Food. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195(2013), 429–437. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.485>
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 23(3), 233–244. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00078-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00078-4)
- Sonnino, R. (2004). For a “piece of bread”? Interpreting sustainable development through

- agritourism in southern Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 44(3), 285–300.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2004.00276.x>
- Van Der Ploeg, J. D., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T., De Roest, K., Sevilla-Guzmán, E., & Ventura, F. (2017). Rural development: From practices and policies towards theory. *The Rural: Critical Essays in Human Geography*, 40(4), 201–218.
<https://doi.org/10.4324/9781315237213-11>
- Yaddanapudi, R., & Mishra, A. K. (2022). Compound impact of drought and COVID-19 on agriculture yield in the USA. *Science of the Total Environment*, 807, 150801.
<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.150801>