



Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares



Yahilina Silveira-Pérez^a, Dainelis Cabeza-Pullés^{b,*} y Virginia Fernández-Pérez^b

^a Facultad de Hotelería y Turismo, Universidad Tecnológica Equinoccial, Campus Quito, Rumipamba y Bourgeois, Quito, Ecuador

^b Departamento de Organización de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Granada, Cartuja s/n, 18071 Granada, España

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo:

Recibido el 28 de febrero de 2014

Aceptado el 9 de octubre de 2015

On-line el 30 de noviembre de 2015

Códigos JEL:

M1

Palabras clave:

Emprendedor

Creación de empresas

Turismo

Empresas familiares

R E S U M E N

El trabajo analiza las características de los emprendimientos del sector no estatal cubano en el servicio de alojamiento turístico y sus efectos sobre las valoraciones de los clientes internacionales. Los datos provienen de una muestra aleatoria simple para arrendadores (90 emprendedores) y de un muestreo no probabilístico para 184 clientes internacionales. Para el análisis se utilizó una aproximación descriptiva, el análisis de conglomerados jerárquicos y el análisis de la varianza. Las conclusiones muestran que los arrendadores cubanos no estatales pueden considerarse emprendedores y constituyen una competencia para las instalaciones turísticas estatales. Su mayor intención emprendedora no viene condicionada por sus variables sociodemográficas o culturales, sino por las percepciones de sí mismo como emprendedor y su profesionalidad, que contribuye a la fidelización de los clientes. Ofrecemos información a la gestión empresarial del sector turístico cubano abordando una nueva perspectiva de gestión no estatal que constituya una novedad para la literatura.

© 2015 AEDEM. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo Open Access bajo la licencia CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Entrepreneurship: Cuban perspective on the creation of family businesses

A B S T R A C T

This work is to study how the Cuban entrepreneurship in the non-state sector service tourist accommodation and their effects on the valuations of international clients who use them. The data comes from a simple random sample for landlords (90 entrepreneurs) and a non-probability sampling for 184 international customers. A descriptive approach, hierarchical cluster analysis and analysis of variance was used to achieve our goals. The findings show that non-state landlords can be considered Cuban entrepreneurs and constitute a competition for tourist accommodation facilities state. However, most entrepreneurial intention is not conditioned by their sociodemographic and cultural variables, but rather by perceptions of their own as an entrepreneur and professionalism to provide the service, which also is appreciated by customers and contributes to their loyalty. We offer information to business management Cuban tourism sector and a new state management perspective not addressed, constituting a novelty in the research literature.

© 2015 AEDEM. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

JEL classification:

M1

Keywords:

Entrepreneur

Entrepreneurship

Tourism

Family businesses

1. Introducción

Emprendedor es aquella persona con ideas innovadoras que desarrolla y comercializa en el mercado, percibe una oportunidad

y crea un nuevo negocio (Kuratko, 2008). Es una figura necesaria en el desarrollo económico y social de una región y se encuentra ligado a la orientación emprendedora (Rauch, Wiklund, Lumpkin y Frese, 2009; Bierwerth, Schwens, Isidor y Kabst, 2015). Debido a que el emprendimiento provee de un extenso conjunto de oportunidades de empleo e innovación, la discusión sobre cómo incentivar el espíritu empresarial ha cobrado relevancia (Kuratko, Hornsby y Hayton, 2015). Temas como el conocimiento,

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: dainelis@ugr.es (D. Cabeza-Pullés).

las habilidades y las actitudes requeridas en la formación de emprendedores gozan de una creciente atención entre académicos, investigadores y agendas políticas, tanto en economías desarrolladas —particularmente en Estados Unidos y Europa (Kuratko, 2005; OECD, 2010)— como en economías emergentes (Harnecker, 2011).

En Latinoamérica los emprendedores son un universo heterogéneo que abarca desde micro y pequeñas empresas de subsistencia hasta medianas empresas competitivas y con capacidad exportadora (Buitelaar, 2010). En este sentido, no puede dejar de ser abordado en el sector turístico, que para muchos países, como México o Cuba, constituye su principal fuente económica (Henthorne, George y Williams, 2010). Específicamente en el caso de Cuba, el concepto de emprendedor no ha sido abordado, ya que las formas económicas vigentes eran solamente estatales o de cooperación mixta. Es por ello que esta investigación aborda una nueva perspectiva, la gestión no estatal específicamente en el sector turístico, reconociendo al arrendador cubano como un emprendedor que crea una nueva forma de negocio, empleos y que posee una cartera de productos y servicios orientados al turista internacional. Buscamos conocer mejor el perfil del emprendedor no estatal que gestiona el alojamiento turístico cubano y sus efectos sobre la efectividad del negocio.

En Cuba, las actividades turísticas son reguladas por el MINTUR. Los arrendadores privados deben presentar informes de los turistas que hospedan en sus casas. Actualmente, el establecimiento de las relaciones entre Cuba y Estados Unidos ha creado incertidumbre en este sector, pero también un alza en las llegadas de turistas extranjeros. Según las Oficina Nacional de Estadística e Información (ONE), en el periodo de enero-marzo de 2015 se han recibido 1.704.701 turistas provenientes principalmente de Canadá, Francia, Inglaterra e Italia (ONE, 2015). Esta cifra supera cifras anuales de años anteriores, y son superiores al mismo periodo de 2014. Sin embargo, la tasa de ocupación, determinada en habitaciones/días de los hoteles e instalaciones hoteleras estatales, es de un 70% como promedio anual, de un total de 61.232 habitaciones. El sector no estatal (privado) adquiere mayor protagonismo. Por lo que la pregunta de investigación es: ¿qué características tienen los emprendedores de empresas de alojamiento en Cuba para enfrentar la creciente demanda turística?

Los primeros estudios realizados en el campo del emprendimiento estuvieron centrados en la figura del emprendedor enfocado en sus características sociodemográficas y psicológicas (Fuentes, Albacete, Bojica, Fernández y Ruiz, 2008). Según Gartner (1985), el emprendedor tiene características individuales, las cuales permiten identificarle entre sus diferentes tipos (Ruiz, Sanz y Fuentes, 2015). Las variables que permiten esta caracterización analizan la experiencia profesional como un factor clave en la habilidad de crear el negocio (Catley y Hamilton, 1998) y la educación como una característica de impacto sobre la entrada inicial y la evolución de la empresa (Fischer, Reuber y Dyke, 1993; Morris, Webb, Fu y Singal, 2013). En la literatura no se reportan trabajos que hayan estudiado esta perspectiva de gestión, evidenciando una carencia de información relacionada con el emprendimiento cubano. Nuestra investigación aporta información sobre el perfil sociodemográfico de los emprendimientos del sector no estatal cubano en el servicio de alojamiento turístico y de la calidad del servicio y cómo influyen en la intención de emprender del arrendador y en la fidelización por parte del cliente.

El artículo ha sido estructurado de la siguiente manera. Después de esta introducción, se presenta una revisión de la literatura. A continuación describimos la metodología de investigación y presentamos el análisis de los datos. Finalmente, se discuten los resultados y se presentan las principales conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación.

2. Marco teórico e hipótesis

2.1. Emprendimiento en el turismo

La necesidad de entender el espíritu empresarial en un contexto turístico fue ya manifestada por Simms (1981) y por Shaw y Williams (2004). Los emprendedores turísticos se definen como los propietarios de negocios de turismo que buscan activamente un estilo de vida diferente. Es posible que hayan migrado hacia el destino específicamente para este propósito, o pueden ya vivir allí. Se ha argumentado que los empresarios turísticos se centran a menudo en el logro de los objetivos de estilo de vida y el medio ambiente local en lugar de maximizar las ganancias (Nilsson, Petersen y Wanhill, 2005; Morrison, Carlsen y Weber, 2008). A pesar de esto, las empresas turísticas familiares pueden ser muy exitosas (Morrison, 2006) en la actualidad e impactar positivamente sobre la zona donde se encuentran ubicadas (Benur y Bramwell, 2015).

En Latinoamérica los emprendedores son un universo heterogéneo que abarca desde micro y pequeñas empresas de subsistencia hasta medianas empresas con capacidad exportadora (Buitelaar, 2010). Colombia es un ejemplo dentro de la región de cómo la intervención del gobierno en función de incentivar el incremento de la actividad emprendedora (Tarapuez, Osorio y Botero, 2013) puede, a través de políticas públicas, potenciar las capacidades de emprendimiento de la población en sus ejes económicos esenciales (Leyden, Albert y Donald, 2014). Otros ejemplos son Argentina (Muñoz, 2014) y Ecuador (Ortiz, 2014). Pero no debe perderse de vista la constancia y la monitorización de estas políticas para lograr una curva creciente y/o estable de estos emprendimientos. En este sentido, no puede dejar de ser abordado en el sector turístico, que para muchos países, como México y Cuba, constituye su principal fuente económica. En este último los ingresos promedio anuales provenientes del turismo equivalen a 2.627 millones de pesos convertibles cubanos (CUC), con una tasa de cambio respecto al dólar de 1,20.

2.2. Emprendimiento en Cuba y rasgos sociodemográficos de los emprendedores cubanos y la fidelización de los clientes

En Cuba, como parte de las medidas económicas puestas en marcha a partir del 2011, se ha estructurado un mecanismo de respaldo para el desarrollo de empresas turísticas con el objetivo de elevar la economía en el país (Sharpley y Knight, 2009). Para ello, a muchos cubanos (trabajadores por cuenta propia) se les han concedido créditos privados y cooperativistas en los bancos estatales cubanos para la compra de medios de trabajo e insumos. Asimismo, pueden vender sus productos o servicios a las empresas estatales y firmar contratos con el Estado. A pesar de ello, estos negocios no se consideran pequeñas y medianas empresas (PYME) de manera legislada, aunque presenten estas características.

En Cuba, el arrendamiento de vivienda y habitaciones es regulado por la actividad de cuenta propia. Teniendo en cuenta la doble circulación monetaria existente en el país, peso convertible cubano (CUC) y peso cubano (CUP), solo están facultados a alquilar por concepto de hospedaje a turistas extranjeros, los arrendadores inscriptos en CUC (Fernández, 2011). No obstante, existen contradicciones en las regulaciones legales y económicas bajo las cuales se rige el desarrollo de la actividad de alojamiento turístico en el sector no estatal, denominadas casas de alquiler.

A pesar de la importancia demostrada en la formación de una identidad emprendedora (Donnellon, Ollila y Williams, 2014; Millán, Congregado y Román, 2014), el sistema cubano, en todos sus niveles, no incentiva la creación de empresas. El énfasis es orientado hacia emprendimientos sociales, cuyas características conceptuales y peculiares, según Choi y Majumdar (2014), difieren

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/1009105>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/1009105>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)