

EL EMPRENDIMIENTO Y SU APORTE AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ*

ENTREPRENEURSHIP AND ITS CONTRIBUTION TO THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE PROVINCE OF MANABÍ

Recibido: 14 de febrero de 2019

Evaluado: 23 de abril de 2019

Aprobado: 7 de mayo de 2019

Ana del Rocio Garcia Loor**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Orcid: 0000-0002-2898-8757

Mary Daviushka Sornoza Garcia***

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Orcid: 0990268673

Ana Manuela Palma Avellan****

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Carmen Eloisa Zambrano Macias*****

Universidad Estatal del Sur De Manabí
Orcid: 0000 - 0002 - 6832 - 6109

Cómo citar este artículo: Garcia Loor, A. R., Sornoza Garcia, M. D., Palma Avellan, A. M. y Zambrano Macias, C. E. (2019). El emprendimiento y su aporte al desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí. Revista Estrategia Organizacional, 8 (2). pp. 61-73. doi: <https://doi.org/10.22490/25392786.3432>

* Artículo de investigación.

** Doctora en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor San Marcos. Docente Universitario, Facultad de Ciencias Administrativa. Carrera de Administración de Empresa

*** Facultad Ciencias Económica. Carrera Comercio Exterior. Negocio Internacional

**** Magister en Docencia Universitaria e Investigación Educativa de la Universidad Nacional de Loja. Docente Universitario, Facultad de Ciencias Administrativa. Carrera de Administración de Empresa
Correo electrónico: ana.palma@uleam.edu.ec

***** Magister en Contabilidad y Auditoría. Universidad Estatal del Sur De Manabí

RESUMEN

El éxito de los casos de emprendimiento se fundamenta en que los actores involucrados descubran sus necesidades y se planteen retos, desde la construcción de saberes propios, en los campos de la economía, la administración y la organización productiva. Para lograr este propósito, se debe comenzar por los conocimientos adquiridos y las herramientas que permitan acceder a diferentes formas de elaboración de productos. Para esta investigación se parte del producto artesanal elaborado con material de alcances de los estudiantes, aplicando las técnicas y conocimientos adquiridos en el transcurso de la vida estudiantil. Por tal motivo, en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, se está construyendo una manera diferente de poder emprender que, a través de materiales que pueden reusarse en la elaboración de productos. Esto se lleva a cabo en ferias estudiantiles, donde se enlaza los procesos de creatividad y conocimiento, que permite tener una identidad institucional de artesanos microemprendedores. Además, se constató que brinda una solución administrativa a distintas necesidades de gestión y de comercialización, promoviendo un entorno de sociabilidad y cultura empresarial en donde se refuerzan los aspectos de solidaridad y cooperación entre el Estado y el emprendedor.

Palabras clave: emprendimiento, administración, desarrollo, economía, Estado.

ABSTRACT

The success of the ventures is that the actors involved, discover their needs, raise their dreams and aspirations, with the construction of their own knowledge, in the fields of law, economics, administration and productive organization. To achieve this purpose, we must start by giving knowledge and tools that allow access to different forms of product development, among them is the handicraft product made with material reaching students, applying the techniques and knowledge acquired in the course of the student life For this reason, at the Laica Eloy Alfaro de Manabí University, a different way of being able to undertake is being built and, through materials that can be reused in the elaboration of products. This is carried out through student fairs where the processes of creativity and knowledge are linked, which allows having an institutional identity of micro-entrepreneur artisans, as well as providing solutions to their different management and marketing needs, promoting an environment of sociability and business culture where there are aspects of solidarity and cooperation between the State-Entrepreneur.

Keywords: Entrepreneurship, Administration, Development, Economy, State.

INTRODUCCIÓN

En palabras de Anchorena y Delicio (2012, p. 2) el éxito de los emprendimientos tiene como factor clave que los actores involucrados en esas experiencias socioproductivas construyan una identidad colectiva, descubran sus necesidades y se planteen sus sueños y aspiraciones compartidas, y, al mismo tiempo que cuenten con dispositivos apropiados de asistencia, apoyo técnico, vinculación, transferencia y construcción de saberes propios, en este caso, de los campos del derecho, la economía, la administración y la organización productiva.

Para lograr este propósito, se debe comenzar por dar conocimientos y herramientas que permitan acceder a diferentes formas de elaboración de productos, entre ellos está el producto artesanal elaborado con material reciclado. Así, en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, se está construyendo una manera diferente de poder emprender y que, a través del reciclaje de materiales que pueden reusarse en la elaboración de productos. También se elabora ferias estudiantiles donde se enlaza los procesos de creatividad y conocimiento para dar un marco teórico que pueda realizar actividades de gestión de reciclar materiales que permitan crear y elaborar nuevos productos con material reciclado. Algunos productos que se elaboran en esta Feria Universitaria son elementos para utilización del hogar, como se ve en la figura 1.



Figura 1. Elementos elaborados.

Fuente: elaboración propia

METODOLOGÍA

Se buscó elaborar un programa estructurado que permita tener una identidad institucional de artesanos microemprendedores en cuanto al diagnóstico, recursos; además de dar solución a sus distintas necesidades de gestión y de comercialización, promoviendo un entorno de sociabilidad y cultura empresarial en donde haya los aspectos de solidaridad y cooperación entre el Estado-Emprendedor. Los objetivos planteados fueron:

- Fortalecer la actividad artesanal y de asociatividad entre artesanos, respetando las libertades individuales, pero acordando reglas de calidad, presentación, comercialización y vinculación institucional.
- Incrementar los beneficios por ventas de sus productos mediante la asociatividad, la definición de estándares y la creación de una marca propia, generando una identidad específica de la propuesta que impacte y atraiga al consumidor.
- Promover la Economía Social a través de una comercialización directa del productor al consumidor, mejorando los ingresos de las familias ligadas al grupo.
- Impulsar y valorar el trabajo participativo y asociativo como medio para el desarrollo, auto sustentación y crecimiento de las familias.
- Potenciar la capacidad de representación conjunta, creando una misión, una visión, un reglamento interno, con una estructura administrativa y un plan dinámico y flexible que explore alternativas de comercialización.
- Facilitar la capacitación y asistencia técnica sobre gestión administrativa, producción, mercadotecnia especializada, comercio justo y consumo responsable.
- Posicionar a la feria de artesanos como espacio de desarrollo turístico y cultural en el territorio.

MULTIDISCIPLINA E INTEGRACIÓN ACADÉMICA

El trabajo con emprendedores constituye naturalmente un desarrollo multidisciplinario. Abarca cuestiones económicas, contables, de administración, pero también aspectos jurídicos y sociales y de comunicación e informática,

Al tiempo que requiere una intervención en el plano de la cultura organizacional, lo que implica un proceso educativo. Varios de estos contenidos se corresponden con las distintas asignaturas que se dictan en la ULEAM involucran actividades de distintas profesiones que en este caso se cubren con docentes, graduados y estudiantes de cuatro facultades.

El equipo de trabajo está integrado por profesionales y/o estudiantes de Administración, Contabilidad, Derecho, Economía, Informática, Ingeniería y Educación. Se propone seguir una línea en un programa de capacitación "Emprendimiento y Ambiente: Materiales Reutilizables", financiado por la ULEAM, donde se trabaja en forma conjunta con Organizaciones de la sociedad civil y pequeños emprendedores, donde los estudiantes realizan sus prácticas.

EL TRABAJO DE TRANSFORMACIÓN SOCIOECOLÓGICA

La construcción de conocimientos sobre cuestiones económicas, contables, de administración, informática y de la adecuación de los legales, y con un grupo pequeño, no se necesita de muchos de los soportes informáticos clásicos de la Inteligencia Territorial, el trabajo se dirigió a las preguntas centrales del proceso de transformación socio-ecológica respecto de las identidades, necesidades y sueños (De Souza Santos, 2009 y Bozzano, 2011b), en el plano de la cultura personal y de la cultura organizacional, lo que implica un proceso coeducativo.

IDENTIDADES: ¿QUIÉNES SOMOS?

Los organizadores de este proyecto son un grupo de profesionales que participaron antes en instancias de apoyo y capacitación, a través de los distintos programas de la ULEAM y algunos han participado de anteriores proyectos de extensión.

COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

Los costos que genera el proyecto son para la elaboración del programa, donde se incorpora un cronograma de las líneas de acción, la estimación de los materiales necesarios y sus costos, los

recursos humanos que participarán y la infraestructura requerida, así como servicios de limpieza, impresiones, etc. Es importante demostrar eficiencia en la exposición, esto es, una relación óptima entre lo invertido y los resultados obtenidos.

BENEFICIOS

El dictado de los Talleres y el seguimiento de los alumnos hasta la culminación de su Proyecto El Taller tiene como resultado Plan Emprendedor Personal (P.E.P).

Asimismo, se establecerá un sistema de seguimiento de los resultados que permitirá una continua evaluación de las necesidades para que avancen en su propósito. Dicho seguimiento se realizará en forma grupal, lo que alimentará la interrelación entre los diferentes beneficiarios.

Los beneficiarios también serán invitados a participar en seminarios y conferencias con personas que puedan actuar de mentores o ejemplos, visitar empresas y organizaciones u otro tipo de instancias sociales.

Dar acceso a otros beneficios tipo "Tarjeta de afinidad", los cuales se deben estudiar y establecer con diferentes agentes comerciales.

Se alentarán las propuestas que nazcan de estos programas.

Siguiendo con una estrategia de penetración de la cultura del emprendimiento, se generan eventos masivos (con músicos de rock y otros artistas innovadores).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De este trabajo se concluye que la gestión de la innovación se encuentra íntimamente ligada a la calidad de productos, el proceso cómo se elabora un determinado bien, se hace con creatividad y conocimientos que tallan a realizar una serie de proformas, hasta llegar al producto final.

El reciclaje es una manera de cuidar y tratar el medio ambiente saludable para que así la población mejore su calidad de vida.

La Universidad como promotora de creatividad y conocimientos, tenga programas que incentiven a mejorar la calidad de vida, con actividades que desarrollen emprendimiento para las distintas formas de elaborar productos.

La mayoría de emprendedores crean nuevos productos y se basan en el reciclaje, pues comprar insumos y bienes intermedios eleva el costo de los productos.

Los microempresarios artesanales de Manabí no tienen incentivos, programas estatales ni capacitación empresarial para crear nuevos elementos que permitan mejorar sus productos artesanales.

En el emprendimiento artesanal existe un fuerte lazo entre la Creatividad y gestión de reciclaje, pues se debe conocer qué material se debe usar para cierto producto.

La gestión de conocimiento debe brindar las herramientas necesarias para la elaboración de los productos artesanales, pero en Manabí aún no se aprovecha esto, pues no hay capacitación para estos emprendedores, hay que tener en cuenta que no hay una relación en estas variables.

Al reconocer la problemática se recomienda que la gestión de la innovación de los productos artesanales debe ser un punto de apertura para todas aquellas personas que deseen emprender, para esto se debe comenzar a capacitarse para desarrollar su creatividad y aumentar sus conocimientos.

A través de la Universidad se puede empezar a realizar los primeros pasos para emprender. Esto se da a través de ferias, proyectos y programas que incentiven a mejorar muchos aspectos de los estudiantes y docentes.

El incentivo de capacitación a los microempresarios artesanales sería de muy alto valor, pues ellos tienen la creatividad, pero no conocen la gestión de empresas; por ende, no pueden acceder a ningún beneficio social y/o privado para poder desarrollar su producto.

El reciclaje es una actividad muy poco valorada en Sudamérica, pues se trata de mucho empeño y esfuerzo físico para recolectar materiales, se debería poner un centro de acoplo en cada distrito para dejar los materiales que ya no se usa, y así contribuir con estos emprendedores.

REFERENCIAS

- Adair, J. (1992). *El Reto Gerencial de la Innovación*. Colombia: Ed. Legis.
- Afuah, A. (2004). *Business models: A strategic management approach*. (1 ed.). EE. UU: McGraw-Hill Higher Education.
- Albomaz, M. y Fernández Polcuch, E. (1997). *Indicadores en ciencia y tecnología: reencuentro de la política con la gestión*.
- Alles, M. (2006). *Diccionario de Preguntas. Gestión por Competencias*. (s.d.)
- Altamirano, M. (2011). *La Responsabilidad Social y su relación con las Pymes en el Perú y su entorno económico*. Tesis Doctoral. Lima, Perú: Escuela de PostGrado de la UPC.
- Alvarez Gómez de Cos, C. (2013). *Reciclaje y su aporte en la Educación Ambiental*. Tesis. Quetzaltenango: Universidad Rafael Landívar.
- Álvarez Santos, J. (2015). *Exploración y Explotación del Conocimiento en Entornos TQM*. León, España: Universidad de León.
- Anchorena, S. y Delicio, F. (2012). Proyecto. *Uniendo emprendimientos artesanales*. Mar del Plata, Argentina: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Ansoff, H. I. (1977). *Estrategia empresarial*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Aramburú, N. (2000). *Un estudio del aprendizaje organizativo desde la perspectiva del cambio: Implicaciones estratégicas y organizativas*. (s.d.)
- Aramburu, N., Saenz, J. and Rivera, O. (2006). *Fostering innovation and knowledge creation: the role of management context*. (n.d.)

- Arteaga G., E. y Lasio M., V. (2011). *Educación en Emprendimiento de la Universidad Ecuatoriana: Estado y oportunidades de mejora*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Australian Institute of Management. (2004). *Innovation and imagination at work*, (2nd Edition. ed.). Mellbourn: McGraw-Hill.
- Baraldi, E. (2008). *Strategy in Industrial Networks*. (n.d.)
- Barceló, G. (1976). *El dirigente del futuro. Asociación para el progreso de la dirección*. Madrid.
- Chacón Linares , E. (2012). *El reciclaje del hábitat social colectivo: estrategias y tecnologías*. (s.d.)
- Chang Marcos Alegre. (2005). *Folleto Gestión Integral de los Residuos Sólidos Municipales*. (s.d.)
- Cuesta, A. (2001). *Gestión de Competencias*. 100
- Dehter, M. (s.f.). *Intrapreneurship*. Recuperado de: http://www.liderazgoymercadeo.com/artic_detalle.asp?id_articulo=142
- Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresario innovador*. Colombia: Norma.
- Drucker, P. (1994). *Knowledge Work and Knowledge Society*. (n.d.)
- Echeverria, J. (2006). *Modelo pluralista de innovación: el ejemplo de las Humanidades. Ecuador es el país con más emprendimientos en América Latina*. Recuperado de: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-es-el-pais-con-mas-emprendimientos-en-america-latina>
- Escorza Castell, P. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa*. España.
- Espinoza, O. (2005). *Folleto Segregación, Reciclaje y Comercialización de los Residuos Sólidos*. (s.d.)
- Espinoza Oscar. (2005). *Folleto Segregación, Reciclaje y Comercialización de los Residuos Sólidos*. (s.d.)

- Etzkowitz, H. and Leydesdorff, L. (2001). *The dynamics of innovation: From National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations*. (n.d.)
- Fernández Polcuch, E. y Albornoz, M. (2001). *La medición del impacto social de la ciencia y la tecnología*. (s.d.)
- Fiath, D. (2000). *Lo fundamental y más efectivo del cambio*. Colombia: McGraw Hills.
- Flores Concha, G. M. (2014). *Modelo Empresarial clústeres en Negocios Internacionales del sector exportador Mypes de confecciones textiles de Gamarra, Lima 2005-2012*. Tesis Maestría. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Freedman, C. (1997). *The Economics of Industrial Innovation*. (n.d.)
- Gerard, H. and (Gus) Gaynor. (2002). *Innovation by Design: What It Takes to Keep Your Company on the Cutting Edge*. (n.d.)
- Gifford, P. (s.f.). *Intrapreneuring, el empresario dentro de la empresa*. Colombia: Norma.
- Gracia Hernández, M. (2015). *Competividad Competencia y Crecimiento Económico. Elementos determinantes para el Desarrollo Económico*. Recuperado de: http://www.milenio.com/firmas/columna_ciencia_y_tecnologia_columna_ciencia_y_tecnologia/Competitividad-competencia-economico-Elementos-determinantes_18_486131420.html
- Harvard Business School Publishing. (2005). *Innovation handbook. A road map to disruptive growth*. (n.d.)
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta. ed.). México: McGraw Hills.
- Herrera Gonzales, R. y Gutierrez Gutiérrez, J. M. (2011). *Conocimiento, Innovación y Desarrollo* (1ra. ed.). San José: Gráfica del Este.
- Hippel, E. (1988). *The Sources of Innovation*. Igartua Lopez, J. (2009). *Gestión de la innovación en la empresa vasca*. (n.d.)

- Kawasaki, G. (2007). *El Arte de Empezar*. Barcelona: Ediciones Kantolla S. L.
- Kuczumarski, T. (1997). *Innovación*. Colombia: Mc Graw Hills.
- López, P. R. (2012). *Innovación del Modelo de Negocio: Propuesta de un Modelo Holístico*. Tesis Doctoral. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Luna Lara, G. (2003). *Factores involucrados en el manejo de la basura doméstica por parte del ciudadano*. (s.d.)
- Lundvall, B. (1992). *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. (n.d.)
- Mark Stefik and Barbara Stefik. (2004). *Breakthrough Stories and Strategies of Radical Innovation*. (n.d.)
- Mejia Mejia, E. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: San Marcos.
- Mendizábal, G. A. (2002). *Las Estrategias para la Innovación Tecnológica en Castilla y León*. Tesis Doctoral. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. 101
- Mora, G. (1995). *Valores humanos y actitudes positivas*. Colombia: Norma.
- Morcillo Ortega, P. (2011). *Innovando por Naturales, el pase lo dice todo*. Madrid: Visión Libros.
- Morcillo, P. (2006). *Cultura e innovación empresarial: La conexión perfecta*. (s.d.)
- Nelson, R. (1993). *National Systems of Innovation*. (n.d.)
- OECD, European Communities. (2005). *Manual de Oslo: Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. (n.d.)

- Padilla, G. (2002). *Gestión de la calidad según Juran, Deming, Crosby e Ishikawa*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-segun-juran-deming-crosby-e-ishikawa/>
- Peñafiel, A. (2013). *La vinculación Universidad-Empresa y su impacto de los Sistemas de Planificación en la Educación superior en Ecuador*. Babahoyo: Universidad Regional Autónoma de Los Andes.
- Ray, M. (1988). Un consumidor aún más poderoso. En R. Buzzell, *Mercadeo en la era electrónica*. Colombia: Ed. Norma.
- Robinson, A. y Stern, S. (2000). *Creatividad Empresarial*. México: Prentice Hall.
- Rodeiro, D. y López, M. (2007). *La innovación como factor clave en la competitividad empresarial*. (s.d.)
- Rodriguez, M. (1997). *Pensamiento creativo integral*. México: McGraw Hills.
- Sandoval Alvarado, L. (2005). *Folleto Disposición Final y Tratamiento de los Residuos Sólidos*. (s.d.)
- Schnarch Kirberg, A. (2007). *Creatividad, Innovación y Entrepreneurship*. *Recre@rte(7)*. Recuperado de: <http://www.iacat.com/Revista/recreate/recreate07/Seccion4/Entrepreneurship.html>
- Schumpete, J. (1912). *Theory of Economic Development*. (n.d.)
- Schwab, K. (2016). *The Global Competitiveness Report 2016–2017*. New York: World Economic Forum. Recuperado de: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index/>
- Skarzynski, P. and Gibson, R. (2008). *Innovation to the core: A Blueprint for Transforming the Way Your Company Innovates*. Boston: Harvard Business School Press.
- Smarch, A. (2004). *Marketing Creativo*. Santiago de Chile: Publimark.
- The Boston Consulting Group. (2006). *Measuring innovation 2006*. (n.d.)

Thompson J. (1999). *A strategic perspective of entrepreneurship*. (n.d.)

Vergara Reyes, D. (2009). *La Innovación Tecnológica en México en el marco de la Política Industrial y Tecnológica: El caso de la industria de los plásticos*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Weisner, J. (s.f.). *Tecnología e innovación. Seminario de tecnología y cambio social*. Columbia, USA: Universidad de Columbia.